INSTITUTO TECNOLÓGICO
"CORDILLERA"

CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO

LAS PÁGINAS WEB Y SU INCIDENCIA EN LA REPOTENCIACIÓN TURÍSTICA Y ECONÓMICA DE LA POBLACIÓN DE MANTA ADICIONANDO UNA ESTRATEGIA DE MARKETING 360.

Proyecto de trabajo de graduación que se presenta como requisito para optar por el título de Tecnólogo en Diseño Gráfico.

Autor: Marco Vinicio Tupiza Montenegro

Tutor: Ing. Laura Cajamarca

Quito, 17/17

gráfico
Cordillera

ACTA DE APROBACIÓN DEL TEMA DEL PROYECTO DE GRADO Y DESIGNACION DE TUTOR Y LECTOR

Quito, 15 de mayo 2017

El Director de Escuela y El Consejo de Carrera de Diseño Gráfico una vez revisado el perfil del proyecto de titulación del señor(ita) ***TUPIZA MONTENEGRO MARCO VINICIO*** resuelve: **APROBAR** y registrar el tema: ***Las paginas web y su incidencia en la repotenciación turística y economica de la población de manta adicionando una estrategia de Marketing 360*** designando como tutor al ***ING. GISSELA RUALES*** y como lector ***ING. MARCO YAMBA*** al docente del Instituto Tecnológico Superior Cordillera, los cuales se comprometen a dar soporte al estudiante en la elaboración y sustentación del proyecto durante el semestre Abril 2017 Septiembre 2017 de acuerdo con el reglamento Institucional.

Para constancia de lo actuado se firma en la Dirección de la Carrera:

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR "CORDILLERA" DIRECCIÓN DE CARRERA DISEÑO GRÁFICO

MSC. Tizeta Guerrero
Director de Carrera

ING. GISSELA RUALES
Tutor del Proyecto

MSC. Galo Cisneros
Coordinador de Proyecto

ING. MARCO YAMBA
Lector del Proyecto

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE

Yo, Marco Vinicio Tupiza Montenegro alumno de la Escuela de Diseño Gráfico reconozco que el presente proyecto de investigación es absolutamente original, auténtica y personal de mi autoría, además se han citado las fuentes correspondientes.

Las ideas y doctrinas resultado y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.

_____

Marco Vinicio Tupiza Montenegro

C.C.: 1723921092

LICENCIA DE USO NO COMERCIAL

Yo, Marco Vinicio Tupiza Montenegro portador de la cédula de ciudadanía signada con el Nº. 1723921092 de conformidad con lo establecido en el Artículo 110 del Código de Economía Social de los Conocimientos, la Creatividad y la Innovación (INGENIOS) que dice: "En el caso de las obras creadas en centros educativos, universidades, escuelas politécnicas, institutos superiores técnicos, tecnológicos, pedagógicos, de artes y los conservatorios superiores, e institutos públicos de investigación como resultado de su actividad académica o de investigación tales como trabajos de titulación, proyectos de investigación o innovación, artículos académicos, u otros análogos, sin perjuicio de que pueda existir relación de dependencia, la titularidad de los derechos patrimoniales corresponderá a los autores. Sin embargo, el establecimiento tendrá una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra con fines académicos. Sin perjuicio de los derechos reconocidos en el párrafo precedente, el establecimiento podrá realizar un uso comercial de la obra previa autorización a los titulares y notificación a los autores en caso de que se traten de distintas personas. En cuyo caso corresponderá a los autores un porcentaje no inferior al cuarenta por ciento de los beneficios económicos resultantes de esta explotación. El mismo beneficio se aplicará a los autores que hayan transferido sus derechos a instituciones de educación superior o centros educativos.", otorgo licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial del proyecto denominado Las páginas web y su incidencia en la repotenciación turística y económica de la población de Manta adicionando una estrategia de marketing 360.

FIRMA:_____

NOMBRE: Marco Vinicio Tupiza Montenegro

CEDULA: 1723921092

Quito, 17/17

AGRADECIMIENTO

Primer lugar agradezco a Dios por brindarme la oportunidad de poder culminar mis estudios superiores.

De la misma forma doy gracias a Carmen Montenegro y Andrea Tupiza por el apoyo recibido diariamente ya que nunca han dejado de esforzarse para que pueda culminar mis estudios académicos. Y por último agradecerle al Instituto por acogerme y brindarme su confianza en todo este trascurso de tiempo y a los docentes por brindarme su sabiduría, conocimientos y ser una parte fundamental en el proceso de formación académica.

Marco Vinicio Tupiza Montenegro

DEDICATORIA

El presente proyecto está dedicado a mis familiares, por estar siempre conmigo apoyándome y ser una parte fundamental en mi vida tanto académica como personal ya que han sabido brindarme su amor y cariño, sobre todo sus consejos que a lo largo de la vida me han servido para ser una mejor persona.

Marco Vinicio Tupiza Montenegro

ÍNDICE GENERAL

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE ..... **ii**

AGRADECIMIENTO ..... **iv**

DEDICATORIA ..... **v**

ÍNDICE GENERAL ..... **vi**

ÍNDICE DE TABLAS ..... **x**

ÍNDICE DE FIGURAS ..... **xi**

RESUMEN EJECUTIVO ..... **xiii**

ABSTRACT ..... **xiv**

INTRODUCCIÓN ..... **xv**

CAPÍTULO I **16**

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN **16**

1.01 Contexto 16

1.02 Tema de proyecto 17

1.03 Planteamiento del Problema 17

1.03.01 Contextualización 17

1.03.05 Árbol de Problemas 23

1.03.05.01 Análisis Crítico 24

1.03.06 Prognosis 24

1.03.07 Formulación del problema 25

1.03.08 Preguntas Directrices 25

1.03.09 Delimitación..... 25

1.04 Justificación 26

1.05 Objetivo 27

1.05.01. Objetivo general..... 27

1.05.02. Objetivo específicos..... 28

CAPÍTULO II 29

ANÁLISIS DE INVOLUCRADOS 29

2.01 Antecedentes investigativos..... 29

2.02 Fundamentación Filosófica..... 31

2.03 Fundamentación Legal..... 32

2.04 Categorías Fundamentales 35

2.04.01 Variable independiente 35

2.04.02 Variable dependiente 36

2.05 Hipótesis 38

2.06 Señalamiento de las variables de la Hipótesis 38

CAPÍTULO III..... 39

PROBLEMAS Y OBJETIVOS 39

3.01 Enfoque de la investigación..... 39

3.02 Modalidad Básica de la Investigación 39

3.02.01 Investigación Bibliográfica..... 39

3.02.02 Investigación de Campo..... 39

3.03 Tipos de Investigación..... 40

3.03.01 Investigación Descriptiva 40

3.03.02 Investigación Explicativa..... 40

3.04 Población y Muestra 40

3.05 Operacionalización de las Variables 42

3.06 Operacionalización de las Variables 43

3.07 Plan de Recolección de Información 44

CAPÍTULO IV 45

PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS 45

4.01 Procesamiento y Análisis 45

4.02 Fuentes de información 45

4.03 Encuesta a Usuarios 46

CAPÍTULO V 56

LA PROPUESTA 56

5.01 Tema 56

5.02 Introducción 56

5.03 Herramienta Utilizadas 56

5.03.01 Adobe Ilustrador CS6 57

5.03.02 Adobe Photoshop CS6 57

5.03.03 Adobe Muse CS6 58

5.04. Formulación del proceso de aplicación 58

5.04.01 Imagen Corporativa 58

5.04.02 Colores 59

5.04.03 Tipografía 60

5.04.03 Botones ..... **¡Error! Marcador no definido.**

5.04.04 Producción 61

5.04.05 Servicios 62

5.04.06 Imágenes 63

5.05. Marketing y Difusión 64

5.05.01 Estrategia Creativa 64

5.05.02 Plan de Medios 65

5.05.03 Presupuesto de Medios 65

5.05.04. Presupuesto de Aplicacíon 67

5.05.05 Flow Chat 68

5.05.06 Diseño de Piezas Gráficas 69

CAPÍTULO VI 72

Aspectos Administrativos 72

6.01 Recursos 72

6.01.01 Recursos Tecnológicos 72

6.01.01. Recursos Materiales 73

6.01.02. Recursos Humanos 74

6.01.03. Recursos Económicos 74

6.02. Cronograma 75

CAPÍTULO VII 78

Conclusiones y Recomendaciones 78

7.01. Conclusiones 78

7.02. Recomendaciones 80

Bibliografía 82

Anexos 85

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.Operacionalización de las Variables (Independiente) 42

Tabla 2.Operacionalización de las Variables (Dependiente)..... 43

Tabla 3. Plan de Recolección de Información 44

Tabla 4. Técnicas de instrumentos de investigación..... 44

Tabla 5.Tabulación Pregunta 1 48

Tabla 6. Tabulación Pregunta 2 49

Tabla 7. Tabulación Pregunta 3 50

Tabla 8. Tabulación Pregunta 4 51

Tabla 9. Tabulación Pregunta 5 52

Tabla 10. Tabulación Pregunta 6 53

Tabla 11. Tabulación Pregunta 7 54

Tabla 12. Tabulación Pregunta 8 55

Tabla 13. Presupuesto del Aviso..... 66

Tabla 14. Presupuesto de Material POP 66

Tabla 15. Presupuesto de Roll Up 66

Tabla 16. Presupuesto de la Aplicación..... 67

Tabla 17. Flow Chat..... 68

Tabla 18. Recursos Materiales..... 73

Tabla 19. Recursos Económicos..... 74

Tabla 20. Cronograma 75

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Logotipo de un Servicio de Hosting de Ecuador 21

Figura 2. Logotipo de un servicio de Hosting de Ecuador 21

Figura 3. Página Web de la ciudad de Manta 22

Figura 4. Árbol de Problema 23

Figura 5. Ciudad de Manta 26

Figura 6. Index.html 30

Figura 7. HTML5 shiv 30

Figura 8. Etiqueta Header 31

Figura 9. Etiqueta de navegación 31

Figura 10. Categoría Fundamental 35

Figura 11. Diagrama pastel, Pregunta 1 48

Figura 12. Diagrama pastel, Pregunta 2 49

Figura 13. Tabulación Pregunta 3 50

Figura 14. Tabulación Pregunta 4 51

Figura 15. Tabulación Pregunta 5 52

Figura 16. Tabulación Pregunta 6 53

Figura 17. Tabulación Pregunta 7 54

Figura 18. Tabulación Pregunta 8 55

Figura 19. Logotipo de la ciudad de Manta 58

Figura 20.CMYK 59

Figura 21. RGB 59

Figura 22. Pantones 60

Figura 23. Tipografía 60

Figura 24. Botones de la Página Web 61

Figura 25. Página Web 61

Figura 26. Servicios de la Página Web 62

Figura 27. Ciudad de Manta 63

Figura 28. Pescadores de Manta 63

Figura 29. Fiestas de Manta 63

Figura 30. Comida Típica 63

Figura 31. Playas ..... **¡Error! Marcador no definido.**

Figura 32. Deporte 64

Figura 33. Actividades 64

Figura 34. Fan Page 64

Figura 35. Aviso 70

Figura 36. Roll Up 70

Figura 37. Esferos 71

Figura 38. Gorra 71

Figura 39. Vaso 71

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto de investigación se realizó con el objetivo de generar una solución al problema de La carencia de páginas web de los sitios turísticos de la ciudad de Manta. El proceso de investigación inicia con la recolección de sobre la problemática que posee la ciudad de Manta y análisis proyectos anteriores se obtiene una base de datos con información del problema, el porcentaje de cumplimiento e incumplimiento de los objetivos que proponen cada investigador al realizar los proyectos de investigación.

La propuesta gráfica planteada del proyecto es la creación de una página web con información de los sitios turísticos de Manta, las actividades de recreación y deportivas que se realizan en las playas y los platos típicos que los turistas puede degustar al acudir a la ciudad. Al crear el sitio web se diseña una campaña 360, el propósito la campaña es impulsar el turismo en los diferentes sitios turísticos que mantiene la ciudad.

Al implementar las estrategias diseñadas los resultados son la repotenciación turística, el incremento de la actividad económica de los diferentes sitios turístico y la afluencia de turistas para conocer su cultura, tradición y gastronomía ancestral.

Palabras clave: Página Web / Investigación / Sitios Turísticos /Estrategias / Campañas 360 / Campaña / Cultura / Tradición.

ABSTRACT

This research project was carried out with the objective of generating a solution to the problem of the lack of web pages of the tourist sites of the city of Manta. The research process begins with the collection of information that acquires information on the problematic that owns the city of Manta, to analysis previous projects a database is obtained with relevant information with the problematic that It exists in the project, the solution proposed by each investigator and the percentage of compliance and non-fulfillment of the objectives of the projects before realized.

The proposed graphic proposal of the project is the creation of a website with information on the tourist sites of Manta, the recreational activities and sports that are performed on the beaches and the typical dishes that tourists can taste when they go to the city. When creating the website is designed a campaign 360, the purpose of the campaign is to promote tourism in different tourist sites that keeps the city. in implementing the strategies designed the results are the tourist empowerment, the increase of the economic activity of the different tourist sites and the influx of tourists to know their culture, tradition and ancestral gastronomy.

Key words: Website / Research / Sites / Strategies / Campaigns 360 / Campaign / Culture / Tradition.

INTRODUCCIÓN

El presente proyecto lleva como tema Las páginas web y su incidencia en la repotenciación turística y económica de la población de Manta adicionando una estrategia de marketing 360º, al investigar todos los sitios turísticos que posee la ciudad de Manta, inicia la recolección de información a nivel mundial, nacional y exclusivamente de la ciudad.

Al obtener la información de los problemas que posee la ciudad como la disminución de afluencia de turistas, decaimiento de la actividad económica y la pérdida de la identidad cultural de la ciudad, la justificación del proyecto da apertura al incrementar del turismos en la ciudad de Manta impulsando la actividad económica de los diferentes sitios turísticos de la ciudad.

El proceso de elaboración de la propuesta gráfica creación de una página web de los sitios turísticos de Manta al desarrollan el sitio web se colocará fotografías de los diferentes sectores turísticos de la ciudad, los deportes que se prácticas y los platos tipos de Manta. El proyecto cuenta con diseño de una campaña 360 es un plus que se incorpora al proyecto al informar a los turistas por diferentes medios de comunicación, redes sociales y artes gráficos, con todos estos elementos establecidos el propósito es mostrar todos los sitios turísticos que mantiene la ciudad y ofrece los turistas para dar apertura a la reactivación económica de los diferentes sitios turísticos de la ciudad de Manta.

CAPÍTULO I

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.01 Contexto

Ecuador es un país rodeado de inigualables paisajes naturales, arquitectónicos y ancestrales. Es una de las principales ciudades del Ecuador, Manta que se encuentra a 264 Km de Quito desde la ciudad de Pichincha y también conocida como San Pablo de Manta (Halberstadt, 2016).

La ciudad de Manta está en la región costa centro - sur del Ecuador y en ella se ubica la corriente Fría de Humboldt que es parte fundamental para la pesca en la ciudad, Manta posee varios sitios turísticos entre ellos tenemos la Playa El Murciélago, Playa de Turquí y los Esteros, en estas playas podemos observar paisaje inigualable como la puesta de sol.

Una de las principales fuentes económicas es la creación de sombreros de Paja Toquilla elaborando en diferentes sitios de la ciudad de Manta, desde años ancestrales los artesanos elaboran los sombreros demostrando su habilidad a los turistas nacionales e internacionales.

Con la creación de varios sitios para la compra y venta de productos ha incrementado la actividad económica entre ellos tenemos la pesca que genera ingresos a los habitantes de la provincia para así poder elaborar exquisitos platos gastronómicos los más destacados son arroz marinero, ceviche y cazuela de pescado todos estos platos típicos atraen a diversos turistas a degustar las delicias que tiene la ciudad de Manta.

Existen diferentes actividades que se puede realizar en Manta como voley, surf, el remo, el sky acuático y el buceo.

Manta posee magníficas riquezas naturales y ancestrales que la hace única y especial por conservar su identidad cultural y se caracterizan por ser personas emprendedora a pesar de la catástrofe natural vivida el año pasado se ha visto en la necesidad de crear elementos gráficos como una página web y una campaña 360 para generar un incremento en la visitas turísticas a la ciudad de Manta.

1.02 Tema de proyecto

Las páginas web y su incidencia en la repotenciación turística y económica de la población de Manta adicionando una estrategia de Marketing 360.

1.03 Planteamiento del Problema

1.03.01 Contextualización

Continente Americano

Las bases lógicas de la Web

Desde el punto de vista técnico existen tres pilares básicos sobre la arquitectura lógica de la web son:

1. Identificadores únicos (URI): en un mundo ideal, la suposición básica necesaria para poder referirse (referenciar) y hablar de (describir) todos los objetos, es que éstos tengan nombre propio, en términos técnicos llama *identificador*. En la Web estos nombres propios se llaman Identificadores Universales de Recursos URI por sus siglas inglesas (Centro de Investigación de Web- Universidad de Chile, 2008).

2. Lenguaje universal para describir HTML: Otra suposición básica para la comunicación universal es un lenguaje único, entendible por todos. Tim Berners-Lee diseñó el lenguaje HTML (siglas del inglés Hyper Text Markup Language, que, a sus características de simplicidad de uso, suma una característica clave: el ser un lenguaje de hipertexto, es decir, que tiene un forma de anclar o redirigir al lector desde un punto cualquiera del texto a otro lugar. Estos son los famosos links o enlaces en la Web (Centro de Investigación de Web- Universidad de Chile, 2008).

3. Protocolo de transmisión de datos HTTP: Desde un punto de vista más técnico, uno necesita un protocolo que permita enviar y traer información en HTML desde un lugar (sitio) a otro en esta gigantesca red que es la Web. El protocolo HTTP (sigla del inglés Hyper Text Transfer Protocol) tiene varias características distintivas que lo han hecho muy perdurable (Centro de Investigación de Web- Universidad de Chile, 2008).

El mundo posee varios elementos de comunicación uno de los principales componentes son las páginas web que provee de servicios a las personas con tres puntos:

- Identificadores únicos
- Lenguaje universal para la describir o HTML
- Protocolo de transmisión de datos HTTP.

Todos estos componentes crean sitios web con caracterizas esenciales como el lenguaje, sitio de ubicación, la base de datos y el nombre que se le otorga para darse a conocer al mundo entero.

La Web Chilena

Definimos como sitio Web chileno aquel que termina en .cl o el cual su IP pertenece a un proveedor chileno de Internet. El último estudio realizado con datos de 2006 mostró los siguientes resultados: La Web chilena está compuesta por más de 170.000 sitios, y estos contienen más de 7 millones de páginas. Muchas de sus características son muy similares a las de la Web global en general (Centro de Investigación de Web- Universidad de Chile, 2008).

En varios lugares del mundo existen diferentes plataformas que dan apertura a la comunicación un ejemplo que tenemos del país Chile tiene un terminal nominal CL representando a las páginas web del país que las personan desarrollan con la implementación del IP perteneciente a los ciudadanos de Chile.

Ecuador

Al abordar nuestro estudio sobre el Diseño Gráfico en el Ecuador, encontramos que, si bien la profesión aparece apenas en los últimos años, es posible reconstituir una trayectoria desde las culturas ancestrales en el Ecuador. En ellas se hace evidente la necesidad de los pueblos de dar formas visuales a conceptos e ideas. La continuidad de este requerimiento se presenta en períodos posteriores, que serán igualmente considerados para la comprensión de esta trayectoria (Calderón, 2011).

Ecuador es un país que desde el inicio de la vida republicana ha desarrollado una necesidad para poder comunicar todos los acontecimientos que generando la ciudad cada año por ello se desarrolló diferentes esquemas del diseño empezando por aviso, afiches y

volante. Al llegar al siglo XX han desarrollado diferentes bosquejos para informar a las personas incorporando varios soportes gráficos como videos y la creación de sitios web como un pilar fundamental para el desarrollo de la tecnología.

Web 2005

Hay más oferta en el área del Diseño, estudios de Diseño y diseñadores freelance, en los cuales encontramos una variedad de estilos y tendencias, acorde con la época en que vivimos. Así, se ubica trabajo variado respecto a a ches, publicaciones, libros, logotipos, etiquetas, empaques de CD, diseño de revistas y sitios Web, animaciones, CD-ROM, etc. (Calderón, 2011).

Al considerar todos los avances que ha hecho la tecnología implementando varios sitios web en el mundo genera un posicionamiento de los sitios turísticos de los países y las personas buscan información de diferentes lugares turísticos o actividades de recreación que se realizan y cuenten con paisajes inigualables.

Hosting

Ecuador cuenta con diferentes dominios que brindan la facilidad de colocar el diseño de las páginas web el costo que tiene los hostings son desde 1,25$ hasta 399,99$ los precios varían dependiendo de la base de datos, servicios y el tipo de SEÓ que tiene la página web.

Figura 1. Logotipo de un Servicio de Hosting de Ecuador

Figura 2. Logotipo de un servicio de Hosting de Ecuador

En la ciudad de Manta existen varios sitios turísticos que ofrecer a los turistas tomando como referencia varios soportes web o plataformas que nos brindan información. Las páginas web publican información de todos los sitios que posee la ciudad, en la siguiente imagen se observar cómo está estructurada una página web de la ciudad de Manta careciendo de elementos gráficos, un diseño correcto y acorde a los sitios turísticos de la ciudad del Manta.

Figura 3. Página Web de la ciudad de Manta

1.03.05 Árbol de Problemas

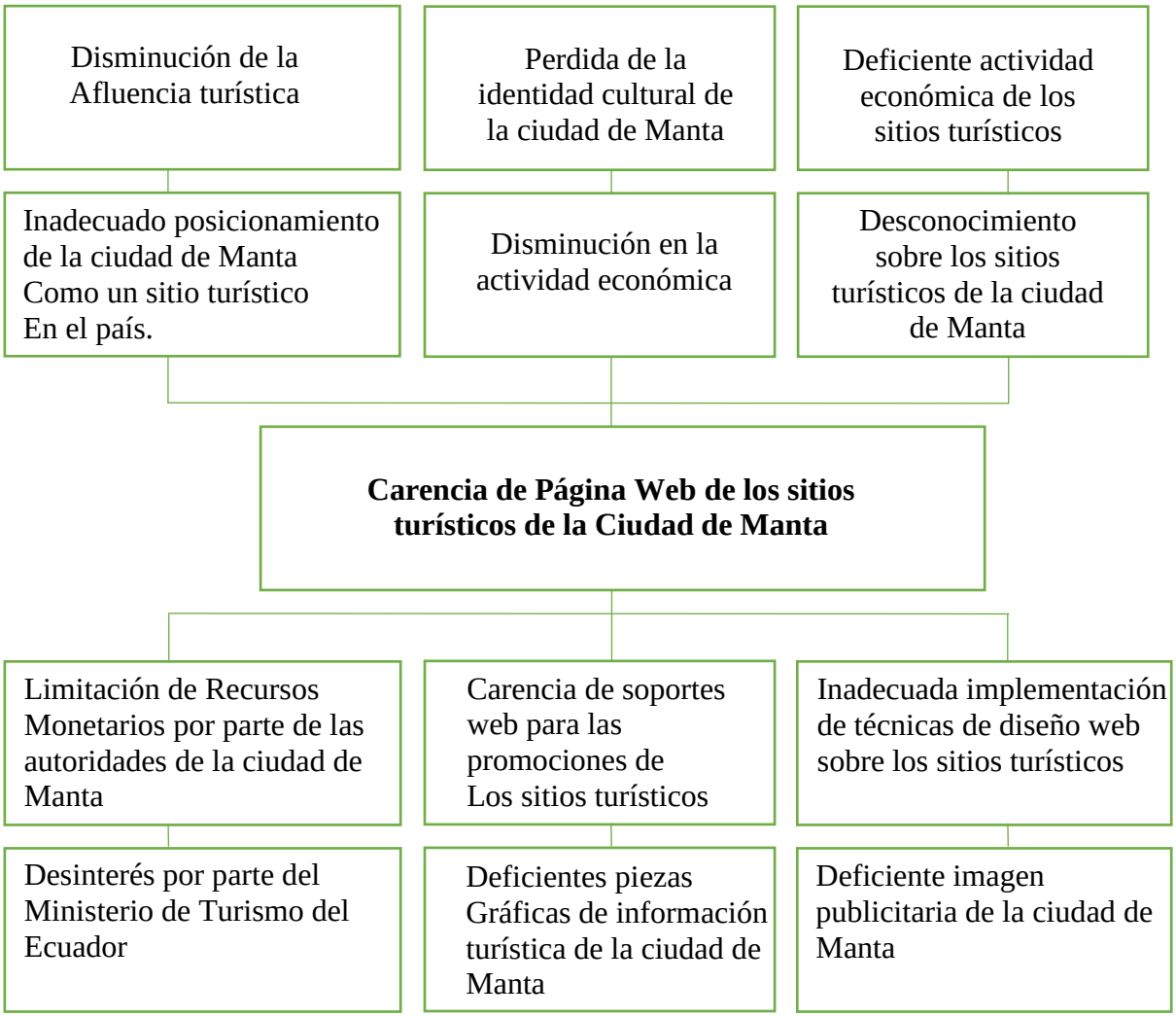

Figura 4. Árbol de Problema

1.03.05.01 Análisis Crítico

Dentro del presente proyecto se ha observado varios aspecto negativo como el desarrollo de páginas web de la ciudad de Manta, que no contienen una diagramación correcta generando así sitios web de categoría inferior y por la ausencia de varios elementos gráficos como y avisos, afiches, roll up o campañas publicitarias de la ciudad de Manta.

Se observó todas las páginas web que se han desarrolla hasta el momento para repotenciar el turismo y economía en la ciudad, carecen de un logotipo que represente todos los atractivos turísticos, la información que mantiene las páginas web son desactualizados por ende las personas no confían en las publicaciones que se encuentran en estos sitios web. Otro factor primordial es la implementación de fotografías que resalten todos los sitios turísticos desde sus playas, centro comercial y diferentes lugares que tiene la ciudad de Manta para ofrecer a los turistas nacionales.

Existen diferentes factores con el desconocimiento sobre el diseño web, la diagramación correcta de sitios web y la incorporación de colores corporativos que realces todos los atractivos turísticos que posee la ciudad de Manta.

1.03.06 Prognosis

La tecnología es parte esencial de la vida se ido formando varios portales para dar a conocer sitios turísticos alternativos una de las principales plataformas son las páginas web que brindan la información de todos los servicios que posee lo sitios turísticos.

La ciudad de Manta es un pilar fundamental del turismo nacional y se ve perjudicado por varios aspectos como los desastres naturales que afectan su economía al no poder

promocionar los sitios turísticos y mantienen elementos gráficos como páginas web y artes gráficos con fotografías de los sitios turísticos desactualizados.

Un factor primordial es reactivar la economía de los habitantes de la ciudad de Manta ya que ellos viven principalmente del turismo, pesca y la creación de artesanías para ofrecer a los turistas que buscan visitar nuevos sitios turísticos naturales.

1.03.07 Formulación del problema

Incidencia de la página web en la repotenciación turística y económica de la población de Manta.

1.03.08 Preguntas Directrices

¿Cómo incide las páginas web en la repotenciación turística y económica de la ciudad de Manta?

¿Qué tipos de diseño web y estrategias de Marketing se desarrolla para la promoción y difusión?

¿Qué efecto tiene la implementación de una página web y Estrategia de Marketing 360 en los medios de comunicación?

1.03.09 Delimitación

Temporal.- El presente proyecto inicia desde el 11 de Abril del 2017 y finaliza el 22 de Agosto de presente año.

Espacial.- EL proyecto se realiza en Ecuador provincia Manta a 264 Km de Quito.

Figura 5. Ciudad de Manta

1.04 Justificación

Ecuador es un país que mantiene varias riquezas naturales entre ellas tenemos la región costa que posee varios sitios turísticos naturales, ancestrales y milenarios.

Una de las principales ciudades del Ecuador es Manta que se encuentra en la costa centro - sur del país mantiene un clima cálido, seco y fresco con una temperatura promedio a los 28^{o} C por este motivo se caracteriza en ser una ciudad que posee una riqueza natural única principalmente en sus playas al poder ofrecer varias actividades para los turistas, el Malecón del Murciélago con su playa en la cual se observa paisaje inigualables y el Museo Centro Cultural Manta albergar la riqueza cultural de la ciudad, con todos estos sitios turísticos se ha visto afectada principalmente por el terremoto que

se produjo del año pasado afectando totalmente a los pobladores en su economía dejando a la ciudad en los últimos lugares turísticos visitados del Ecuador. Con todos estos problemas se ha visto en la necesidad de generar un estudio para repotenciar del turismo en la ciudad de Manta.

El proyecto se apega tres objetivos del Buen Vivir el primero es Mejorar la calidad de vida de la población el segundo De encuentro común y fortaleces la identidad nacional, las identidades diversas, la plurinacionalidad y la interculturalidad y el tercero Impulsar la transformación de la matriz productiva estos objetivos son parte primordial para la creación del proyecto dando apertura al incremento turístico de la ciudad, impulsar la actividad económica de los diferentes sitios turísticos y mantener su cultura para ofrecer a los turistas nacionales e internacionales.

Por medio del presente proyecto de investigación desarrollar una página web de todos los sitios turísticos de la ciudad de Manta para poder ofrecer a los turistas incorporando una Estrategia de Marketing 360^0.

1.05 Objetivo

1.05.01. Objetivo general

- Investigar las páginas web y su incidencia en la repotenciación turística y económica de la ciudad de Manta.

1.05.02 Objetivo específicos

Los objetivos generales corresponden a las finalidades señalando resultados concretos

- Analizar los tipos de páginas web que utilizan la ciudad de Manta para el turismo y economía para poder ver las falencias y poder corregirlas.

- Determinar los tipos de Hosting o que se utiliza en las páginas web de la ciudad de Manta para poder determinar el límite de información que se maneje o se puede manejar.

- Diseñar una Página Web para incrementar el turismo y economía de la ciudad de Manta para mostrar y poder llegar al grupo objetivo.

CAPÍTULO II

ANÁLISIS DE INVOLUCRADOS

2.01 Antecedentes investigativos

La evolución de Diseño Web

Las Páginas Web comenzaron como simples documentos de texto sin los adornos con lo que estarán familiarizado. Como resultado, los navegadores web en realidad no tendrían que ser capaces de hacer toda esa magia en absoluto.HTML representaba contenido de acuerdo a una jerarquía semántica, permitiendo que el auto de la página pudiese elegir la importancia relativa de las diferentes piezas de contenido, de manera parecida a como un escrito crea capítulos, títulos y párrafos de contento (Springer, 2015).

Al pasar el tiempo los sitios web se han ido modifican para crear interés entre las personas los cambios que se han dado son la incorporación de las imágenes que representan de forma directa los producto, servicios y sitios turísticos de los países. Al ir innovando la tecnología se implementan diferentes soportes visuales como incluir videos, imágenes o gif por este medio las personas pueden observar con mayor facilidad los servicios que ofrece cada página web.

HTML5

Todo el mundo está hablando de HTML5, seguramente sea de tecnología más esperada desde que la gente empezó a poner esquinas redondeada a todo. HTML5 introduce un

conjunto de elementos que hacen que nuestra página sean más semánticas limpias y rápidas. También se incluyen APIs para dibujar elementos gráficos en pantalla, almacenar datos office, ejecutar videos y muchas más cosas (Springer, 2015).

Etiquetas de HTML 5

Para la creación de las etiqueta existen diferente programación se inicia la programación del index.html como representar en la figura se encuentra el código completo para dar inicio a la creación de la página web.

```
001 <!DOCTYPE html>
002 <html>
003 <head>
004 <meta http-equiv="Content-Type"
    content="text/html; charset=utf-8">
005 <!--[if lt IE 9]>
006 <script src="http://html5shiv.googlecode.
    com/svn/trunk/html5.js"></script>
007 <![endif]-->
008 <link rel="stylesheet" href="styles.css">
009 <title>Diseño Web</title>
010 </head>
```

Figura 6. Index.html

HTML5 shiv

La etiqueta es una excepción del nuevo IE9, aplicar estilos a los elementos que el navegador reconoce del HTML5 o html5 shiv sirve para implementar en la <head> de las páginas y podrás usar los nuevos elementos de HTML5.

```
001 <!--[if lt IE 9]>
002 <script src="http://html5shiv.googlecode.
    com/svn/trunk/html5.js"></script>
003 <![endif]-->
```

Figura 7. HTML5 shiv

Etiqueta Header

Existe una nueva estructura para la semántica en lugar de usar se coloca directamente la etiqueta header justo dentro del weapper.

```
001  <div id="wrapper">
002     <header>
003     </header>
004   </div><!-- FIN del wrapper -->
```

Figura 8. Etiqueta Header

Etiqueta de navegación

Para la colocación del navegador existen diferentes formas de manera horizontal o vertical con el respectivo código colocando todos los elementos que deseas colocar.

```
001 <div id="wrapper">
002 <header>
003   <nav>
004 <ul>
005  <li><a href="#">inicio</a></li>
006  <li><a href="#">acerca de</a></li>
007  <li><a href="#">portafolio</a></li>
008  <li><a href="#">blog</a></li>
009  <li><a href="#">contacto</a></li>
010 </ul>
011   </nav>
```

Figura 9. Etiqueta de navegación

2.02 Fundamentación Filosófica

El presente proyecto de investigación establece un paradigma crítico desarrollando varias fuentes de investigación, procesos sistemáticos que cumplen una función acorde al proyecto para general una solución hacia el problema que existe y se está investigando en

este momento. De igual manera busca aportes que genera el método de investigación la cual establece como primer factor la observación y busca el enfoque que lleve el proyecto a una base lógica.

2.03 Fundamentación Legal

El presente proyecto se basa en la Ley general de comunicación del Ecuador en diversos artículos destacando los más importantes:

Reglamento General a La Ley Orgánica de Comunicación

Art. 2.- Contenidos en internet. - Están excluidos del ámbito de regulación y control administrativos los contenidos que formulen los ciudadanos y las personas jurídicas en sus blogs, redes sociales y páginas web personales, corporativas o institucionales. Art. **3.- Medios en internet**. - Son también medios de comunicación aquellos que operen sobre la plataforma de internet, cuya personería jurídica haya sido obtenida en Ecuador y que distribuyan contenidos informativos y de opinión, los cuales tienen los mismos derechos y obligaciones que la Ley Orgánica de Comunicación establece para los medios de comunicación social definidos en el Art. 5 de dicha Ley.

Art. 5.- Actividades conexas. - En uso de sus respectivas plataformas tecnológicas, las empresas de comunicación de carácter nacional podrán desarrollar actividades conexas a la actividad comunicacional, con sujeción a las siguientes normas: 1. Las empresas de medios audiovisuales podrán realizar actividades de producción, posproducción, edición, distribución y exhibición de productos audiovisuales. 2. Las empresas de medios impresos podrán realizar actividades de edición, impresión y distribución de publicaciones u otros productos impresos. 3. Las empresas que hayan

obtenido una autorización para prestar servicios de audio y video por suscripción, cuya red de transmisión e infraestructura permita la convergencia tecnológica para ofertar otros servicios de telecomunicaciones, podrán solicitar y obtener de la autoridad de telecomunicaciones otros títulos habilitantes para la prestación de servicios de telecomunicaciones. Los servicios de audio y video por suscripción que cuenten con la autorización para la operación de un canal local para generación de contenidos serán considerados como medios de comunicación social.

Art. 14.- Contenidos interculturales. - Para cumplir la obligación que tienen todos los medios de comunicación de difundir contenidos que expresen y reflejen la cosmovisión, cultura, tradiciones, conocimientos y saberes de los pueblos y nacionalidades indígenas, afroecuatorianas y montubias, establecida en el **Art. 36 de la Ley Orgánica de Comunicación**, se seguirán las siguientes reglas:

1.- En medios audiovisuales la difusión de contenidos interculturales se realizará en horario para todo público, salvo el caso de que incluyan contenidos violentos o explícitamente sexuales.

2.- En medios audiovisuales se destinará al menos 5% de la programación de la franja horaria familiar que va de 6:00 a 24:00 horas para la difusión de contenidos interculturales.

3.- El uso de idiomas de relación intercultural será parte de la producción audiovisual de los contenidos interculturales, las expresiones en idiomas de relación intercultural se traducirán de forma oral o mediante subtítulos al idioma castellano.

4.- En medios impresos se destinará al menos el 5% del total de páginas de cada publicación para la difusión de contenidos interculturales.

5.- En la producción de contenidos interculturales publicados en impresos, las citas de las expresiones de los integrantes de los pueblos y nacionalidades pronunciadas en idiomas de relacionamiento intercultural deberán realizarse en tales idiomas y traducirse en el mismo texto al idioma castellano, sin perjuicio de que el medio elija realizar una versión en el idioma de relación intercultural y otra en idioma castellano. En tal caso, ambas versiones se considerarán parte del 5% de la publicación que, como mínimo, debe ser destinado a la difusión de contenidos interculturales.

6.- Los medios audiovisuales e impresos incluirán, en el informe de rendición de cuentas que tienen que presentar al Consejo de Participación Ciudadana y Control Social, el porcentaje de su programación o espacio en impresos que ha destinado efectivamente al cumplimiento de la obligación de difundir contenidos interculturales.

2.04 Categorías Fundamentales

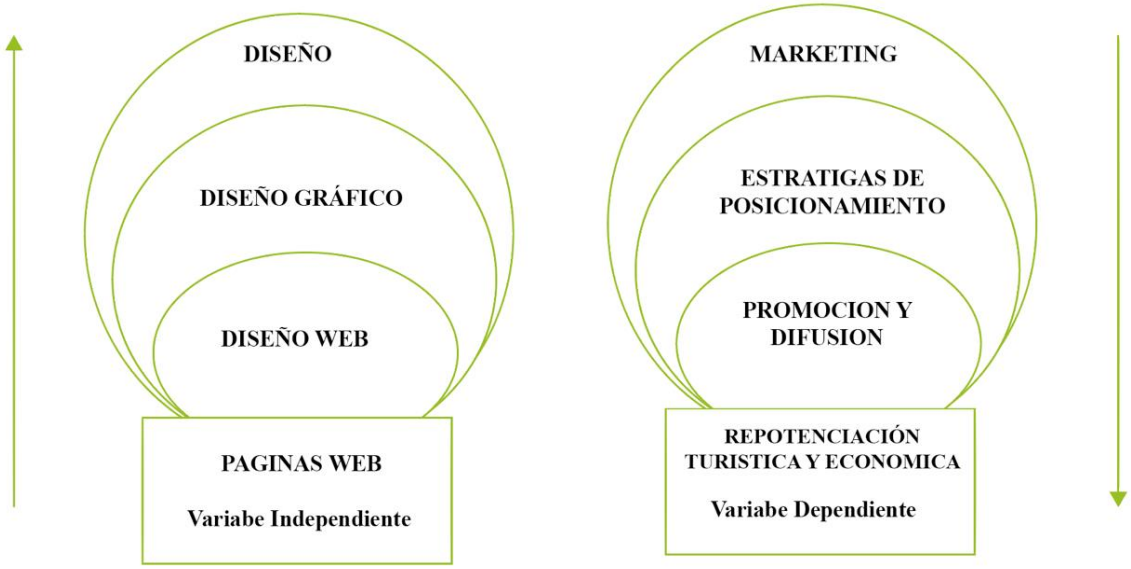

Figura 10. Categoría Fundamental

2.04.01 Variable independiente

Páginas Web: una página web se compone de uno o más archivos que se descargan al navegador, este los interpreta y los muestra en la pantalla. En su forma más simple, una página web es un archivo de texto que contiene las instrucciones acerca del tipo de contenido contiene. Estas instrucciones están escritas en lenguaje HTML (Springer, 2015).

Diseño Web: la disciplina del diseño web es un fenómeno totalmente moderno, nacido durante la creación de la World Wide Web de Tim Berners-Lee, y que surge del simple deseo de llevar algo basado en texto sencillo al reino gráfico. Con el fin de comprender y aprecia lo que significa el diseño web, así como lo que el diseño de un sitio web conlleva, nos vendrá bien saber qué es una página web, cómo han evolucionado desde simples

documentos enlazados entre sí por hipertextos y lo que constituyen un sitio web (Springer, 2015).

Diseño Gráfico: a diferencia de la pintura y de la escultura, que son la realización de las visiones personales y sueños de un artista, el diseño cubre exigencias prácticas. Una unidad de Diseño Gráfico debe ser colocada frente a los ojos del público y transportar un mensaje prefijado. Un producto industrial debe cubrir las necesidades de un consumidor (Calderón, 2011).

Diseño: el diseño es constituido por trazos o una delineación con el fin de proyectar un objeto u obra. También, es la disciplina que se encarga de la creación de obras u cosas como edificios, figuras, entre otros. En el momento de diseñar, el individuo toma en cuenta los aspectos estéticos y los asuntos funcionales, para ello debe de tener en cuenta las siguientes etapas: observar y analizar el medio en el cual se desenvuelve el ser humano, evaluar las necesidades del individuo, planear y proyectar con el fin de solucionar la necesidad del sujeto a través de maquetas, planos, entre otros y, por último ejecutar la idea plasmada en la fase anterior (Significados, 2017).

2.04.02 Variable dependiente

Turística: el turismo es parte esencial de las actividades de las personas y es un conjunto de actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios u otros motivos (Morcillo, 2008).

Económica: en el mundo la economía es un pilar importante para la supervivencia de las personas por ese medio se obtiene varios beneficios tanto para las personas como para el progreso de la ciudades y países. Por otra parte, es la ciencia que estudia la forma en la que los individuos y la sociedad en general actúan para que los recursos disponibles, siempre escasos, puedan contribuir de la mejor manera posible a satisfacer la necesidades individuales y colectivas de la sociedad (Morcillo, 2008).

Promoción: un conjunto de diversas técnicas de comunicación, tales como publicidad, venta personal, promoción de ventas y relaciones públicas, que están disponibles para que un vendedor (empresa u organización) las combine de tal manera que pueda alcanzar sus metas específicas" (Socatelli, 2011).

Difusión: es la forma por la cual una fundación, a través de diversos materiales, torna conocidos sus propios objetivos y programas para influenciar acciones u obtener apoyo (A. Scott DuPree, 2003).

Estrategias de posicionamiento: supone la definición de la manera de alcanzar los objetivos de marketing establecidos. Esta decisión comportará la implementación de un conjunto de acciones (las 4 Pes) que la hagan posible en un horizonte temporal y un presupuesto concreto, las cuales serán vistas en capítulos sucesivos más adelante (Tirado, 2013).

Marketing: Un proceso social y de gestión, a través del cual individuos y grupos obtienen lo que necesitan y desean, creando, ofreciendo e intercambiando productos u otras entidades con valor para los otros (Tirado, 2013).

2.05 Hipótesis

Hipótesis Nula

¿La inexistencia de páginas web incide en la repotenciación turística y económica de la población de Manta?

Hipótesis Alternativa

¿La inexistencia de páginas web no incide en la repotenciación turística y económica de la población de Manta?

2.06 Señalamiento de las variables de la Hipótesis

Variable Independiente: Páginas Web - Manta

Variable Dependiente: Repotenciación Turística y Económica

CAPÍTULO III

PROBLEMAS Y OBJETIVOS

3.01 Enfoque de la investigación

El presente proyecto maneja un enfoque cualitativo el propósito es poder observar los problemas de investigación que se realizan generando así un proceso con bases fundamentales para generar un estudio más meticuloso de la ciudad de Manta.

Es fundamental señalar varios puntos de investigación como el enfoque cualitativo y cuantitativo para resolver las interrogantes que se generan dentro del proceso de investigación.

3.02 Modalidad Básica de la Investigación

El presente proyecto implementa las siguientes modalidades de investigación como son bibliográficas y de campo para así poder obtener una información veraz de los sitios turísticos de Manta.

3.02.01 Investigación Bibliográfica

Habitualmente, toda investigación comienza con una búsqueda bibliográfica de información sobre el tema que se quiere investigar, lo que incluye no solamente buscar y seleccionar ideas de otros pensadores, sino también las propias (Cazau, 2006).

3.02.02 Investigación de Campo

La investigación de campo es aquella que consiste en la recolección de datos directamente de los sujetos investigados, o de la realidad donde ocurren los hechos (datos primarios), sin manipular o controlar variable alguna, es decir, el investigador obtiene la

información, pero no altera las condiciones existentes. De allí su carácter de investigación no experimental (G.Arias, 2012).

3.03 Tipos de Investigación

3.03.01 Investigación Descriptiva

Se sitúan sobre una base de conocimientos más sólida que los exploratorios. En estos casos el problema científico ha alcanzado cierto nivel de claridad, pero aún se necesita información para poder llegar a establecer caminos que conduzcan al esclarecimiento de relaciones causales (Paneque, 1998).

3.03.02 Investigación Explicativa

Parten de problemas bien identificados en los cuales es necesario el conocimiento de relaciones causa- efecto. En este tipo de estudios es imprescindible la formulación de hipótesis que, de una u otra forma, pretenden explicar las causas del problema o cuestiones íntimamente relacionadas con éstas (Paneque, 1998).

3.04 Población y Muestra

El presente proyecto de investigación está conformado por los habitantes de la ciudad de Manta se obtiene el tamaño de muestra de INEC, representa el 16,2 % del total de la Provincia de Manabí; ha crecido en el último período interesal 1990-2001, a un ritmo del 3,4 % promedio anual.

$$n = \frac{N\,.\,p\,.\,q\,.\,z^2}{(\ (N-1)E^2) + \ .p\,.\,q.z^2}$$

De donde:

n=Tamaño de la muestra

N=Tamaño de la población

E= Error máximo admisible (5%)

p= probabilidad de éxito (50%)

q= probabilidad de fracaso (50%)

z=Distribución normal en estadística cuando el NC=95%

Fórmula

$$n = \frac{775\,895 \times (0.50) \times (0.50) \times (1{,}96)^2}{(775\,895 - 1)\,(0.05)^2 + (0.50) \times (0.50) \times (1{,}96)^2}$$

$$n = \frac{(387947.5) \times (1.9208)}{(1939.735) + (0.9604)}$$

$$n = \frac{745169.558}{(6440.7175) + (0.9604)}$$

$$n = \frac{2474266.0348}{6441.6779}$$

n= 384

3.05 Operacionalización de las Variables

Variable Independiente: Páginas Web

Tabla 1.Operacionalización de las Variables (Independiente)

CONCEPTUALIZACIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS BÁSICOS	TÉC.
Páginas Web Al crear un boceto se diseña la maquetación de la página web con información de los diferentes sitios turísticos e implementar fotografías de los maravillosos lugares que posee la ciudad de Manta.	**Boceto**	Maquetación Diagramación Diseño	¿Qué tipo de diseño le gusta para la implementación de una página web turísticas?	Encuestas
	Diseño Web	Blogs Redes Sociales Información Fotografía	¿Qué tipo de información espera recibir de las páginas web? ¿Mediante qué medios tecnológicos se desarrolla una interacción en línea con los usuarios?	Encuestas

3.06 Operacionalización de las Variables

Variable Independiente: Repotenciación Turística y Económica

Tabla 2.Operacionalización de las Variables (Dependiente)

CONCEPTUALIZACIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS BÁSICOS	TÉC.
Repotenciación Turística y Económica Para la repotenciación turísticas de Manta depende de varios factores como diseñar promociones de los sitios turísticos, los medios de comunicación y establecer estrategias de marketing para genera un posicionamiento a Manta como un sitio turístico alternativo.	Estrategia Creativa	Marketing	¿Qué técnicas se va utilizar para generar la campaña 360?	Encuestas
		Publicidad	¿Qué tipo de herramientas se utiliza para llegar al público?	
	Estrategias de Promoción	Comunicación		Encuestas
		Estrategias Publicitarias	¿Qué técnicas influyen para informar y persuaden de manera directa al público?	
	Medios Digitales	Internet	¿Qué redes sociales son las adecuadas para utilizar para la difusión y promoción?	
		Redes Sociales		

3.07 Plan de Recolección de Información

Para la elaboración del proyecto de investigación es necesario detallar ciertos puntos de información como:

Tabla 3. Plan de Recolección de Información

Preguntas	**Explicación**
¿Para qué?	Para establecer las causas y dar solución al problema de investigación.
¿A qué personas o sujetos?	Público en general (turistas nacionales)
¿Sobre qué aspectos?	Repotenciación Turística y Económica de la ciudad de Manta
¿Investigador?	Marco Vinicio Tupiza Montenegro
¿Cuándo?	Abril 1/04/ 2017 hasta Agosto 22/08/2017
¿Lugar de la recolección de información?	Manta

Tabla 4. Técnicas de instrumentos de investigación

FUENTES DE INVESTIGACIÓN	**MODALIDADES DE INVESTIGACIÓN**	**INSTRUMENTOS**
Información primaria	Bibliográfica	Tesis, textos, libros,
Información secundaria	Observación	Internet

Como un punto fundamental la recopilación de información secundaria se desarrolla a través de internet con un porcentaje del 20%.

CAPÍTULO IV

PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS

4.01 Procesamiento y Análisis

Tabulación: significa hacer tablas, listados de datos que los muestren agrupados y contabilizados. Para ello es preciso contar cada una de las respuestas que aparecen, distribuyéndolas de acuerdo a las categorías o códigos previamente definidos (Sabino, 1992).

Análisis: consiste en separar los elementos básicos de la información y examinarlos con el propósito de responder a las distintas cuestiones planteadas en la investigación. La interpretación es el proceso mental mediante el cual se trata de encontrar un significado más amplio de la información empírica recabada (Sabino, 1992).

4.02 Fuentes de información

Encuestas: se trata por tanto de requerir información a un grupo socialmente significativo de personas acerca de los problemas en estudio para luego, mediante un análisis de tipo cuantitativo, sacar las conclusiones que se correspondan con los datos recogidos (Sabino, 1992).

Interpretación: Para desarrollo el proyecto maneja un proceso de recolección de información mediante las encuestas es elemento esencial para el desarrollo del proyecto obteniendo información de la problemática que tiene la ciudad y generar una solución correcta cumpliendo con los objetivos del proyecto.

4.03 Encuesta a Usuarios

La presente encuesta tiene el objetivo de conseguir información sobre la ciudad de Manta la repotenciar del turismo y económica mediante la página web y la campaña publicitaria 360.

Modelo de Encuestas

1.- ¿Conoces usted páginas web de sitios turísticos del Ecuador?

☐ Sí ☐ No

2.-¿Cuándo visita los páginas web que información le agradaría recibir sobre los sitios turísticos cómo?

☐ Reservas Naturales ☐ Hospedaje ☐ Playas

3.- ¿Al momento de observas las páginas web de los sitios turísticos desea que tenga información actualizada?

☐ Sí ☐ No

4.- ¿Cuándo visita las páginas web de diferentes sitios turísticos le informan de las actividades que se puede realizar?

☐ Sí ☐ No

5.- ¿A través de qué medio de comunicación le gustaría recibir información sobre los sitios turísticos de la ciudad de Manta?

☐ Redes Sociales ☐ Prensa ☐ Páginas Web

6.- ¿Conoce páginas web de sitios turísticos de la ciudad de Manta?

☐ Sí ☐ No

7.- ¿Crees usted que a través del diseño de una página web y una campaña publicitaria incrementen la afluencia de turistas a la ciudad de Manta?

☐ **Si** ☐ No

8.-¿Crees usted que es importante que los ciudadanos conozcan los sitios turísticos que ofrece la ciudad de Manta para repotenciar el turismo y economía?

☐ Sí ☐ No

Pregunta # 1: ¿Conoces usted páginas web de sitios turísticos del Ecuador?

Tabla 5.Tabulación Pregunta 1

Conceptos válidos	Frecuencia	Porcentaje
Si	230	59,89%
No	154	40,10%
Total	**384**	**100%**

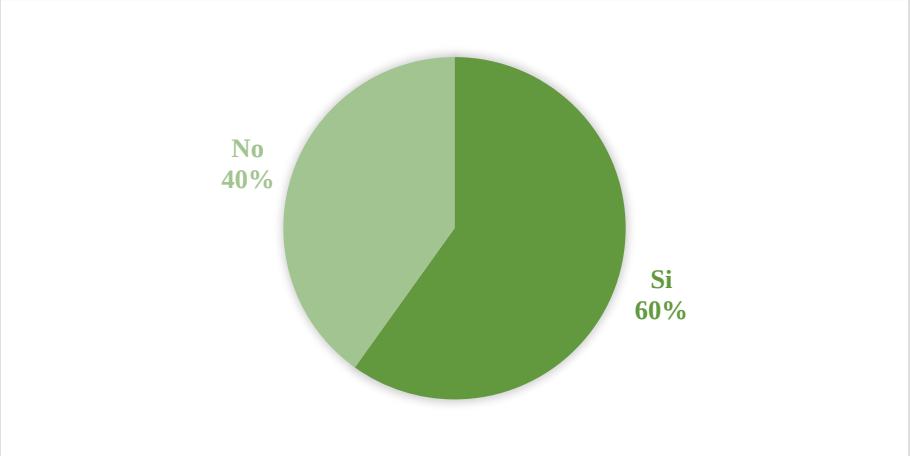

Figura 11. Diagrama pastel, Pregunta 1

Análisis: El 60 % de las personas encuestadas conoce sobre los diferentes sitios turísticos que posee el Ecuador con ayuda de las páginas web, el 40% de la población no maneja plataformas web por ello se da el desconocimiento de los sitios turísticos.

Pregunta # 2: ¿Cuándo visita los páginas web que información le agradaría recibir sobre los sitios turísticos cómo?

Tabla 6. Tabulación Pregunta 2

Conceptos válidos	Frecuencia	Porcentaje
Reservas Naturales	110	28,64%
Hospedaje	129	33,59%
Playas	145	37,76%
Total	**384**	**100%**

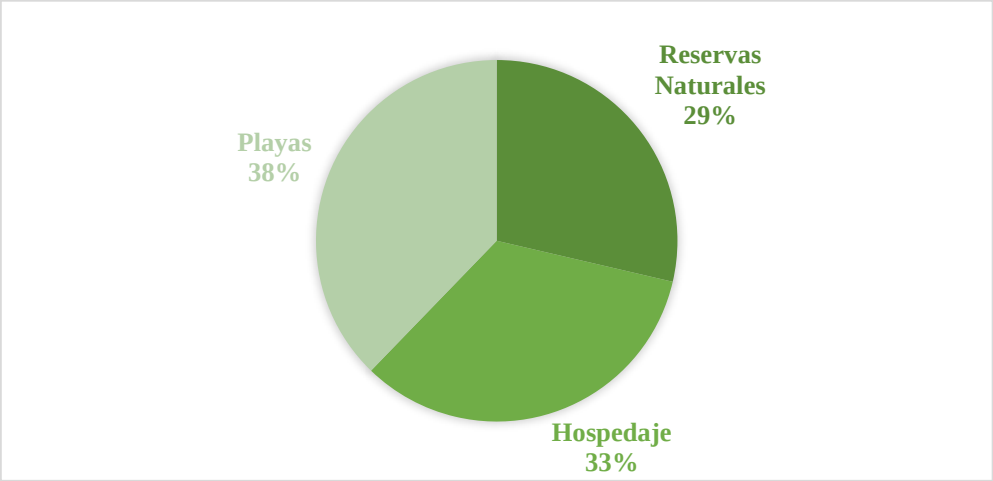

Figura 12. Diagrama pastel, Pregunta 2

Análisis: El 33% de las personas le agradaría recibir información sobre las playas que tiene la Costa Ecuatoriana, con el resto del tamaño de la muestra ha seleccionado que desean recibir información sobre hospedaje y reservas naturales.

Pregunta # 3: ¿Al momento de observas las páginas web de los sitios turísticos desea que tenga información actualizada?

Tabla 7. Tabulación Pregunta 3

Conceptos válidos	Frecuencia	Porcentaje
Si	332	86,45%
No	52	13,54%
Total	**384**	**100%**

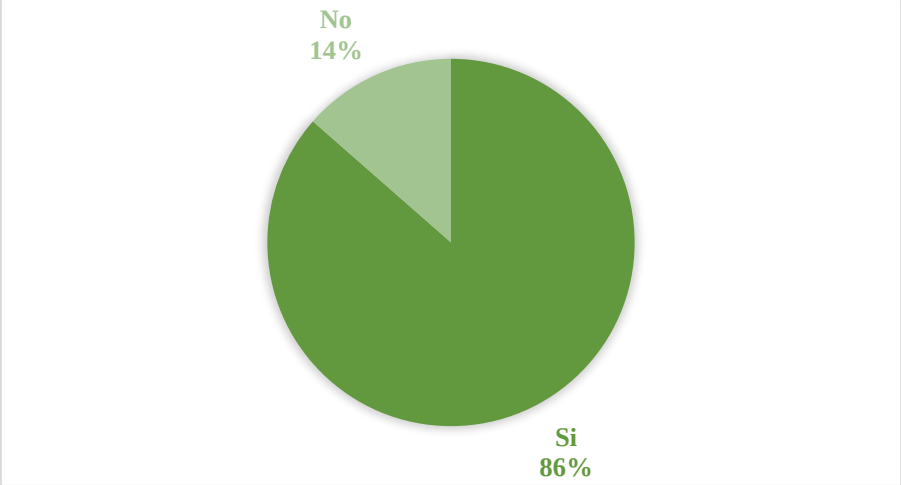

Figura 13. Tabulación Pregunta 3

Análisis: El 86% de las personas observan páginas web de los diferentes sitios turísticos obteniendo información actualizada y el 14% de la población no le interesa obtener información de los diferentes sitios turísticos.

Pregunta # 4: ¿Cuándo visita las páginas web de diferentes sitios turísticos le informan de las actividades que se puede realizar?

Tabla 8. Tabulación Pregunta 4

Conceptos válidos	Frecuencia	Porcentaje
Si	254	66,14%
No	130	33,85%
Total	**384**	**100%**

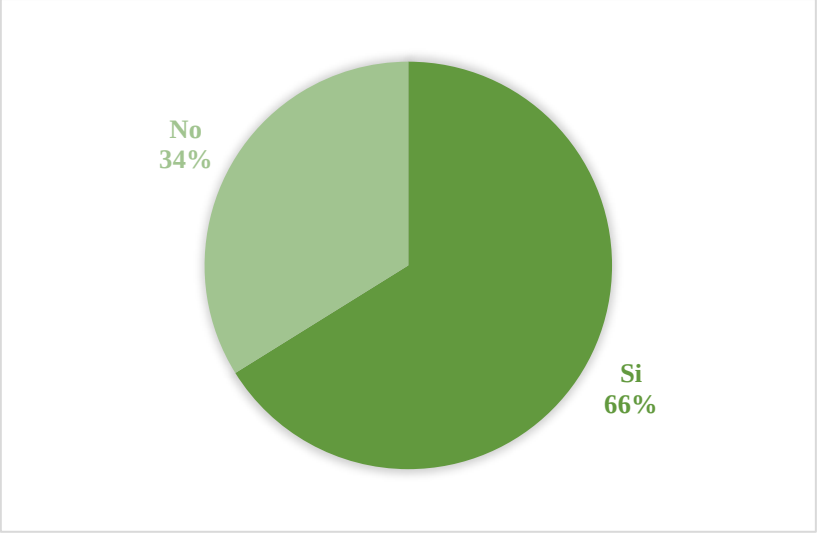

Figura 14. Tabulación Pregunta 4

Análisis: El 66% de las personas obtiene información de los diferentes sitios turísticos mediante el uso de las páginas web y el 34% de las personas no observar la información que posee los sitios web.

***Pregunta # 5**: ¿A través de qué medio de comunicación le gustaría recibir información sobre los sitios turísticos de la ciudad de Manta?*

Tabla 9. Tabulación Pregunta 5

Conceptos válidos	Frecuencia	Porcentaje
Redes Sociales	153	39,84%
Prensa	30	7,81%
Páginas Web	201	52,34%
Total	**384**	**100%**

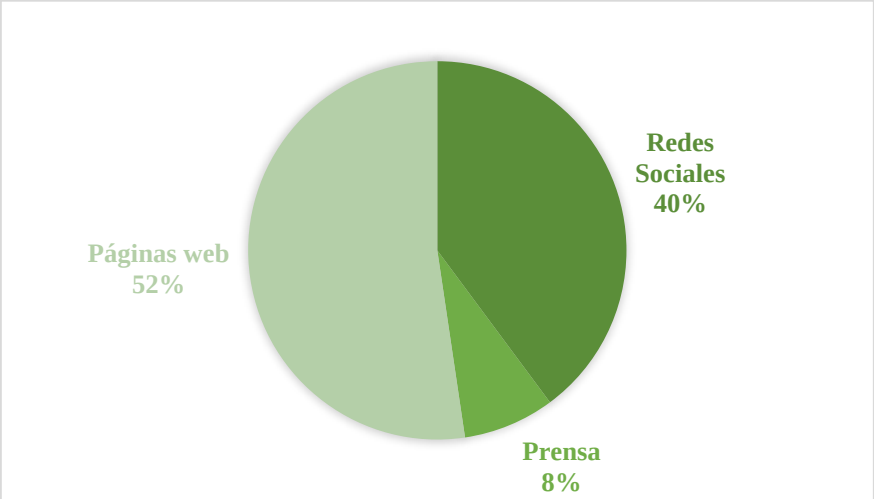

Figura 15. Tabulación Pregunta 5

Análisis: El 52% de las personas encuestadas desean recibir información de los sitios turísticos de Manta mediante las páginas web y el 40% mediante el uso de las redes sociales y el 8% mediante la prensa.

Pregunta # 6: ¿Conoce páginas web de sitios turísticos de la ciudad de Manta?

Tabla 10. Tabulación Pregunta 6

Conceptos válidos	Frecuencia	Porcentaje
Si	164	42,70%
No	220	57,29%
Total	**384**	**100%**

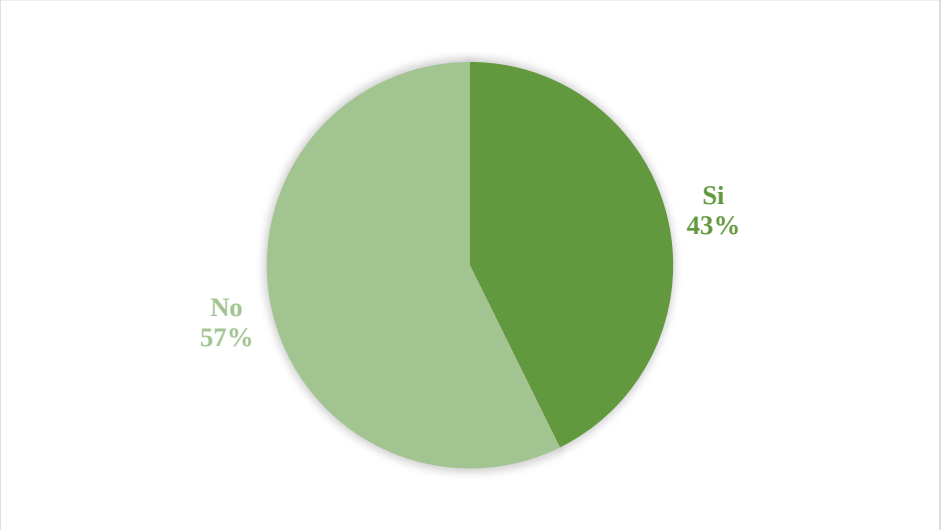

Figura 16. Tabulación Pregunta 6

Análisis: El 57% de personas conocen algunas páginas web que contengan información de los sitios turísticos que posee la ciudad de Manta, el 43% de las personas no maneja plataformas web.

Pregunta # 7: ¿Crees usted que a través del diseño de una página web y una campaña publicitaria incremente la afluencia de turistas a la ciudad de Manta?

Tabla 11. Tabulación Pregunta 7

Conceptos válidos	Frecuencia	Porcentaje
SI	287	74,73%
No	97	25,26%
Total	**384**	**100%**

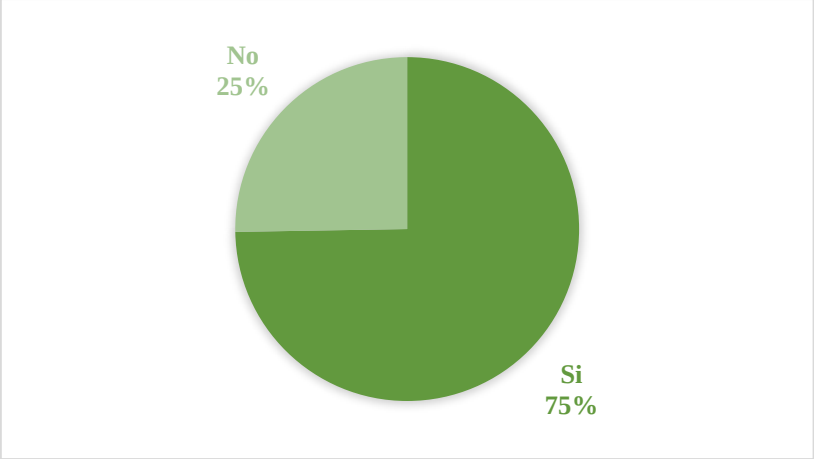

Figura 17. Tabulación Pregunta 7

Análisis: El 53% de las personas encuestas afirman que al realizar una página web de la ciudad de Manta implementando una campaña 360 incrementaría la actividad económica en los diferentes sitios turísticos de la ciudad y el 25% no está de acuerdo en que se incrementaría el turismo en la ciudad.

Pregunta # 8: ¿Crees usted que es importante que los ciudadanos conozcan los sitios turísticos que ofrece la ciudad de Manta para repotenciar el turismo y economía?

Tabla 12. Tabulación Pregunta 8

Conceptos válidos	Frecuencia	Porcentaje
SI	349	90,88%
No	35	9,11%
Total	**384**	**100%**

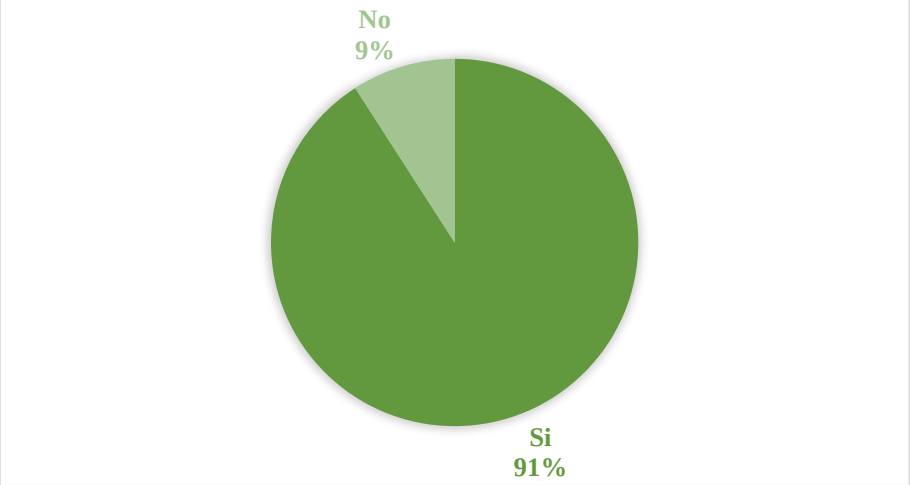

Figura 18. Tabulación Pregunta 8

Análisis: El 91% de las personas encuestadas afirmar que es importante que los ciudadanos conozcan sobre los sitios turísticos de Manta para poder incrementar el turismo y la actividad económica y el 9% no está de acuerdo en conocer los sitios turísticos de la ciudad de Manta.

CAPÍTULO V

LA PROPUESTA

5.01 Tema

Las páginas web y su incidencia en la repotenciación turística y económica de la población de Manta adicionando una Estrategia de Marketing 360.

5.02 Introducción

El proyecto tiene el objetivo de realizar una página web y una campaña 360, enfocada en repotenciar el turismo de la ciudad de Manta. La propuesta gráfica inicia con el diseño de un logotipo que resalte todas las actividades que posee la ciudad, al diseñar la página web se coloca información de los sitios turísticos y las actividades que se realizan en la playas, malecones y centros comerciales. En la campaña 360 se crea una estrategia creativa que sirve de guía para el desarrollo de las piezas gráficas y al final realizar un estudio de todo el presupuesto que se genera el proyecto tanto con el diseño de la página web y el pautaje en los diferentes medios de comunicación.

5.03 Herramienta Utilizadas

El siguiente proyecto consta de diferente software para la elaboración, diagramación y el diseño de la plataforma web y se utilizara los siguientes programas.

- Adobe Ilustrado CS6
- Adobe Photoshop CS6
- Adobe Muse CS6

5.03.01 Adobe Ilustrador CS6

La principal característica de este software es su capacidad para trabajar con gráficos vectoriales, y se destaca por la alta calidad de sus resultados y la presentación de su interfaz. Estas cualidades lo transforman en el favorito de los diseñadores e ilustradores (Pex, 2014).

Adobe Ilustrador es una herramientas que permite vectorizar elementos gráficos con este programa se diseña el logotipo con todas las especificaciones que desea establecer y la maquetación de la página web desde el diseño de los botones, texto, iconos y los demás elementos que posee el sitio web.

5.03.02 Adobe Photoshop CS6

Esta herramienta te ayuda a trabajar de forma más eficiente con sus numerosas opciones y explota la creatividad en el diseño adaptándose tanto a usuarios más profesionales como a aquellos que están empezando a desarrollar sus inquietudes artísticas. Adobe Photoshop soporta el acceso rápido a ficheros de datos, creación de imágenes para el diseño web, cientos de filtros, capas, efectos, etc. En definitiva, es la herramienta ideal para dar un acabado profesional a tus diseños, imágenes y fotografías. (Adobe, 2015).

Adobe Photoshop es un programa que permite retocar todas las imágenes, colocando brillos en las diferentes fotografías de la ciudad de Manta por último da un aporte general para la creación de los artes gráficos como avisos, afiches y los demás elementos para la campaña 360 del proyecto.

5.03.03 Adobe Muse CS6

Es una de las herramientas de Adobe más recientes y que quieren resolver los problemas con que nos encontramos al crear una página web sin conocimientos de programación HTML. Con Adobe Muse basta con añadir contenido, ya sea imagen, texto o hipertexto, colocarlo donde más te guste y guardar el proyecto. No tendrás que añadir etiquetas ni código HTML, ya que Adobe Muse lo hace por ti (López, 2015).

Muse es una plataforma que sirve para el diseño de la página web desde la implementación del diseño que se elaboró previamente colocando efectos de movimiento, degradados y la incorporación de un mapa turísticos, los contactos, un formulario y la presentación la página web de una forma interactiva y creativa.

5.04. Formulación del proceso de aplicación

5.04.01 Imagen Corporativa

Se presenta el logotipo de la ciudad de Manta, se divide con un isotipo que forma la M de la ciudad de Manta y contiene actividades que se realiza en la Playas de la ciudad y mantiene una tipografía que atrae a las personas a visitar la ciudad de Manta.

Figura 19. Logotipo de la ciudad de Manta

5.04.02 Colores

La implementación de los colores son parte primordial se divide en CMYK que sirve para trabajar en elementos gráficos impresos, RGB trabaja en elementos gráficos impresos y los PANTONES y sirven de guía para la implementación en diferentes plataformas web.

CMYK

Figura 20.CMYK

RGB

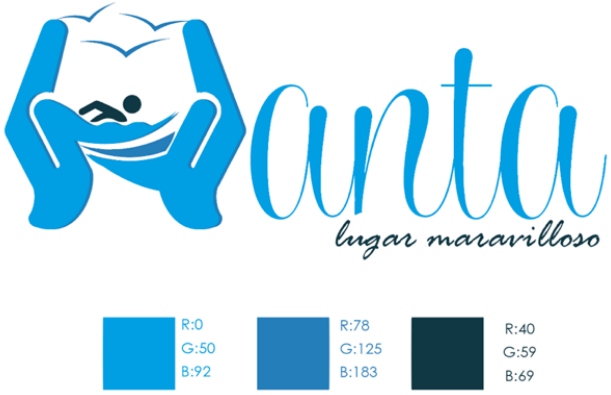

Figura 21. RGB

PANTONES

Figura 22. Pantones

5.04.03 Tipografía

La tipografía escogida es de la familia Rage Italic con esta letra el slogan se posiciona en la mente de las personas.

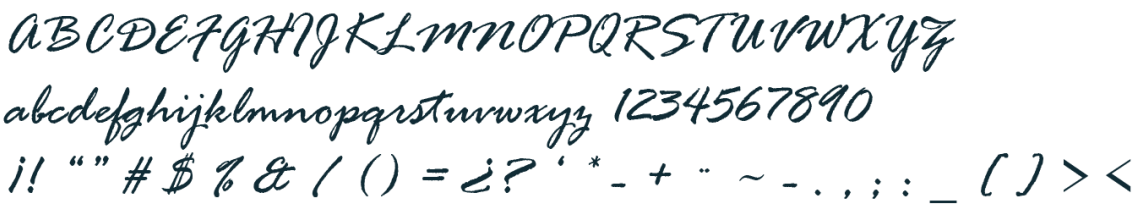

Figura 23. Tipografía

5.04.03 Botones

El botón de la página web diseñado se encuentra en la parte superior derecha los iconos son inicio, ciudad, cultura, tradición y los contractos de la ciudad de Manta.

Figura 24. Botones de la Página Web

5.04.04 Producción

La diagramación de página web contiene información correspondiente a la ciudad de Manta, sus actividades y sitios turísticos.

Figura 25. Página Web

5.04.05 Servicios

Los diferentes servicios que ofrece la página web son información sobre las culturas y las actividades que posee la ciudad de Manta.

Figura 26. Servicios de la Página Web

5.04.06 Imágenes

Las imágenes que se van utilizar en la página web y campaña 360.

Figura 27. Ciudad de Manta

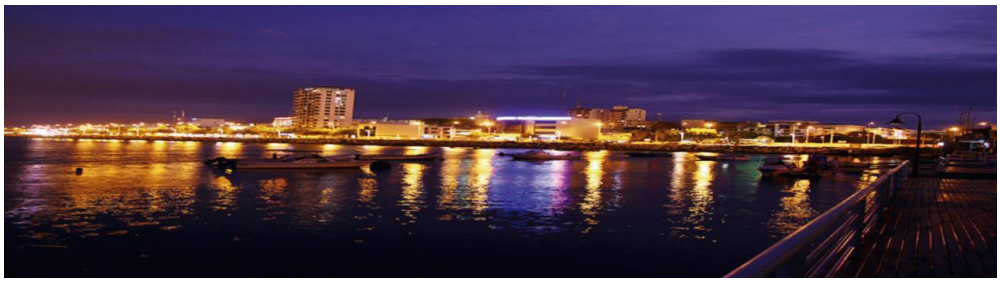

Figura 28. Pescadores de Manta

Figura 29. Fiestas de Manta

Figura 30. Comida típica

Figura 31. Playas

Figura 32. Deporte

Figura 30. Actividades

5.05. Marketing y Difusión

5.05.01 Estrategia Creativa

Beneficio Emocional: Visitar, Observar y Descubrir

Mensaje Básico; Conocer los sitios turísticos de la ciudad de Manta

Tono: Indiferente

Estilo: Formal o juvenil

Insight: Los mejores sitios turísticos de la ciudad de Manta

Eje de Campaña: Manta una ciudad de encanto natural

Slogan de Campaña: Descubriendo la ciudad de Manta

5.05.02 Plan de Medios

Medio Principal

Informativo

- Fan Page

Medio Secundario

Posicionamiento

- Avisos

Medio Auxiliar

Mantenimiento

- Material POP
- Roll Up

5.05.03 Presupuesto de Medios

Medio Principal

Informativo

Fan Page

0,5 ctv = 6 días

Días de la Semana = martes, miércoles, jueves, viernes y sábado

Semanas

30 x 5 = 150

150 x 0,5

= 75 Total

Medio Secundario

Posicionamiento – Aviso vemos el costo de los medios de diseño del aviso he impresión.

Tabla 13. Presupuesto del Aviso

Detalle	Valor U.	Cant.	Inversión
Diseño del Aviso	45.00	1	45.00
Impresión del Aviso	2.50	4	10.00
TOTAL			55.00

Medio Auxiliar

Mantenimiento - Material POP vemos el costo de medios auxiliares de vasos, esferos, gorras.

Tabla 14. Presupuesto de Material POP

Detalle	VALOR U.	CANT.	INVERSIÓN
Vasos	5.00	4	20.00
Esfero	1.50	4	6.00
Gorras	10.00	4	40.00
TOTAL			66.00

Roll Up

Tabla 15. Presupuesto de Roll Up vemos el costo del diseño he impresión del roll up.

Detalle	Valor U.	Cant.	Inversión
Diseño del Roll Up	35	1	35.00
Impresión del Roll Up	40	1	40.00
		TOTAL	75.00

Tabla 16. Presupuesto de la Aplicación

Detalle	Valor U.	Cant.	Inversión
Diseño del Logotipo	100	1	100.00
Página Web	400	1	300.00
Creación del Fan Page	150	1	150.00
TOTAL			550.00

5.05.05 Flow Chat

Tabla 17. Flow Chat

MEDIOS	INVERSIÓN
Medio Principal	
Fan Page	75.00
Sub Total	**75.00**
Medios Secundario	
Aviso	55.00
Sub Total	**55.00**
Medios Auxiliar	
Material POP	66.00
Roll up	75.00
Sub Total	**141.00**
Presupuesto de la Aplicación	**550.00**
Sub Total	691.00
+ 10% Imprevistos	69.00
Total de Presupuesto	**760.00**

Nota: El presupuesto del Proyecto es de 760.00, el costo de mano de obra es de 500.00 dólares.

5.05.06 Diseño de Piezas Gráficas

Fan Page

Figura 31. Fan Page

Aviso

Figura 32. Aviso

Roll Up

Figura 33. Roll Up

Material POP

Figura 34. Esferos

Figura 35. Gorra

Figura 36. Vaso

CAPÍTULO VI

Aspectos Administrativos

6.01 Recursos

6.01.01 Recursos Tecnológicos

Especie integrada por el conjunto de instrumentos que median entre la organización y el objeto de trabajo para conocerlo y conseguir el producto. Entre otros ejemplos destacan los siguientes:

Tangibles: computadora, cámara de video, encuestas y etc.

Intangibles: conjunto de técnicas de trabajo en cualquiera de las disciplinas sociales y físicas (Enríquez, 2002).

Entre los Recursos Tecnológicos se han utilizado los siguientes elementos:

COMPUTADORA

- Nombre del modelo Inspiron 558
- Identificador del modelo 3LPV062
- Nombre del procesador Intel Core i7
- Velocidad del procesador 2.4 GHZ
- Cantidad de procesadores 4
- Cantidad total de núcleos 4
- Memoria 8RAM
- Versión SMC (SISTEMA) Windows 10 PRO

CÁMARA

- Nombre del modelo Samsung s7 edge
- Cantidad de pixeles 12megapixeles
- Apertura f/1.7
- Resolución cámara de fotos (alto) 3024 Píxeles
- Resolución cámara de fotos (ancho) 4032 Píxeles

6.01.01. Recursos Materiales

Aquellos que constituye la infraestructura y los equipos básicos del Estado y que son orientados a satisfacer los fines últimos de la sociedad tales como: (Enríquez, 2002).

- Transporte y vías de comunicación
- Infraestructura básica
- Equipos colectivos

Tabla 18. Recursos Materiales

Descripción	
Internet	Hojas
Perforadora	Sacapuntas
Esferos	Calculadora
Cuadernos	Copias
Carpetas	Borrador

6.01.02. Recursos Humanos

Es el género resultante del conjunto de población real o potencial requerida para la ejecución de un plan o proyecto de intervención. (Enríquez, 2002, pág. 57).

Para realizar el presente proyecto cuenta con los siguientes recursos humanos

- Investigadora Marco Vinicio Tupiza Montenegro
- Tutor Msc. Laura Cajamarca
- Lector Ing. Marco Yamba

6.01.03. Recursos Económicos

Los derivados del conjunto de medidas económicas y presupuestarias de que dispone la administración, la comunidad, o las organizaciones para afrontar las actuaciones previstas con base en las necesidades analizadas. (Enríquez, 2002).

Tabla 19. Recursos Económicos

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Suministros de Oficina	10	90	900.00
Transporte	10	12.00	120.00
Alimentación	12	2,25	27.00
Anillados	2	9.00	18.00
Empastado	2	20	40.00
Impresiones	90	0,50	45.00
		Total	**1.150,00**
Flow Chart			**691.00**
		SUBTOTAL	**1.841.00**
		10% Imprevistos	**184.00**
		TOTAL	2.025.00

6.02. Cronograma

Término que nos ocupa, cronograma, es importante que, en primer lugar, procedamos a establecer su origen etimológico. Al hacerlo descubrimos que emana del griego, ya que se encuentra conformado por dos vocablos que lo son: el sustantivo "chronos", que puede traducirse como "tiempo", y la palabra "grama", que es equivalente a "mensaje escrito". (Merino, 2014)

Tabla 20. Cronograma

N.	Actividad	Resp.	Tiempo				Resultados Esperados
			Mes	Semana			
1	Problema de investigación	Autor	Abril			X	Obtener información necesaria del problemática de la ciudad.
2	Tema de investigación	Autor	Abril			X	Definir el Tema de investigación del proyecto
3	Planteamiento del Problema	Autor	Abril	X			Analizar la situación de la ciudad y su problema.
4	Justificación	Autor	Abril		X		Justificar el proyecto de investigación
5	Objetivos	Autor	Abril		X		Analizar cada objetivo de que establece en el proyecto
6	Antecedentes	Autor	Mayo		X		Buscar información sobre proyectos anteriores referente al tema de investigación.
7	Fundamentación Filosófica	Autor	Mayo			X	Investigar la fundamentación del proyecto

N.	Actividad	Resp.	Tiempo					Resultados Esperados
			Mes	Semana				
8	Fundamentación Legal	Autor	Mayo				X	Buscar la información legal que avalué el proyecto.
9	Categorías Fundamentales	Autor	Mayo	X				Establecer la categoría fundamental del proyecto.
10	Hipótesis	Autor	Mayo		X			Establecer la hipótesis del proyecto
11	Señalamiento de Variables	Autor	Mayo			X	X	Establecer la variable dependiente e independiente
12	Enfoque de la Investigación	Autor	Junio	X				Investigar los procesos de investigación
13	Modalidad Básica de la Investigación	Autor	Junio	X				Investigar las modalidades de proceso de investigación
14	Población y Muestra	Autor	Junio	X				Mencionar conclusiones y recomendaciones para promover el uso de la página web.
15	Racionalización de Variables	Autor	Junio		X			Diseñar las varias del proyecto de investigación
16	Plan de recolección de Información	Autor	Junio		X			Recolectar información sobre la población proyecto
17	Procesamiento y Análisis	Autor	Julio		X			Analizar las encuestas y realizar el proceso de investigación
18	Fuentes de Información	Autor	Julio			X		Buscar los tipo de fuentes que información que tiene el proyecto
19	Encuestas	Autor	Julio			X		Presentar el modelo de encueta
20	Tema	Autor	Julio			X		Establecer le tema de

N.	Actividad	Resp.	Tiempo			Resultados Esperados
			Mes	Semana		
						investigación
21	Introducción	Autor	Julio		X	Desarrolla una introducción de la propuesta gráfica
22	Descripción de la Herramienta	Autor	Julio		X	Describir las herramientas del proyecto de investigación.
23	Formulación de proceso de Aplicación	Autor	Julio		X	Inicio del proceso de diseño gráfico del proyecto
24	Proceso y Aplicaciones Gráficas	Autor	Julio		X	Desarrolla en proceso de diseño gráfico
25	Presupuesto de la Campaña	Autor	Julio		X	Establecer el presupuesto de la campaña publicitaria
26	Aspectos Administrativos	Autor	Agosto	X		Establecer los recursos administrativos del proyecto
27	Recursos	Autor	Agosto	X		Describir los recursos de proyecto de investigación
28	Cronograma	Autor	Agosto	X		Diseñar el cronograma del proyecto
29	Conclusiones y Recomendaciones	Autor	Agosto		X	Mencionar conclusiones y recomendaciones para promover el uso de la página web.

CAPÍTULO VII

Conclusiones y Recomendaciones

7.01. Conclusiones

- La ciudad de Manta posee varios sitios turísticos y se investigado la problemática que existe en la ciudad para la repotenciación turística.

- Investigación sobre los tipos de hosting que tiene el Ecuador para la implementación de la página web de la ciudad de Manta.

- El lenguaje de programación de las páginas web se ha diseñado con el formato HTML5 del siglo XXI.

- El Internet es parte primordial para la comunicación por ello se utilizar para colocar las pagina web y la campaña 360 de la ciudad de Manta.

- Investigado el tipo de población con la cual se trabaja en el proyecto de investigación para la realización del proceso de recolección de información.

- Determinar las variables del proyecto para la ejecución de la hipótesis y la creación de las variables dependientes e independientes.

- Determinar los sitios turísticos más representativos de la ciudad de Manta.

- Los turistas reconozcan a la ciudad de Manta identificando la imagen corporativa que se ha diseñado con todos los elementos gráficos.

- Implementar en las redes sociales información sobre los sitios turísticos de la ciudad de Manta.

- Con la implementación del sitio web en el Internet los turistas se informaran sobre los sitios turísticos de Manta.

- Mostrar fotografías publicitarias sobre los diferentes sitios turísticos que posee la ciudad de Manta.

7.02. Recomendaciones

- Revisar frecuente la programación de la página web y las actualizaciones correspondientes con información de todos los sitios turísticos de Manta.

- Mantener una línea gráfica de todos los elementos digitales que se elaboren para promocionar los sitios turísticos de Manta.

- Realizar nuevas publicaciones de eventos que se realicen en los sitios turísticos de Manta.

- Enfatizar en colocar fotografías publicitarias de los sitios turísticos y los platos tipos que posee la ciudad

- Compartir semanalmente contenidos de intercalación en los medios de comunicación para atraer a turistas a visitar la ciudad de Manta.

- Incentivar contantemente a los turistas a visitar la página web con ayuda de la campaña publicitarias

- Responder de manera inmediata a las preguntas de los turistas que desean información sobre la ciudad de Manta.

- Optimizar la campaña publicitaria y las redes sociales para captar las interacciones que ha recibido.

- Mantener actualizado el software de la página web para evitar posibles fallos en compatibilidad de navegadores.

- Realizar copias de seguridad de la página web con el fin de proteger la información de la ciudad de Manta.

Bibliografía

Adobe. (2015). *Adobe Photoshop*. (uptodown.com) Recuperado el 18 de Agosto de 2017, de Adobe Photoshop: https://adobe-photoshop.uptodown.com/windows

Acosta, J. (2012). *La imagen publicitaria.* Madrid: UOC.

A. Scott DuPree, D. W. (2003). *Comunicaciones y Difusión.* (C. P.-F. Silvia Siller, Ed., & W. T. Ltda., Trad.)

Banco Interamericano de Desarrollo. (2004). *El Marco Lógico para el Diseño de Proyectos.* Washington, DC.

Centro de Investigacion de Web- Universidad de Chile. (2008). *Cómo funciona La Web* (1 edición ed., Vol. I). (C. G. Gallardo, Ed.) Chile, Chile: Santiago de Chile.

Calderón, M. L. (2011). *Diseño Gráfico en Quito - Ecuador 1970 -2005* (1 edición ed., Vol. 1). (G. C. María Luz Calisto Ponce, Ed.) Quito, Pichincha.

Cazau, P. (2006). I*ntroducción a la Investigación En Ciencias Sociales* (3 Edición ed.). Buenos Aires.

G.Arias, F. (2012). *El proyecto de Invetigación* (Vol. VI). Caracas, Venezuela: EPISTEME, C.A.

Halberstadt, J. (2016). *ecuadorexplore*. Recuperado el 18 de Agosto de 2017, de La ciudad de Manta: http://www.ecuadorexplorer.com/es/html/la-ciudad-de-manta.html

López, J. M. (2015). *adobe-muse*. Recuperado el 18 de Agosto de 2017, de Diseño web sin saber programar: https://adobe-muse.softonic.com/mac

Merino, J. P. (2014). *Definicion*. Recuperado el 18 de Agosto de 2107, de Definición de cronograma: https://definicion.de/cronograma/

Morcillo, F. M. (2008). *Economía y turismo* (2 edición ed.). (M.-H. I. S.L., Ed.) España.

Paneque, R. J. (1998). *Metodología de la investigación* (Vol. I). La Habana: Ciencias Médicas del Centro Nacional de información de Ciencias Médicas.

Pex, E. (2014). *descargar*. Recuperado el 18 de Agosto de 2017, de Adobe Illustrator CS6: http://descargar.mp3.es/adobe-illustrator-cs6-p228765

Springer, A. (2015). *El Gran Libro de Diseño Web* (1 edición ed., Vol. I). (A. Springer, Ed.) Meredian Holding Group S.A, 2015.

Socatelli, M. A. (2011). *La Promoción & La Gestión de Medios.* Lecturas Tomadas de Promonegocios.net, Mercadeo.com – GestioPolis.com.

Sabino, C. (1992). *El proceso de investigación* (6 edición ed.). Caracas, Venezuela: Panapo.

Soriano, R. R. (2013). *Guía para realizar investigaciones sociales* (Vol. IX). Mexico: Plaza y Valdés, S. A. de C.V.

Sector, A. d. (2002). (R. Enríquez, Ed.) Recuperado el 2 de Agosto de 2017, de https://archivos.juridicas.unam.mx/www/bjv/libros/3/1439/6.pdf

Significados. (2017). Recuperado el 18 de Agosto de 2017, de Significado de Diseño: https://www.significados.com/diseno/

Tirado, D. M. (2013). *Fundamentos de marketing* (1 edición ed.). Publicacions de la Universitat Jaume I. Servei de Comunicació i Publicacions.

Anexos

Hostal Milán
Donde el descanso es un placer

CARTA AVAL

Quito 29 de septiembre del 2017.

Estimado INSTUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA, Coordinador de la actividad:

El **Hostal Milán** se complace en extender su aval a la solicitud del Sr. Marco Vinicio Tupiza Montenegro con numero de cedula 1723921092.

Para la presentación de su proyecto de **tesis "LAS PÁGINAS WEB Y SU INCIDENCIA EN LA REPOTENCIACIÓN TURÍSTICA Y ECONÓMICA DE LA POBLACIÓN DE MANTA ADICIONANDO UNA ESTRATEGIA DE MARKETING 360",** a realizarse del 23 al 24 de octubre de 2017.

Su participación en esta actividad nos compromete a multiplicar y aplicar en nuestra institución con la que colaboramos, los conocimientos adquiridos en el proyecto de tesis, además de que dicho proyecto ayudara a mejorar y facilitar el turismo, comprometiéndose a realizar proyectos pilotos para la confirmación de su funcionamiento.

El Sr./Sra. Karina Caicedo es Administradora Gustosa de participar dentro del proyecto de tesis.

Karina Caicedo

Administradora Hostal Milan

HOSTAL "MILAN"
DONDE EL DESCANSO ES UN PLACER
Direc: Calle 17 y Av. 6 (Esquina) Barrio Cordova
Cel: 099133619.
Manta - Ecuador

Urkund Analysis Result

Analysed Document: CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO 012.pdf (D30341371)
Submitted: 2017-09-02 01:20:00
Submitted By: marco.comark@gmail.com
Significance: 2 %

Sources included in the report:

tesis Alfredo Roman.docx (D22900464)
ARREGLADO_TRABAJO-DE-TITULACION-ARROYO_VARGAS-docx-1.docx (D30251888)
https://adobe-muse.softonic.com/mac

Instances where selected sources appear:

6