

UNIVERSIDAD DE CUENCA



FACULTAD DE ARTES

Rediseño del sitio web

“TurismoSanta Isabel-Azuay”

Trabajo de titulación previo a la obtención del título
de Diseñadora Gráfica

Autor:

Tania Patricia Vintimilla Saquicela
C.I: 0704799550

Director:

Ernesto Antonio Santos León
C.I: 0103895793

Cuenca-Ecuador
2018



RESUMEN:

El proyecto de titulación denominado REDISEÑO DEL SITIO WEB “TURISMO SANTA ISABEL-AZUAY”, trata de rediseñar la página web en cuanto a la navegación de esta página mediante la actualización de datos e implementación de otras tecnologías como las fotografía en 360, panorámicas, uso adecuado de la cromática y la tipografía mejorando la experiencia de usuario. Además que se pueda adaptar a los dispositivos que hoy en día se utilizan, con el fin de llegar a gran cantidad de usuarios, esto se resolverá enfocándonos la metodología de Jesse James Garret que ayuda a resolver de forma ordenada este tipo de problemáticas digitales.

PALABRAS CLAVES

WEB - INTERFAZ - SANTA ISABEL - TURISMO –
REDISEÑO

ABSTRACT:

This final project named “TURISMO SANTA ISABEL - AZUAY” A WEBSITE REDESIGN, is about a website redesign according to its web page navigation through a data update and other technological implementations like 360 degrees photographs, panoramics, the correct usage of chromatic and typography in such a way that user experience is improved. Besides this could also be adapted to many devices that are used today, with the goal of getting to a large number of users, this is going to be solved if we focus on Jesse James Garret’s methodology that is used to solve this kind of digital problems in an orderly manner.

KEYWORDS

WEB - INTERFACE - SANTA ISABEL - TOURISM –
REDESIGN



Contenido

| | | |
|--------|---|----|
| 1. | CAPÍTULO 1: Investigación | 9 |
| 1.1. | Turismo y comunicación | 10 |
| 1.1.1. | El turismo y la comunicación. Conceptos generales. | 10 |
| 1.1.2. | Turismo en Santa Isabel | 11 |
| 1.1.3. | Importancia del turismo en Santa Isabel | 12 |
| 1.1.4. | Estadísticas que genera el turismo en Santa Isabel | 12 |
| 1.3. | Sistema de Gestión de Contenidos (CMS) | 15 |
| 1.5. | La experiencia del usuario | 17 |
| 1.5.1. | La Estrategia: | 18 |
| 1.5.2. | El alcance: | 20 |
| 1.5.3. | La Estructura: | 21 |
| 1.5.4. | El Esquema o Esqueleto: | 25 |
| 1.5.6. | La Superficie: | 35 |
| 2. | CAPÍTULO 2: Definición | 38 |
| 2.1. | Metodología | 39 |

| | | |
|--------|--------------------------------------|----|
| 2.2. | Primero: Plano de Estrategia | 40 |
| 2.2.1. | Análisis de homólogos | 40 |
| 2.3.1. | Segmentación de Usuarios. | 50 |
| 2.3.2. | Necesidades del Usuario | 53 |
| 2.3.3. | Objetivos del sitio | 54 |
| 2.4. | Segundo: Plano de Alcance | 55 |
| 2.4.1. | Especificaciones Funcionales. | 55 |
| 2.4.2. | Requerimientos del contenido | 59 |
| | Lluvia de ideas | 59 |
| 2.5. | Tercero: Plano de Estructura | 61 |
| 2.5.1. | Diseño de Interacción | 61 |
| 2.5.2. | Arquitectura de la información | 61 |
| 2.6. | Cuarto: Plano del Esqueleto. | 63 |
| 2.6.1. | Elementos del diseño | 63 |
| 2.6.2. | Diseño visual de la marca | 67 |
| 2.6.3. | Estilo gráfico de la página | 68 |
| 2.6.4. | Bocetaje | 74 |



| | | |
|--------|--------------------------------------|-----|
| 3. | CAPÍTULO 3: Diseño Visual | 79 |
| 3.1. | Quinto: Plano de la Superficie | 80 |
| 3.1.1. | Prototipo final | 80 |
| 3.2. | Conclusiones y recomendaciones | 89 |
| 4. | Bibliografía | 91 |
| 5. | Anexos | 97 |
| 5.1. | Anexo 1: Entrevista 1 | 98 |
| 5.2. | Anexo 2: Encuesta1 | 100 |
| 5.3. | Anexo 3: Entrevista 2 | 104 |
| 5.4. | Anexo 3: Encuesta 2 | 105 |



Cláusula de licencia y autorización para publicación en el Repositorio Institucional

Tania Patricia Vintimilla Saquicela en calidad de autor/a y titular de los derechos morales y patrimoniales del trabajo de titulación **"REDISEÑO DEL SITIO WEB TURISMO SANTA ISABEL-AZUAY"**, de conformidad con el Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN reconozco a favor de la Universidad de Cuenca una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos.

Asimismo, autorizo a la Universidad de Cuenca para que realice la publicación de este trabajo de titulación en el repositorio institucional, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Cuenca, 11 de Octubre del 2018

Tania Patricia Vintimilla Saquicela

C.I: 0704799550

Cláusula de Propiedad Intelectual

Tania Patricia Vintimilla Saquicela, autor/a del trabajo de titulación **"REDISEÑO DEL SITIO WEB TURISMO SANTA ISABEL-AZUAY"**, certifico que todas las ideas, opiniones y contenidos expuestos en la presente investigación son de exclusiva responsabilidad de su autor/a.

Cuenca, 11 de Octubre del 2018

Tania Patricia Vintimilla Saquicela

C.I: 0704799550



Para revisar el proyecto en línea visitar:

TurismoSantalsabel.fordots.com

DEDICATORIA

A Dios, una parte importante en mi vida y de mi formación, por haberme brindado salud para avanzar día a día en todas mis labores y poder lograr mis objetivos.

A mis padres que a pesar de la distancia me han apoyado en toda mi educación ya que este logro se obtuvo gracias a ellos que aunque no estén aquí han estado acompañándome espiritualmente en todo el transcurso de mi educación.

A mis abuelos que han sido el pilar fundamental de mi vida, que han sabido formarnos con buenos hábitos y valores, ellos que estuvieron allí cuidándome, incentivándome para no darme por vencida, que siempre buscaban la forma de ayudar a levantarme y seguir hasta cumplir con lo que me propuse.

TANIA PATRICIA VINTIMILLA SAQUICELA

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por acompañarme y protegerme en mi camino, por ayudarme a superar todos los obstáculos.

A mi tío José, por su apoyo incondicional brindándome su confianza y consejos para poder lograr mis objetivos.

A Jorge por acompañarme en esta etapa de mi vida y apoyarme en todo momento, compartiendo conmigo alegrías y fracasos.

A mi director de tesis Mst. Ernesto Santos por su valiosa guía y asesoramiento de la misma, logrando así concluir con este ciclo.



PROBLEMÁTICA O NECESIDAD A RESOLVER

Los sitios web existentes del Cantón Santa Isabel no cuentan con una experiencia de usuario satisfactoria, no comunica de manera eficiente al usuario sobre las maravillas turísticas del cantón. No persuaden al turista para elegir este lugar como un destino turístico. La legibilidad de los textos es deficiente al contar con un *body* con transparencia, La calidad fotografía es *amateur* y no representa de manera efectiva la diversidad del cantón. Por ello, el sitio web a rediseñar es ineficiente. El contenido que muestra se encuentra desactualizado y la redacción del contenido no conecta con el usuario, sólo muestra información general.

En la actualidad la diversificación de la tecnología ha hecho que el contenido tenga que adaptarse a distintos dispositivos para acceder a la información. Actualmente según datos Statista.com el 50% de los usuarios de internet acceden mediante dispositivos móviles y el sitio web a rediseñar de Santa Isabel no es responsivo.



OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Rediseñar el sitio web “Turismo Santa Isabel-Azuay”, a través del uso de herramientas para creación de páginas web, identificar al usuario y el nivel de experiencia o interactividad, con la finalidad de dar a conocer al turista la diversidad de lugares que tiene el cantón Santa Isabel.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Recopilar información: datos y fotos de los lugares turísticos de Santa Isabel e identificar el público meta.
2. Determinar los elementos de diseño para la creación de páginas web e identificar las características que el sitio necesite.
3. Rediseñar el sitio web para dar a conocer el cantón Santa Isabel como un sitio altamente turístico.

1. CAPÍTULO 1: Investigación



1.1. Turismo y comunicación

“El sector turístico es un eje fundamental para el desarrollo económico del país, pues se ha colocado como la tercera fuente de ingresos no petroleros del Ecuador” (Ministerio de Turismo, 2014)

1.1.1. El turismo y la comunicación. Conceptos generales.

En este apartado se revisarán los conceptos planteados en el proyecto “Promoción y comunicación turística” de Melisa Coutin y Mónica Sánchez (2010). Su investigación trata sobre cómo influye la comunicación en el desarrollo del turismo.

Las autoras, inician su análisis desde la perspectiva de la globalización. Muchas empresas compiten diariamente buscando un modo de sobresalir entre la competencia, se ha utilizado la comunicación como un medio para conseguir un fin específico, promocionando dicho producto o servicio que esté ofertando la empresa.

La importancia de utilizar la comunicación en el sector turístico, es crear sensaciones de satisfacción en el



usuario, ya que al brindarle la información necesaria verá todas las ventajas que posee, con el caso del turismo podemos encontrar sugerencias como: las actividades que se puede realizar, el equipamiento para su destino, más el uso de imágenes, sonidos que transportan al usuario a imaginar y recrear una experiencia sensorial, brindándoles confianza al momento de visitar ese lugar, de esta manera se influencia en la toma de decisión para optar por nuestro producto o servicio.

Históricamente, la comunicación se ha utilizado a lo largo del tiempo para dar a conocer un servicio o lugar. Aunque no existen registros exactos en el Ecuador que nos permitan identificar el nacimiento de la promoción turística, podríamos afirmar que los lugares eran conocidos y las personas decidían conocer uno u otro lugar debido a la recomendaciones verbales —*de boca en boca*— inclusive antes que el turismo se vea como un área importante en la generación de ingresos.

Según Caiza y Molina (2012). En su análisis histórico de la evolución del turismo en el territorio ecuatoriano, con la aparición de la tecnología en la época colonial, que se dio en el

siglo XVI hasta siglo XIX cuando se comenzó a dar el comercio marítimo entre Guayaquil y Acapulco, se comenzó a tener la necesidad de viajar ya con un fin de recreación. Luego, al incrementarse la demanda de servicios turísticos se utilizaron otros medios como los impresos —afiches o volantes— con el objetivo de llegar a una mayor audiencia. Por otro lado, debido a los avances tecnológicos y los constantes cambios, se hace necesario adaptarse a estos nuevos requerimientos, hoy, para vender un producto o servicio, y promocionar un lugar es indispensable recurrir al uso del Internet, ya que nos permite llegar de diferentes maneras a nuestros posibles clientes.

1.1.2. Turismo en Santa Isabel

Anteriormente hablamos sobre la importancia de la comunicación como una herramienta necesaria para el turismo. A continuación explicaremos los aspectos importantes por los cuales la comunicación es clave para rescatar el turismo en el cantón Santa Isabel.



1.1.3. Importancia del turismo en Santa Isabel

Una de las razones importantes del turismo es que ayuda a mejorar la economía del lugar, creando emprendimientos relacionados con el sector como: restaurantes, hospedajes, transporte y además que al trabajar con las áreas naturales se puede implementar la capacitación de los propios moradores generando así ingresos para su sustento.

Santa Isabel es un lugar que cuenta con una fauna, flora y clima variado, con paisajes hermosos para el visitante, según investigaciones sobre el turismo en el Azuay por Grisell Larrea y María León (2001), se sabe que la mayor parte de ingresos es generada por los recursos naturales.

En definitiva, gracias a la diversidad con el que cuenta el cantón, es un lugar apto para hacer turismo de aventura, descanso, familiar, deporte y religioso. Por esto es necesario diseñar un plan que ayude a fomentar la visita continua del turista.

1.1.4. Estadísticas que genera el turismo en Santa Isabel

En Santa Isabel es importante rescatar el turismo porque cuenta con lugares ideales para visitar, pero es necesario analizar el aporte que hace al cantón; por ello se realizó una entrevista con el fin de conocer el estado actual.

En la entrevista (*ver anexo 1*), Mayra Román encargada del área del turismo en el Municipio de Santa Isabel afirmó que actualmente no existen estadísticas registradas sobre los ingresos que genera el turismo en el cantón. Pero según nos comenta que gracias a su clima variado, es un lugar que recibe muchos turistas de diferentes lugares, especialmente de los cantones cercanos como Cuenca y Gualaceo, esto se aprecia sobre todo los fines de semana y feriados.

El turismo en Santa Isabel no ha sido tratado con mucho interés ya que es considerado principalmente como un cantón agrícola, pero hoy en día se está trabajando para explotar de la mejor forma los recursos naturales que posee, creando rutas que el turista puede elegir mientras se encuentra en el cantón, con la

intención que el turismo se organice y sea un importante ingreso económico para Santa Isabel.



Foto del centro de Santa Isabel¹

1.2. Reseña histórica de la Web

El turismo de Santa Isabel es la base de nuestro proyecto, pero a continuación se tratará sobre el medio que utilizaremos para difundir el proyecto. La web hoy en día es una herramienta importante y útil para promocionar un lugar ya que permite llegar a mucha gente.

¹ Vintimilla, T. (2017). Centro del cantón Santa Isabel, Biblioteca digital personal.

Uno de los importantes avances que se dio en el siglo XX es la creación del internet que comenzó como experimento dando origen a la red ARPANET (Red perteneciente a la agencia de investigación de proyectos avanzados) en 1969.

A inicios de los noventa se dio la llegada de World Wide Web (www), La web 1.0 es conocida como una web estática que nació en 1989, se publicaba contenidos que solo el web máster o programador podía modificar. En esta etapa todavía no existe la interacción entre el contenido y el usuario, es decir no se podía hacer comentarios.



Imagen del funcionamiento de la Web 1.0²

² "Haz historia" (2014) Historia del WWW: de la web 1.0 a la web 3.0: Recuperado de <https://www.hazhistoria.net/blog/historia-del-www-de-la-web-10-la-web-30>

Es la segunda etapa la Web 2.0 creada en el 2000 Es una web bidireccional, es decir comienza a ser interactiva y a diferencia de la web 1.0 esta te da la libertad de editar los contenidos por los usuarios y no solo por el dueño de la página.

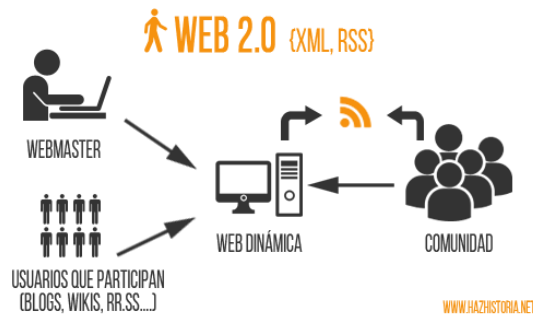


Imagen del funcionamiento de la Web 2.0 ³

Y la web 3.0 que es la nueva versión con la que se está comenzando a trabajar conocida también como web semántica, se comenzó a pensar más en la interacción que el usuario tiene al navegar en la web. “Existen diversas características que la definen, entre las cuales podemos mencionar: semántica, geo-localización, web 3D, accesibilidad

³ “Haz historia” (2014) Historia del WWW: de la web 1.0 a la web 3.0: Recuperado de <https://www.hazhistoria.net/blog/historia-del-www-de-la-web-10-la-web-30>

desde diversos dispositivos y también inteligencia artificial.” (De Luca, 2011, p.70) Esta versión toma mucha fuerza con la llegada de los smartphome es por ello que es muy importante estar a la vanguardia.



Imagen del funcionamiento de la Web 3.0 ⁴

⁴ “Haz historia” (2014) Historia del WWW: de la web 1.0 a la web 3.0: Recuperado de <https://www.hazhistoria.net/blog/historia-del-www-de-la-web-10-la-web-30>

1.3. Sistema de Gestión de Contenidos (CMS)

A continuación analizaremos los distintos sistemas de Gestión de contenidos debido a que estos nos ayudan a crear un sistema fácil de crear, manipular y difundir contenidos

“Si el cliente desea actualizar el sitio web que hemos realizado para él, pero no sabe nada de HTML, configuramos un CMS (Content Management System) para permitir la entrada de datos y modificaciones del sitio web a través de un formulario.” (Pipes, A. 2011, p. 148)

Para este análisis tomamos en cuenta el tipo de información que vamos a manejar porque definiendo esto se elegirá el soporte adecuado ya que existen diversos CMS para la creación de una página, por ejemplo: “tipo de contenido a gestionar, soportes de publicación, roles y perfiles de los participantes en la gestión de la información, frecuencia de actualización de los contenidos, número de usuarios concurrentes que acceden a la información, complejidad de las estructura de contenido a gestionar, requisitos de integración y

de seguridad, cumplimiento de estándares de usabilidad, necesidad de contenidos multilenguaje, ampliación de la funcionalidad básica, cumplimiento de estándares acceso a soporte y formación profesional.” (*Centro de Apoyo Tecnológico a Emprendedores, Fundación Parque Científico y Tecnológico de Albacete, 2012, p.6*). Hay que analizar muy bien el objetivo que tiene la información del contenido para poder elegir un gestor de contenido apto para dar solución. Entre los programas más utilizados de software libre tenemos:

Wordpress



Este gestor de contenidos se ha utilizado para crear diversas páginas web. Es el sistema más popular en el internet, por ser flexible al momento mantener actualizada la información y cuenta con herramientas como: plantillas que permiten o facilitan el diseño de una página web y *plugins* que añaden muchas funciones.



Drupal



Muy utilizado por los usuarios más avanzados que buscan un sistema gestor de contenidos, no tiene un fin específico por ende se desempeña trabajando en cualquier tipo de páginas web al ser un CMS robusto.

Joomla



Un software libre, en el que podemos crear sitios web sin dificultad, sin necesidad de tener mucho conocimiento, facilitando a que el propio cliente la administre, siendo así uno de los más utilizados para páginas gubernamentales.

1.4. La web como herramienta de comunicación

El sistema de gestión de contenidos permite crear páginas para comunicar cualquier tipo de mensaje, en este caso se pretende promocionar un lugar turístico, para ello es necesario saber cómo llegar a nuestro objetivo utilizando este recurso.

Con el paso del tiempo y la creación de nuevas tecnologías los medios de comunicación han ido evolucionando desde su origen, esto se debe a que se ha ido incrementando la oferta y la demanda, por ende muchas empresas se han visto en la necesidad de buscar nuevas formas para darse a conocer ante los consumidores y para competir en este mundo globalizado. Tal es el caso del turismo, un servicio que va teniendo mucho auge debido a que se comienza a explotar la riqueza que posee un estado o un país.

Esto se debe a nuevas leyes que se han ido implementado en diferentes países que motiva al rescate y conservación de estos lugares, haciendo así un lugar apto para el turismo, ya que al ser patrocinado estos sitios, contarían con más control y seguridad para la estadía del turista. Por eso para

muchas de las empresas que se dedican al turismo y que quieren llegar a un extenso público, una de las herramientas más utilizadas para ofertar su servicio es mediante la tecnología y el internet, podemos ver un sinnúmero de páginas que muestran al turista cómo será su experiencia al visitar tal lugar.

Una página web puede ser una gran herramienta para cumplir con nuestro objetivo que es el turismo, pero también debemos saber que se pueden trabajar con otros medios que ayuden a reforzar el concepto y además que la página tenga más acogida.

Además, mediante ella podemos llevar a cabo campañas con ayuda de otros medios que nos hagan llegar a nuestro público más fácilmente.

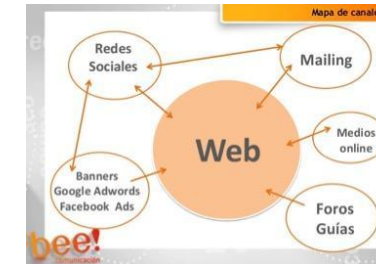


Imagen de Marketing de Contenidos Estrategia, Blog y Mail. ⁵

1.5. La experiencia del usuario

Al conocer al usuario y comprender sus necesidades es importante comenzar a diseñar el esqueleto del sitio web, listando su funciones, requerimientos y definiendo los elementos importantes. Para poder entender más claramente sobre la usabilidad nos enfocaremos en lo que dice Jesse James Garret en su libro de (2011) Elementos de la experiencia del usuario, nos dice que el usuario debe tener al alcance lo que busca o no debería tomarle mucho esfuerzo encontrar el contenido. A continuación explicando también algunos de los

⁵ Nuñez, C. (2014). Marketing de Contenidos Estrategia, Blog y Mail: Recuperado de <http://es.slideshare.net/Ceciu/marketing-de-contenidos-estrategia-blog-y-mail>

puntos importantes que estos planos comprenden que necesitaremos para nuestro proyecto.

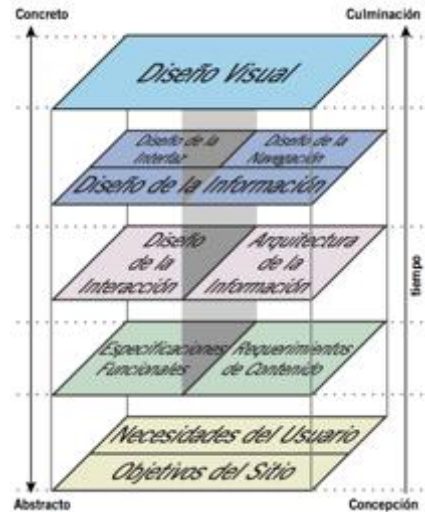


Imagen tomada de la página de James Garrett, experiencia del usuario.⁶

1.5.1. La Estrategia:

En la primera etapa, habla de especificar los objetivos que se quiere lograr con la página y necesidades de los usuarios. Aquí se hará una investigación tanto del producto

como del usuario, recurrir a toda la información disponible, entrevistas, encuestas entre otros.

1.5.1.1. Segmentación de usuarios

Personas (Modelado del Usuario)

Para comenzar a diseñar para la web usaremos la metodología de Jesse James Garrett en la cual debemos entender las necesidades del usuario y los objetivos del sitio, para lo cual debemos especificar cuál será nuestro público, es aquí donde se comienza con el primer plano que es la **Estrategia**.

Por lo que iniciaremos generando el modelo del usuario basándonos en los conceptos de Alan Cooper. Él se refiere a este método como “personas”, un aspecto muy importante, ya que los objetivos del sitio siempre deben estar alineados con las necesidades del usuario.

Para esto debemos saber quién es nuestro usuario, cuáles son sus necesidades y objetivos. Hacer un análisis de

⁶ Garrett, J. (2011). Elementos de la experiencia del usuario: Recuperado de http://www.jjg.net/elements/translations/elements_es.pdf



muchas personas o futuros usuarios, nos ayudará a reconocer que tienen en común todos ellos, su comportamiento, necesidades, gustos, aficiones, entre otros. El objetivo final es crear un modelo usuario ideal para el uso de nuestro sitio. Para obtener resultados óptimos (Cooper 2007, p.76) para que sea más real se dará un nombre y foto, aunque sabemos que no es una persona real, sabemos que sus datos o la información con la que se elaboró son acercados a la realidad.

Tener una persona sirve al momento de diseñar, ya que nos ayudará a tomar mejores decisiones al analizar la forma en que se comportaría al utilizar el producto. Para finalizar tenemos que tener en cuenta que antes de buscar una solución a nuestro problema debemos primero saber quiénes pueden convertirse en nuestros usuarios.

1.5.1.2. Objetivos del sitio

Una de las razones por la que se define este tema es para saber que queremos que ofrezca dicho producto o servicio según las necesidades de nuestro usuario, que es lo que

queremos principalmente cumplir. Ya que en ocasiones nos vemos obstaculizados al enfocarnos primeramente en generar dinero ofreciendo diversidad de productos sin pensar si es lo que nuestro público objetivo necesita. Por ello especificar los objetivos tanto principal y específicos nos ayudara a marcar un parámetro al cual nos debemos regir para poder llegar y satisfacer al usuario definiendo como lograremos cumplir este propósito y que beneficios tendrán al usar el producto.

1.5.1.3. Necesidades del Usuario

Las necesidades del usuario son unas de las bases primordiales para que un proyecto tenga éxito, ya que es esta investigación la que nos ayudará a que las ideas de solución, encaminen a nuestro público objetivo a involucrarse a conocer más de nuestro tema. Es importante recalcar que al momento de diseñar un producto o servicio no se lo haga para uno mismo sino que se debe analizar un público meta que es al que vamos a vender y que debe cumplir con sus expectativas debido a que una imagen puede ser entendida diferente ya sea en distintos países o entre estratos sociales, al haber definido el público



objetivo se analiza que es lo que necesitan, lo que otros productos no han podido satisfacer.

1.5.2. El alcance:

Al hablar del alcance nos referimos a la parte del contenido, especifica qué tipo de producto es y la funcionalidad que va a tener, se debe definir las especificaciones funcionales, es decir pensar en las funciones y características que tendrá el producto o servicio y los requerimientos del contenido, se trata de saber elegir o analizar qué elementos podemos utilizar para resolver las necesidades del usuario.

Requerimientos de la página

Se trata de especificar algunos lineamientos o camino que tendrá, ya que es importante especificar qué es lo que se quiere hacer o crear, así al realizar el proceso de diseño se sabrá que es lo que ya hemos conseguido y que es lo que nos falta cumplir. Por ello se definirán dos puntos la parte de especificaciones funcionales y el contenido, a continuación se explicara más detalladamente.

1.5.2.1. Especificaciones funcionales

Al definir los objetivos nos damos a la idea que es lo que nuestra página debería hacer pero al saber las especificaciones funcionales nos resolverá claramente que es lo que nuestra web hace. Esto la mayoría de tiempo está definido por el tipo de información o contenido que se pretende ofrecer al usuario. Ya que aquí también se definirá que tipo de CMS (Content Managing Systems) se utilizará, pensando si el contenido debe ser actualizado continuamente es necesario buscar un sistema amigable para que nuestro cliente pueda usar.

1.5.2.2. Requerimientos del contenido

Aquí especificaremos toda la parte del contenido ya sea que se fuera a utilizar textos, imágenes, audios, videos, etc. Estos con el fin de que logren cumplir con el propósito establecido en los objetivos de la página. Aquí se mostrar información necesaria para cumplir con las necesidades que



puede tener nuestro usuario, esto para saber con qué herramientas se cuenta para el diseño o rediseño.

1.5.3. La Estructura:

En la estructura nos enfocaremos en dos puntos importantes: interacción y arquitectura. En cuanto a la interacción se trata de saber cuál es la solución que se dará y el comportamiento que tendrá del usuario. La arquitectura de la información trata de saber cómo organizar el contenido para hacer la navegación del usuario mucho más fácil. Para esto se utiliza mapas de flujo, para mostrar cuáles serán algunos de los posibles viajes que hará el usuario. Pero más adelante se hablará con más a detalle sobre estos términos.

1.5.3.1. Usabilidad

La usabilidad forma parte de mejorar la experiencia del usuario, estando englobado dentro del diseño de la Estructura que es el tercer plano que Garret plantea, por eso en el siguiente ítem abordaremos el tema usando conceptos basados en el punto de vista de autores como Alan Cooper en

cuento a la interacción y sobre la usabilidad por Steven Krug (2006) y Jacob Nielsen (2000).

En el siguiente tema abordaremos conceptos de la usabilidad según el punto de vista de Steven Krug (2006), basándonos en su libro ¡No me hagas pensar! Segunda edición, nos dará algunas normas al momento de diseñar.

“La usabilidad solo significa que algo funcione bien: que una persona con capacidad y experiencia media (o incluso por debajo de la media) pueda ser capaz de usar algo (ya sea un sitio web, un avión de combate o una puerta giratoria) con el objetivo deseado sin sentirse completamente frustrado” (Krug. 2006. p. 5)

Continuando con el proceso para diseñar o en nuestro caso rediseñar una página web, primero buscaremos que el usuario no se sienta confundido al navegar en nuestro sitio. Por ejemplo al hablar de botones, se debe utilizar nombres que sean familiares para el usuario y no tanto técnicos, que pueda en el primer vistazo resolver si dará clic en el botón y no llevarlos a una serie de interrogantes que los hacen dudar.



Otro de los autores que nos hablan de la usabilidad es Jakob Nielsen (2000), que nos da algunos consejos principales para mejorar la usabilidad de un Sitio Web:

- **Aclarar el propósito del sitio:** esto quiere decir que el usuario pueda saber sobre que trata la página, ya sea con información en la pantalla principal o también esto se puede lograr solamente con una frase.
- **Ayudar a los usuarios a encontrar lo que buscan:** En el caso de páginas que tiene mucho contenido es necesario mostrar claramente el motor de búsqueda que será una herramienta que ayudará a buscar más fácil la información, además otra forma es dando prioridad a los puntos importantes que tiene la página, así el usuario sabrá por dónde comenzar.
- **Mostrar el contenido del sitio:** es una parte importante al momento que el usuario navegue en la página web, podrá tener al alcance las opciones que necesite para evitar perderse.

- **Diseño para mejorar la Interacción, no para definirla:** es decir que el diseño no debe sobresalir de la página web, sino que este tiene que ayudar a interpretar la información, porque de nada sirve un buen diseño cuando la información es deficiente.

1.5.3.2. Diseño interacción

Cuando hablamos de interacción nos referimos al comportamiento y la respuesta que existirá entre dos agentes: el usuario y los objetos de la interfaz.

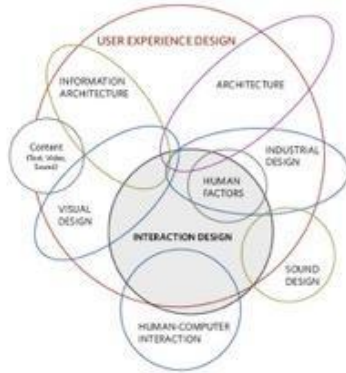


Imagen del diseño de interacción de Dan Saffer⁷

El diseño de interacción “tiene que ver más de forma significativa con la satisfacción de las necesidades y deseos de las personas que van a interactuar con un producto o servicio” (Cooper. 2007, p.156), el objetivo del diseño de interfaz es, hacer fácil usar un servicio, logrando que el usuario realice acciones de una forma agradable e intuitiva, sin tener que buscar mucho y siempre pensando desde el punto de vista del

usuario no del diseñador. Es muy frecuente que las personas confundan el diseño de interacción con el diseño de interfaz pero, para explicar más claramente, el diseño de interacción se trata de funciones o elementos que se usarán para proporcionar retroalimentación, mientras que en el diseño de interfaz se trata de la ubicación de cada uno de estos elementos.

En definitiva un diseñador debe enfocarse en que, para tener una buena interacción entre persona y el objeto, las funciones que se escojan debe generar la menor fricción cognitiva según Cooper (2007) y resolver las necesidades del usuario a la brevedad, otorgándole la mayor cantidad de retroalimentación posible.

- **La regla de 3 clics**

La regla de los 3 clics está dentro de la usabilidad con el fin de mejorar la navegación del usuario. Acevedo (2013), nos

⁷ Saffer, D. (2013). Microinteractions: United States. Published by O'Reilly Media, Inc. Recuperado de <http://www.kickerstudio.com/2008/12/the-disciplines-of-user-experience/>



habla que esta es una regla con la que se ha ido trabajando a lo largo del tiempo para el diseño de páginas web, para que esta regla funcione se debe organizar muy bien la arquitectura de la información para que el usuario pueda acceder a todo el contenido con 3 clics, pero hoy en día se está cuestionando porque a veces seguir esta regla a cabalidad afecta a la usabilidad y la interacción.

Es una regla que fue pensada con el propósito de que el usuario acceda a la información que busca en menor tiempo posible, evitando así que se frustre, pero actualmente se ha comprobado que no importa cuántos clics des si estos te ayudan a estar más cerca de lo que necesitas. Para concluir un consejo a la hora diseñar es pensar en que cada interacción o clic sea lo más claro y eficaz.

1.5.3.3. Arquitectura de la información

“La arquitectura de información (AI) se ocupa del diseño estructural de los sistemas de información, su problema central es la organización, recuperación y presentación de información mediante el diseño de ambientes intuitivos” (*Baeza, Rivera & Velasco. 2004. p, 169*)

Luego de conocer el diseño de interacción dentro del plano de estructura también es importante definir los elementos de la información que ayudaran al usuario a navegar sin dificultad. Por ello hablaremos de la arquitectura de la información, a esto nos referimos principalmente a la forma que será organizado todo el contenido, de manera en que el usuario cuando visite nuestra página no tenga problemas y logre encontrar toda la información de forma rápida, Aquí debemos analizar que son usuarios con diferentes conductas, pensar en la forma que los nuevos usuarios sepan dónde puede encontrar lo que buscan, se comienza a categorizar en contenido, agregándoles nombres que sean entendibles y en el contexto del usuario.

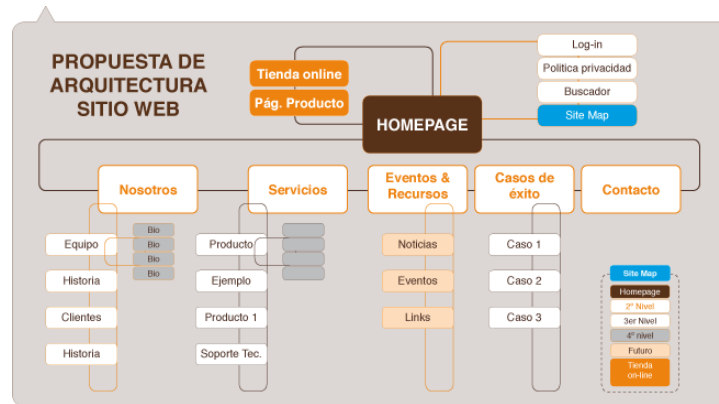


Imagen de propuesta de la arquitectura de un sitio web⁸

1.5.4. El Esquema o Esqueleto:

En esta parte se trabaja en la organización y ubicación de los diferentes elementos como pueden ser botones, imágenes, videos, textos, es decir en el diseño de interfaz, navegación y de la información. Comenzamos a organizar los elementos que irán en cada pantalla, el diseño de interfaz lograra una buena interacción del sitio con el usuario, la navegación es dotar de los elementos necesarios como botones para el fácil acceso del usuario y finalmente el diseño

de información es decir presentarla de una forma que al usuario le sea sencillo de entender y manejar.

Diseño de interfaz

La interfaz, son los elementos utilizados para hacer que la interacción y la navegación del usuario sea mucho más satisfactoria, esto a su vez determinará en cierto punto que el usuario se quede o abandone la página.

1.5.4.1. Interfaz

“Uno de los rasgos esenciales de un diseñador UX es la de poder “caminar una milla en los zapatos del usuario” a esto lo llamamos empatía”

Salguero, Louis.

Al clasificar la información comenzamos con la parte del diseño y pensar que, un buen diseño de interfaz ayudará al usuario a acceder más rápidamente a los contenidos de la

página, debemos diseñar pensando las necesidades del usuario y no en las nuestras como diseñadores, porque lo que puede parecer fácil para nosotros, puede ser difícil para el resto de personas, complicando así la navegación, obligándolos a abandonar el sitio.

Un punto a tomar en cuenta es la simplicidad, es decir utilizar elementos ya estandarizados, de reconocimiento inmediato evitando así complicaciones al momento de buscar información, en el caso del menú mostrar los puntos importantes para facilitar la navegación.

También debemos cuidar mucho el aspecto que tiene la página, es decir el diseño que se ha implementado, ya que la primera impresión que se dé al usuario al momento de ingresar determinará su permanencia, pero también en la funcionalidad porque una página que no cumpla con lo que ofrece, es decir que al momento de hacer clic, no nos lleve a lo que se busca y comience a mostrar un sinnúmero de errores.

En conclusión resolver este tipo de aspectos ayudará a que el usuario pueda navegar fácilmente accediendo a sus contenidos inmediatamente, hará que el usuario vuelva a visitar nuestra página.

1.5.4.2. Diseño responsivo



Imagen de diseño responsivo⁹

Para que un proyecto de DCU (Diseño centrado en el usuario) sea óptimo, cada dispositivo requiere una decisión de

⁹ Carrillo, O. (2014). Diseño web responsive, Si o no?: Recuperado de <http://www.devservice.es/blog/disenio-web-responsive-si-o-no/>



diseño distinta para cumplirlo, pero el objetivo tiene que ser el mismo.

Con el avance tecnológico, hoy en día si pensamos en páginas web debemos enfocarnos en diseños que podrán resolver la parte de interacción y mejorar la visualización de la página para los diferentes dispositivos con los que se cuenta, que son celulares, Tablet, entre otros. Por ello si queremos llegar a un extenso público es importante trabajar con el diseño responsivo.

Si vamos a hacer un diseño responsivo debemos tener en cuenta que, al momento de visualizarse en otro dispositivo como por ejemplo en celulares, la web debe tener un diseño personal, pensando que las páginas para escritorio contiene mucha información que es muy pesada para visualizarse en este dispositivo. Una de las recomendaciones a la hora de diseñar de algunos autores que trabajan con el diseño web, es que comencemos diseñando desde lo más pequeño, es decir, desde la pantalla para el celular, para mostrar los elementos necesarios y que la pagina no este sobrecargada. Hay que tener en cuenta que algunas de las opciones que se usan en

las pantallas de escritorio no están disponibles para otros dispositivos, y esto dificultará el acceso al usuario, impidiéndole ver la información.

Entonces concluimos que el diseño responsivo se trata de diseñar una interfaz de una manera que se adapte a los diferentes dispositivos móviles, ayudando a mejorar la navegación de los diferentes usuarios.

Diseño Web

El diseño web es parte de la interfaz ya que, en esta etapa elegiremos los elementos adecuados formarán parte de la web, con el objetivo de que cumplan con lo que requiere la página. Todo lo que tiene que ver con el diseño de la información está dentro del cuarto plano que es la parte del Esqueleto.

1.5.4.3. Diagramación web



Imagen de la diagramación en los diferentes dispositivos¹⁰

Uno de los elementos a trabajar es la parte de la diagramación, ya que seccionar el área en el que se trabajará puede ayudar a mantener un orden en el diseño.

Ronda en su análisis (2007), sobre la arquitectura de la información nos dice: La diagramación web o maquetación como también se la conoce, se refiere al orden y ubicación que va a tener los elementos en el *FrontEnd*. Para diagramar el contenido de un sitio web es importante analizar datos como, la usabilidad, arquitectura de la información ya que, un buen

manejo de estos ayudará a la interactividad y a la navegación del usuario por el sitio.

Para tener una página que funcione bien debemos estructurar de la mejor forma, para esto se comenzará conociendo que es lo que se quiere transmitir o cual es el objetivo de la página. Por eso se plantea algunos puntos que ayudarán en el proceso para lograr un excelente diseño en cuanto a la experiencia del usuario.

Aquí se manejan tecnologías que tienes que ver con la interacción web con JavaScript y lenguajes para la maquetación como HTML y CSS.

- **HTML:** Es utilizado para jerarquizar la información de la página web, son etiquetas que se utilizan para dar forma a los elementos en la pantalla, es decir la parte de la estructura.
- **Css:** Utilizado para dar estilos a la página web, es decir su presentación, encargándose de aspectos como colores, letra, etc. Esto ayuda a que el usuario

¹⁰ Villén, F. (2015). Diseño web móvil: Consejos para optimizar tu web.: Recuperado de <http://www.multiplicalia.com/diseño-web-móvil-consejos-para-optimizar-tu-web/>

vea la información de diferente forma, ayudando a darle forma a los elementos HTML.

- **JavaScript:** Lenguaje de programación para el desarrollo de páginas web, que permite crear interacciones con los elementos, es utilizado del lado del cliente.

En conclusión la importancia de la diagramación del FrontEnd de un sitio web ayudará a que toda la información sea comprendida fácilmente y pueda encontrar las cosas de manera rápida.

1.5.4.4. Tipografía

Al definir la diagramación sabremos dónde van los textos informativos y utilizar una tipografía adecuada puede ayudar a entender el concepto de la página más fácilmente.

“Si un usuario de un sitio web no tiene instaladas las fuentes especificadas, el navegador visualizará el texto con las

fuentes por omisión.” (*Pipes. 2011, p. 83*). Esto a su vez no ayudará a que el objetivo con el que se utilizó esta tipografía llegue a ser cumplido. Para lo cual se debe precargar las tipografías en la web y así evitar estos inconvenientes.



Imagen de anatomía de la tipografía¹¹

Legibilidad: Es muy importante saber que tipografía vamos a utilizar, sea específicamente para web y no para impresión, existen familias que tiene tipografías para estos dos casos y que resuelven las dificultades que puedan tener al ser expuesto. En ocasiones la mayor parte de contenido suele ser texto, por ende, elegir la tipografía adecuada ayudará en la lectura al usuario, es decir, que no sea difícil de entender, esto

11 Aoki, K. (2013). Tipografía, Anatomía del tipo,: Recuperado de <http://www.multiplicalia.com/diseño-web-móvil-consejos-para-optimizar-tu-web/>



sucede por lo general cuando se utilizan tipografías ornamentadas.

Aplicaciones: Un aspecto también a considerar es el peso de la tipografía a utilizar ya que en párrafos grandes pueden llegar a convertirse en una mancha, obligando al usuario a abandonar la página, esto se resuelve sabiendo para qué vamos a usar la tipografía ya que existen algunas que fueron diseñadas específicamente para títulos y otras para textos de corrido pensadas previamente para la facilidad de lectura. También debemos tener en cuenta en los caracteres que posee ya que existen muchas tipografías incompletas un ejemplo es la letra ñ que no aparece en todas.

Las variantes que tenga una tipografía pueden ayudar en el orden de lectura de los textos. Y para finalizar la tipografía que vayamos a utilizar tiene que ser legible en los diferentes dispositivos, y ya no solo en la computadora.

Personalidad: La tipografía puede ser un aliado importante que refuerce en concepto que estamos dando en nuestra página, así como los diferentes elementos que componen el sitio web la tipografía también comunica un

mensaje por ello debemos saber que tipografía ayuda a reforzar el concepto por ejemplo es diferente el significado que nos da usar comics sans en un portafolio profesional ya que los usuarios no lo tomarán como una página seria y pasarán de ella. La tipografía puede ser nuestra mejor arma para lograr un producto con éxito.

1.5.4.5. Cromática

Al diseñar la interfaz, un punto clave es saber que paleta voy a utilizar, porque esta elección puede influir y provocar emociones en el usuario.

“Es importante tener claro el mensaje del sitio web y elegir colores que lo refuercen. Demasiados colores confunden y distraen al usuario” (*Pipes. 2011, p.119*).



Paletas de colores de Material design¹²

Hay que tener claro que al diseñar una web se debe utilizar el sistema de colores que fueron diseñadas para visualizar en pantallas que son RGB (Red, Green, Black). El uso de la cromática es un elemento importante al momento de diseñar cualquier trabajo, en el caso de las páginas web el color puede ayudar a interactuar al usuario con la página y navegar de una manera más fácil. La elección de una paleta de colores es decisiva ya que puede determinar que el usuario se frustre o lo relaje, por lo general para que una página pueda ser entendida es importante utilizar colores contrastantes tanto en

el fondo como el la tipografía esto ayudará a ser más legible el texto.

Además otras de las pautas a tomar en cuenta al momento de elegir la cromática, es el significado que este expresa cuando lo aplicamos, esto pueden ser aspectos tanto psicológicos, simbólicos o culturales que varían dependiendo del lugar donde nos encontremos.

Aspectos psicológicos: Johann Wolfgang von Goethe en su investigación de la Teoría de los Colores dice: son las Sensaciones que producen los colores a las personas al ser percibidos en algún ambiente, objeto, etc. Por ejemplo: el color verde al estar presente en un lugar nos brinda tranquilidad, esto también dependerá del tono o de la saturación que tendrá porque puede tener un significado diferente como es el verde oscuro que nos brinda confianza

Aspectos Simbólicos: Los colores tiene un significado distinto dependiendo el lugar el contexto, donde se utilice, ya sea por motivos religiosos o culturales un mismo color puede

¹² Ver más información en: <https://material.io/guidelines/style/color.html#>

ser interpretado de diferentes formas, por ejemplo en los países occidentales la muerte se simboliza con el color negro pero en países orientales como Japón el color utilizado para esto es el blanco.

En definitiva saber para qué público va a ser destinada la página, elegir paletas que puedan llegar a nuestro segmento, porque los colores se pueden interpretar de diferente forma dependiendo las edades. Finalmente no se debe utilizar muchos colores porque la página puede volverse molesta para el usuario dando la idea de no ser una página seria.

1.5.5. Iconografía orientada a la web



Imagen de Iconografía de Drool Studio¹³

Una de las fuentes más importantes de las que podemos usar como referencia son los elementos que nos ofrece Matías Duarte (2014) en su página web Material Design.

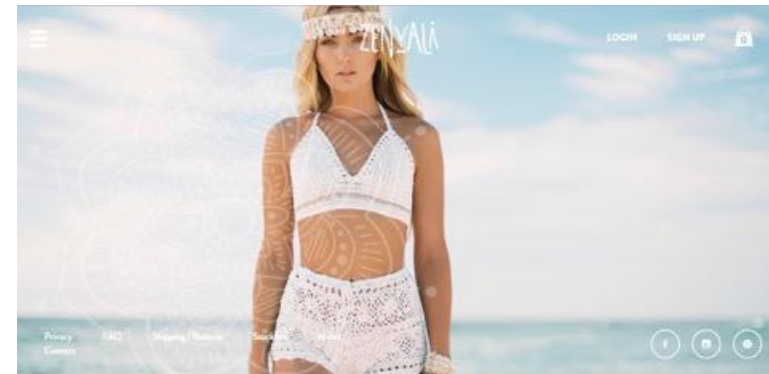
Hoy en día se utiliza los iconos para representar metáforas, en el caso de la web los íconos ayudan a agrupar y facilita entender las funciones de la página, mejorar la interacción del usuario, utilizándolos de la mejor forma para que

13 Drool Studio (2016). QUID, Diseño web. Barcelona: España. Recuperado de <http://droolstudio.com/proyectos/disenio-web-quid/>

no llegue a ser un elemento invasivo. Anteriormente un ícono se utilizaba para representar actividades básicas como motor de búsqueda, inicio, redes sociales, entre otros, pero hoy en día son utilizados para crear en el usuario interés visual, un ícono puede ser utilizado para representar cualquier cosa, por eso para lograr un buen manejo de éstos a veces es importante diseñar nuevos íconos para que exista una uniformidad y que se adapte a las necesidades de la web.

En conclusión los íconos ayudan al momento de hacer un diseño web responsivo ya que podemos aprovechar el espacio de una forma más efectiva, reemplazando texto por iconos metafóricos que pueden ser utilizados en los diferentes dispositivos pero con mayor beneficio para dispositivos con pantallas pequeñas.

1.5.5.1. Fotografía en la Web



Captura de pantalla de la página web Zenvala ¹⁴

La fotografía cumple un papel importante de comunicar un mensaje, pero debe ir más allá de sólo comunicar, debe llamar la atención y provocar un impacto emocional en el usuario, además debe mostrar el propósito y concepto de la página, para así cumplir con el objetivo de usar una fotografía dentro de una página web. Este tipo de elementos lo podemos utilizar en diferentes fines, ya sea como presentación en la página principal, fondo, elemento indicador del sitio o como

¹⁴ Más información en: <http://zenvala.com/>



parte del contenido. Al usar la fotografía no basta con ella en sí, sino que, debe ser hecha bajo un significado o concepto que logre transmitir un mensaje al espectador.

La demanda que existe hoy en día está exigiendo que las empresas busquen nuevas formas de ganar mercado. Tal es el caso del sector turístico, los usuarios se han vuelto más exigentes, por eso para promocionar un lugar se trabaja mucho en mostrar calidad en su publicidad, que logre que el turista nos prefiera por encima de la competencia. Es por eso que a la hora de pensar en viajar el turista busca información para poder saber qué es lo que le ofrece el lugar en cuanto a los paisajes, gastronomía, diversión y es aquí donde la fotografía o imagen turística juega un papel importante.

En este punto se explicará cómo la fotografía tiene gran influencia en el sector turístico:

Héctor San Martín (2005) en su tesis de Estudio de la imagen de destino turístico y el proceso global de satisfacción: adopción de un enfoque integrador, nos habla que la imagen turística puede influenciar en la impresión que el turista tenga sobre dicho lugar.

Fotografía comercial turística: Se comienza a trabajar con elementos primordiales que permitirán interpretar al turista su significado, a ver técnicas precisas aprendidas para hacer fotografía profesional, al utilizar las herramientas adecuadas se logrará hacer sentir al turista justamente lo que se quería lograr, algunas variables que se toman en cuenta son: cromática, saturación, encuadre, planos, composición, entre otras.

Naturaleza cognitiva-afectiva: Para que la imagen logre su objetivo se debe analizar al turista, saber que busca; la parte cognitiva, es decir, lo que la persona sabe de dicho lugar y la afectiva, los sentimientos que le producen al ver el lugar, después de analizar esto se debe trabajar de la mejor forma para que la fotografía influya en la decisión del turista, convencerlo de viajar y visitar este lugar.

En conclusión la imagen turística tiene el importante papel de ser mediadora entre el destino turístico y la toma de decisión del turista, ya sea en el medio utilizado, la imagen debe presentarse de una forma directa y clara que despierte la curiosidad del usuario por visitar dicho lugar y, para finalizar así como existen nuevas tecnologías también se van creando

nuevas tendencias en el campo de la fotografía turística, así que no debemos olvidar actualizarnos para ir a la vanguardia de dichas tendencias y lograr así convencer al turista.

1.5.6. La Superficie:

Es el diseño visual, es decir el producto final dándole estilo visual a la interfaz antes diseñada, aquí tomarán protagonismo la cromática, tipografía, entre otros. Es aquí donde se verá culminada lo que conlleva a la parte del rediseño de la página pero también trataremos un punto importante para la promoción de la página web el recurso que utilizaremos para esto es las redes sociales que no están tratadas tan a fondo ya que por ahora solo será un aliado que nos servirá a la hora de poner en línea cualquier proyecto.

1.5.6.1. Redes sociales y la comunicación en la web

“Internet y sus aplicaciones *social media* se han convertido en una herramienta útil para cualquier compañía de todo el mundo pues ofrecen grandes oportunidades para alcanzar objetivos de marketing de manera efectiva a muy bajo coste” (Crespo. 2014, P.70)



Imagen de los aspectos a tomar en cuenta para elegir redes sociales.¹⁵

15 Cajal, M. (2013). Claves en la elección de las redes sociales de los destinos turísticos :Recuperado de <http://ignaciosantiago.com/blog/socialmedia/existen-muchas-redes-sociales-en-cuales-debo-estar/>



Otro de los elementos en el diseño de la interfaz que se trabaja usado como un recurso esencial en la promoción de nuestra página son las redes sociales por ellos debemos saber el lugar idóneo donde será ubicado para que logre cumplir con su objetivo.

Las redes sociales son una de las herramientas que está ayudando a promocionar el turismo hoy en día, debido a la evolución que han ido tenido las tecnologías se ha visto en la necesidad de ir a la par con ellas para poder competir en el mercado. Antes, una de las formas de encontrar un destino turístico era mediante agencias publicitarias, hoy en día encontramos un sinfín de maneras de encontrar información en las redes.

Las redes sociales anteriormente eran consideradas como un medio utilizado sólo por los jóvenes para mantenerse comunicados pero hoy en día las empresas han sabido acoplarse a este medio para darse a conocer. Una de las ventajas de utilizar las redes sociales es para promocionar nuestra empresa o producto y comunicarse directamente con el target. Es una herramienta aliada para las páginas web ya

que ayuda llegar a mucho más público, ya que mediante ellas se puede promocionar el producto o servicio que ofrece la página.

“Las redes sociales son oportunidades de conectar con nuestra audiencia para conseguir generar beneficios a nuestra empresa” (Cajal. 2013)

Al momento de elegir una herramienta para promocionar nuestro destino turístico debemos saber cuál es el objetivo de nuestra empresa para luego elegir la que cumpla con nuestras necesidades, teniendo en cuenta que las nuevas generaciones con millennials, centennials buscan contenido efímero y en la actualidad las redes sociales se están reinventando con por ejemplo YouTube que en breve comenzará a ofrecer las opción de Reels.

Para concluir las redes sociales han llegado a tener gran importancia al momento de trabajar con destinos turísticos, son ellos los que ayudan en la interacción con el usuario porque a través de ellos se atiende al cliente, se informa de promociones, se busca estar mucho más en contacto con este, por eso



tenemos que buscar la mejor estrategia para poderle sacar provecho a cada una de ellas.

2. CAPÍTULO 2: Definición



2.1. Metodología

Al terminar de explicar todo lo que conlleva el diseño o rediseño de una página web a continuación propondremos las opciones para resolver nuestra problemática tomando los conceptos anteriormente definidos.

Para resolver la problemática se utilizará la metodología planteada por Jesse James Garrett que se explicó en el capítulo anterior. Al seguir la metodología planteada y probada en proyectos similares, nos ayuda tener un sistema de trabajo para mejorar la experiencia del usuario, que es nuestro principal objetivo, ya que si el usuario no se siente cómodo utilizando nuestra página la abandonara de inmediato.

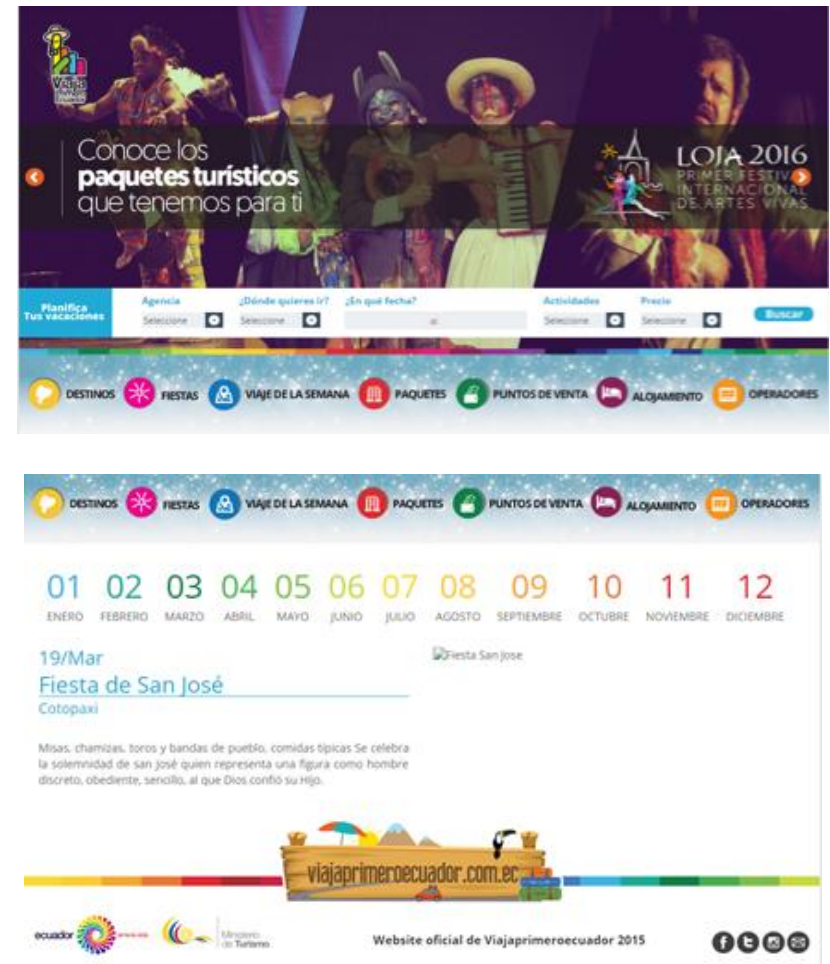
2.2. Primero: Plano de Estrategia

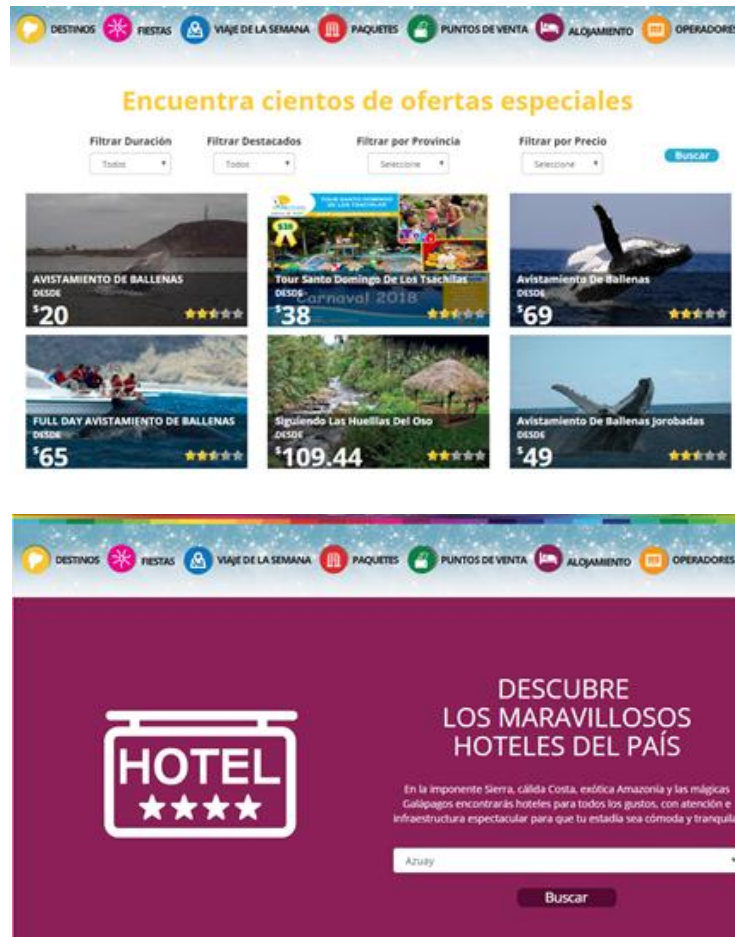
2.2.1. Análisis de homólogos

En esta etapa se harán la revisión de homólogos como parte de la metodología de Jesse James Garret que dicen que como punto de inicio debemos definir los objetivos de el sitio para lo cual analizamos sitios relacionados con nuestro trabajo. Por ejemplo páginas web que ofrecen servicios turísticos, estos serán analizados según su forma, función y tecnología para de esta forma saber qué funciona y que no, en este tipo de propuestas.

- **Título:** Viaja primero Ecuador

Es una página Ecuatoriana que se encarga de mostrar los lugares turísticos que posee nuestro país recomendando sitios que te pueden interesar, dándole la ventaja de encontrar aquí también las actividades que existen tanto como fiestas, promociones, alojamiento que es una de los problemas que tiene el turista al momento de viajar.





Captura de pantalla de la página turística Viaja primero Ecuador¹⁶

Diagramación:

Utiliza una retícula de tres columnas más apreciadas en algunas de las opciones como viaje de la semana y paquetes donde se encuentran delimitar más claramente la información.

Tipografía:

La tipografía que utiliza es un San Serif específicamente la Open Sans con sus variantes, este es usado tanto para títulos como para textos de corrido, para mostrar el rango de importancia de la información entre títulos y subtítulos se varía el tamaño de la tipografía.

Cromática:

La cromática es una de las herramientas más importantes ya que al ser una página de turismo del Ecuador pretende mostrar la biodiversidad que existe en el país pero al mismo tiempo se basa en la cromática que posee el logo de la página.

¹⁶ Más información en: <http://www.viajaprimeroecuador.com.ec/alojamiento/>



Iconos:

La elección de los iconos en esta página se hizo de la forma clara para que el usuario logre reconocer que ofrece cada uno de ellos, el uso de los iconos ayuda a captar la atención del usuario.

Fotografía

La fotografía es uno de los elementos mejor usados al momento de promocionar la riqueza de un lugar y Viaja primero Ecuador hace uso de este recurso de la mejor forma mostrando paisajes en formatos rectangulares, se usan como banner y parte de portadas de diferentes opciones.

Una desventaja en el diseño es que no existe animaciones en los botones lo que hace que el usuario se pierda en la navegación.

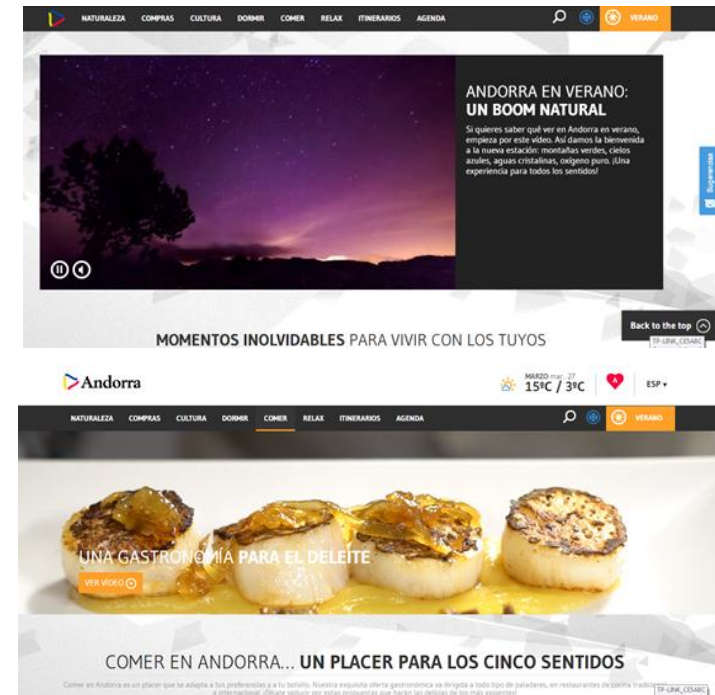
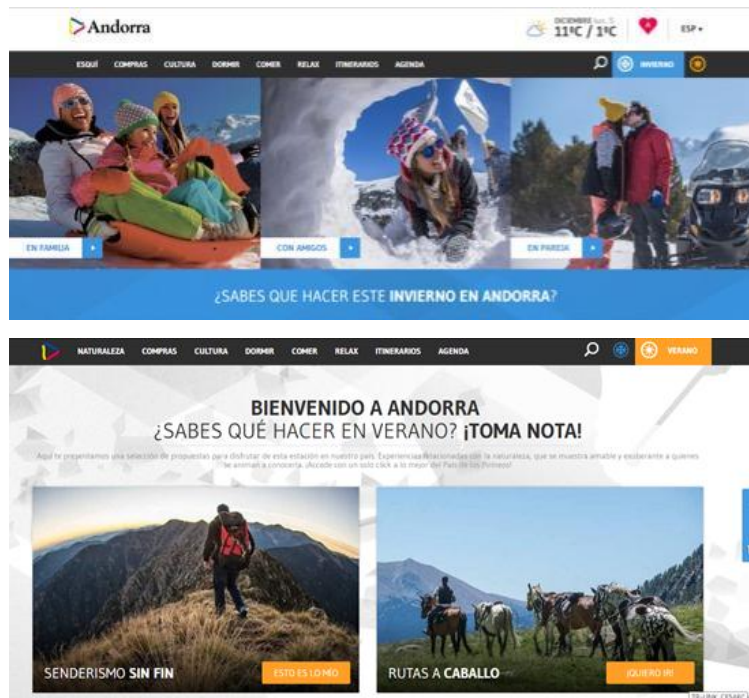
Tecnología:

El sistema de gestión de contenidos que utiliza esta página es WordPress 4.2 es un sistema de publicación y gestión de contenidos de blogs de código abierto. Utiliza medios de audio y video para hacerlo más interactivo con

incrustados de YouTube. Su contenido puede ser optimizado para el contenido móvil. Esta página contiene un icono para los dispositivos iPhone, iPad y iTouch.

- **Título: Andorra**

Es una página, que muestra información sobre los diferentes lugares turísticos que tienen un pequeño país soberano del suroeste de Europa. Brindando opciones para planear vacaciones.



Captura de pantalla de la página turística Andorra¹⁷

Diagramación:

Se encuentra bien diagramado para ser visualizado en los diferentes dispositivo es decir es responsivo trabajando con

¹⁷ Ver más en: <http://visitandorra.com/es/winter/>



tres columnas para computadora, dos para tablet y uno para celular mejorando así la navegación.

Tipografía:

Al igual que las otras páginas usa una tipografía San Serif para el contenido ya que facilita la lectura, debido a que en algunos textos son largos es decir con muchas palabras que pueden cansar al usuario. El uso de una tipografía Serif en el logo ayuda a crear un contraste. Además ayuda a crear jerarquías entre títulos, subtítulos y textos corridos.

Cromática:

La cromática se utiliza basándose en la psicología del color ya que utiliza dos variantes entre un naranja y un azul que hace relación al verano y al invierno además que el uso del color naranja en la página es para crear en el usuario sensaciones de diversión, actividad y el azul fiabilidad, confianza que es el objetivo del turismo.

Iconos:

Al mostrar mucha información en la página se vio la necesidad de dividir en dos partes para mejorar la usabilidad de la misma, por ello se usó un icono de un copo de nieve para representar el invierno y un sol para el verano, esto ayuda a usar mejor el espacio y que no se vea sobrecargada la página.

Fotografía:

Un recurso importante que hablan más que un texto informativo hace el uso de la fotografía en casi toda la página para de esta forma mostrar los lugares turísticos, y la experiencia que los turistas tienen al viajar.

Tecnología:

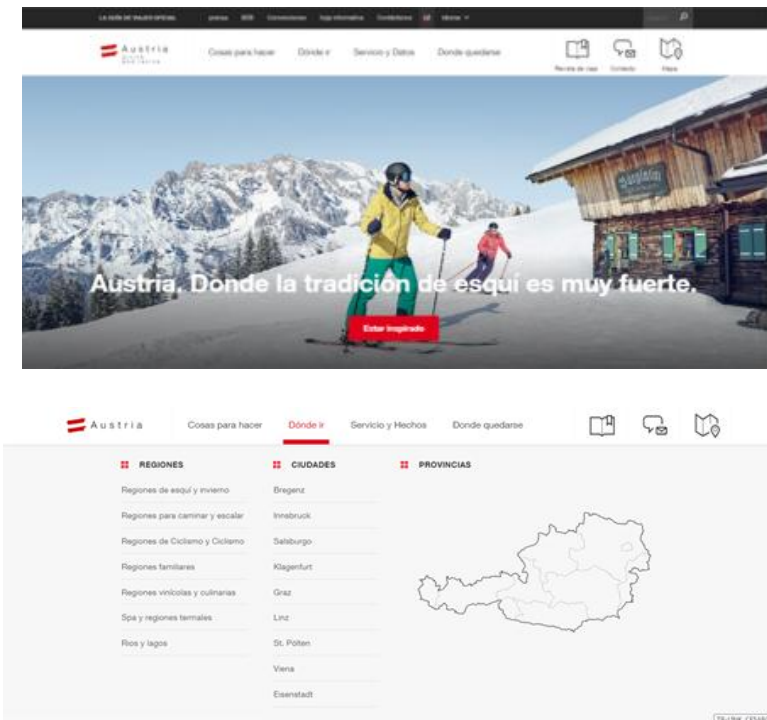
La plataforma con la que se realizó esta página web es Barniz es un servidor proxy caché de acelerador de web. Trabaja con pluggins que permiten hacer publicidad generando ganancias tanto para el dueño del sitio web como a las agencias es decir trabaja con el marketing digital. Usa las redes sociales para poder llegar al usuario con mensajes personalizados para este medio. Videos de YouTube que

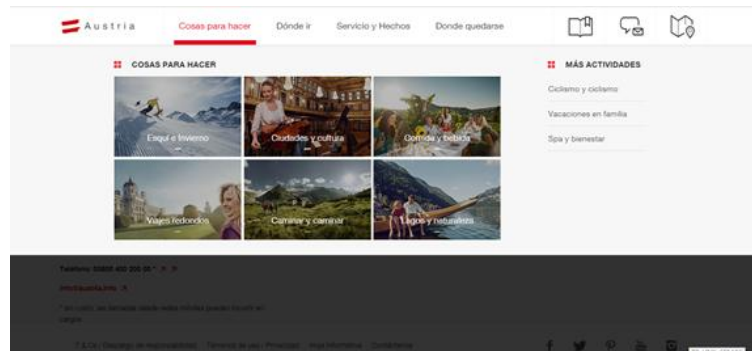


muestran de una formas más dinámica la información del sitio turístico. Tiene incrustado mapas de Google que permite al usuario ubicarse más rápidamente.

- **Título:** Austria arrive and revive

Un sitio web que te ayuda a planificar tus vacaciones en Austria, dándote diferentes opciones que puedes realizar, no quedándose en solo mostrarte información te da la facilidad de interactuar brindándote la atención a tiempo con chat en vivo para poder resolver las dudas que se den mientras navega en la página.





Captura de pantalla de la página turística Austria arrive and revive.¹⁸

Diagramación:

Está diagramada en una retícula de cuatro columnas para ser visualizada en computadora, dos para tablet y uno para celular, es una página completa que muestra todos los servicios que se puede otorgar en el lugar.

Tipografía:

Usa San Serif debido a que posee mucha información en todo el contenido de la página, es necesario recurrir a esta

tipografía para no cansar al lector. Se observa variantes en los títulos, subtítulos y texto de corrido entre la regular a la bold.

Cromática:

La cromática se basa en el logo de la página web, usa colores entre blanco y rojo que representa el color de la bandera de Austria específicamente, podemos ver la aplicación de estos en algunos botones y textos de una forma sutil.

Iconos:

El uso más evidente y apropiado de iconos es en la parte superior de la página ya que al tener demasiado texto en el contenido se hace el uso de iconos para evitar que la información se vea más sobrecargada, estos son usados como una forma de mostrar elementos extras que el turista puede necesitar para tener más información.

Fotografía:

La fotografía en esta página muestra experiencias vividas en los diferentes lugares por los turistas dando realce al

¹⁸ Más información en: <http://www.austria.info/uk>



concepto de aventura y diversión. Son utilizados como portadas de los diferentes eventos que puedes encontrar en estos lugares además como un plus de la página se observa que incorpora videos en 360° utilizadas para enganchar la atención del usuario, permitiendo mostrar de una forma más amplia la diversidad del lugar cubriendo algunos huecos que la fotografía no logra llenar.

Tecnología:

Es una página que se adapta a diferentes dispositivos, trabaja con mapas interactivos lo que hace que el usuario encuentre lo que busca en el lugar, chat en vivo permitiendo interactuar en el momento con el usuario. El lenguaje de programación es PHP adecuado para el desarrollo web, utiliza etiquetas como META que hace que la página sea óptima para móvil, se puede compartir la página tanto por Facebook como por WhatsApp. Tiene versiones de idiomas alternativas para mejorar la navegación del usuario esto utilizando la etiqueta hreflang.

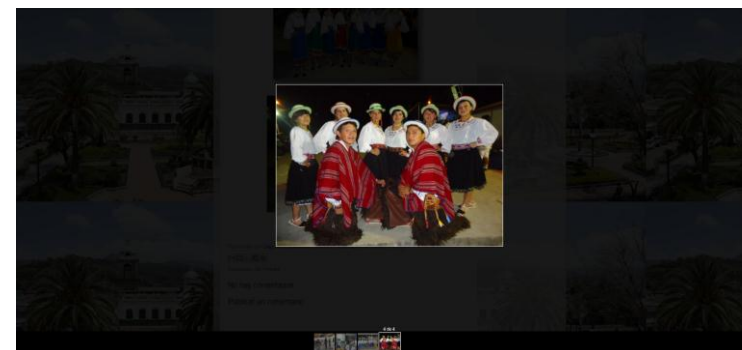
En conclusión el análisis de homólogos permite ver el tipo de solución que han dado diferentes empresas a este tipo

de problemáticas, mostrando que funciona y qué no, permitiendo generar un listado los objetivos de que podría tener nuestro sitio.

2.3. Análisis del sitio web actual (pros y contras)

En este punto analizaremos el estado actual en el que se encuentra la página que vamos a rediseñar, enfocándonos principalmente en los pros y en los contras que posee desde la forma, función y tecnología.





Captura de pantalla de la página Turística del Municipio del cantón Santa Isabel¹⁹

19 Más información en: <http://im-turismosantaisabel.blogspot.com/>



Título: Turismo Santa Isabel- Azuay

Es una página web de Turismo del municipio del cantón Santa Isabel de la provincia del Azuay, que ha ido manejando a lo largo de 4 años hasta la fecha, que muestra lugares turísticos de una forma general.

Diagramación y composición

En cuanto a la diagramación actual de la página podemos decir que no se encuentra bien definida por columnas exactas pero, la distribución de la información principal se halla distribuida en una sola columna, centrada en toda la página, dejando espacios grandes en los laterales para ser utilizados como adorno.

La jerarquía de la información: existe un aparente orden, es un diseño básico donde el usuario no debería perderse ya que cuenta con una barra de menú, la parte de la información de cada uno de los botones y al pie opciones para volver al inicio, que es idéntico a todas las opciones quitándole esa saludo de bienvenida que agrada al ingresar a cualquier tipo de sitio web, además que otro de los problemas que nos ha llevado

al rediseño de esta, es que su diseño es muy monótono, no tiene nada que motive al usuario a seguir explorando la página.

En cuanto a la tipografía y los textos que utiliza para jerarquizar la información se utiliza una San Serif con solo dos variantes una para definir títulos y subtítulos y otra para los textos de corrido, para definir el rango de importancia hace uso del color en ciertos puntos; uno de los problemas aquí es que al tener una sola columna en los textos de corrido existen demasiadas palabras llegando a ser bloques muy largos que pueden cansar al usuario al momento de leer.

Sistema gráfico: en cuanto a este punto no maneja un estilo apropiado para el segmento que se dirige este tipo de páginas, ya que al ser una página de turismo debe existir un poco más de color y diseño en cada uno de los elementos, aunque para mantener uniformidad utiliza una cromática de colores fríos; al ser un diseño básico que solo muestra la información de forma directa sin un objetivo establecido no hace uso de algunos elementos como que ayudarían por ejemplo los iconos.



Utiliza animaciones sencillas al dar clic en los botones, pero una de las fallas en este es que no se hizo un correcto uso de colores en ellas ya que al momento de que el botón se encuentra activo el texto puede llegar a perderse o confundirse con el fondo de la página, que es el mismo en todas las opciones.

Cromática: Como dijimos anteriormente utiliza una cromática de colores fríos, específicamente una paleta de azules que fueron establecidos basándose en la imagen que se usa de fondo, estos se encuentra en los textos para definir títulos y el resto de información se mantiene de color negro, en los botones para las animaciones para especificar en qué estado se encuentra y en el pie de página como fondo; los colores fríos en específico el azul provoca sensaciones de credibilidad, confianza pero esta página necesita trabajar más para poder brindar este concepto al usuario.

No trabaja con redes sociales, como antes habíamos investigado las redes sociales forman parte importante del crecimiento de la página así como del turismo pero permite que sea compartida por estos medios.

La usabilidad de este sitio es sencilla de usar pero llega a ser aburrido por la falta de diseño, pudiendo ser una de las causas que obliguen al usuario a no volver y una de las desventajas que tiene con otras páginas es que no es responsiva impidiendo la visualización en otros dispositivos. En definitiva al realizar este tipo de análisis se pudo lograr identificar las falencias que tiene la página permitiéndonos saber dónde se debe trabajar más para mejorar la estadía del usuario.

2.3.1. Segmentación de Usuarios.

Cuando diseñamos una página web debemos definir cuál es el objetivo del sitio, pero también debemos establecer el público al que será dirigido y enfocarnos en establecer un segmento en específico para el uso, ya que de esta manera podremos conocer las necesidades del usuario tal como lo plantea Jesse James Garret.

2.3.1.1. Modelado del usuario

Según datos proporcionados por el Ministerio de Turismo del Ecuador la edad en la que se registra más




movimiento de turismo por parte de los jóvenes ecuatorianos es a partir de los 20 años. Este tipo de servicio puede ser para personas de cualquier edad pero nos enfocaremos con un límite de edad para definir nuestro target. Por el segmento al que nos dirigimos, es a turistas nacionales, hombres y mujeres, de edad de entre los 20 a 30 años, que les guste la aventura y explorar nuevos lugares, de clase social media, media alta.

En su mayoría los lugares turísticos de este cantón, son lugares naturales, para explorar con la familia, amigos, etc. Por ellos visitar estos sitios no va a demandar mucho dinero, es decir son lugares accesibles a todo público.

| MODELADO DE USUARIO 1 | |
|---|--|
| <div>  <div> VIAJE FAMILIAR <p><i>"Me gusta viajar y visitar a mi familia, recorrer los alrededores del cantón, pero en ocasiones no podemos ir a ciertos sitios debido a que no tenemos mucha información de cómo llegar."</i></p> </div> </div> | |
| Alejandra Edad: 20 años Lugar de nacimiento: Santa Isabel Vive en: Latacunga Trabaja: Estudiante | <p>Jennifer vive en Latacunga, en el centro de la ciudad rodeada del tráfico, contaminación y ruido. Ella estudia en la Universidad, cada año al llegar las vacaciones ella viaja a visitar a su familia que vive en el cantón Santa Isabel, por lo general visita algunos de los lugares que ofrece el cantón como Piscinas, ríos, etc.</p> <p>Aunque ha escuchado de lugares un poco alejados del centro del cantón no ha podido conocerlos ya que al buscar alguna información de cómo llegar, solo encuentra datos muy generales que no le ayudan.</p> |
| OBJETIVOS | EXPERIENCIA CON LA TECNOLOGÍA |
| Encontrar información para recorrer los lugares turísticos del cantón. | Búsqueda por internet <div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div></div> |
| | Navegación por sitios web <div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div></div> |
| | Uso de redes sociales <div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div></div> |
| CONFLICTOS | ACTIVIDADES EN INTERES |
| No encuentra información específica de cómo llegar. | Caminata <div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div></div> |
| | Camping <div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div></div> |
| | Fotografía <div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div></div> |

MODELADO DE USUARIO 2

| | | | | | | | | | | | |
|---|--|--|--|---|--|--|--|--|--|--|--|
|  | | VIAJE DE MOCHILERO | | | | | | | | | |
| | | <i>"Me gusta conocer nuevos lugares, por lo cual para planear un viaje, navego por las diferentes paginas para encontrar toda la información que necesito."</i> | | | | | | | | | |
| Esteban | | Juan vive en Cuenca y siempre trata de salir de la rutina y conocer nuevos lugares. También es un apasionado de la fotografía por que ir por lugares distintos es una de las mejores maneras de obtener fotografías fantásticas. | | | | | | | | | |
| Edad: 24 años Lugar de nacimiento: Cuenca Vive en: Cuenca Trabaja: Diseñador Grafico | | | | | | | | | | | |
| OBJETIVOS | | EXPERIENCIA CON LA TECNOLOGÍA | | | | | | | | | |
| Encontrar información para recorrer los lugares turísticos del cantón. | | Búsqueda por internet | | <div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div></div> | | | | | | | |
| | | Navegación por sitios web | | <div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div></div> | | | | | | | |
| | | Uso de redes sociales | | <div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div></div> | | | | | | | |
| CONFLICTOS | | ACTIVIDADES EN INTERES | | | | | | | | | |
| No encontrar información completa y necesaria. | | Caminatas | | <div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div></div> | | | | | | | |
| | | Camping | | <div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div></div> | | | | | | | |
| | | Fotografía | | <div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div></div> | | | | | | | |

MODELADO DE USUARIO 3

| | | | | | | | | | | |
|---|-----------------------------|--|--|--|--|--|--|--|--|--|
|  | VIAJE DE EXPLORACION | | | | | | | | | |
| <i>"Me gusta explorar, realizar caminatas por lo que ocasionalmente busco opciones de lugares para visitar."</i> | | | | | | | | | | |
| Gonzalo | | | | | | | | | | |
| Edad: 30 años Lugar de nacimiento: Cuenca Vive en: Cuenca Trabaja: Ingeniero | | | | | | | | | | |
| OBJETIVOS | | | | | | | | | | |
| EXPERIENCIA CON LA TECNOLOGÍA | | | | | | | | | | |
| Encontrar nuevas recomendaciones para visitar. | | | | | | | | | | |
| Búsqueda por internet | | | | | | | | | | |
| <div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div></div> | | | | | | | | | | |
| Navegación por sitios web | | | | | | | | | | |
| <div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div></div> | | | | | | | | | | |
| Uso de redes sociales | | | | | | | | | | |
| <div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div></div> | | | | | | | | | | |
| CONFLICTOS | | | | | | | | | | |
| ACTIVIDADES EN INTERES | | | | | | | | | | |
| Se frustra al momento de navegar por diferentes páginas y descarta dicho lugar turístico. | | | | | | | | | | |
| Caminatas | | | | | | | | | | |
| <div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div></div> | | | | | | | | | | |
| Camping | | | | | | | | | | |
| <div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div></div> | | | | | | | | | | |
| Fotografía | | | | | | | | | | |
| <div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div></div> | | | | | | | | | | |



2.3.2. Necesidades del Usuario

Luego de analizar nuestro público objetivo y saber algunos de los problemas que tiene el usuario en nuestro caso turistas, haremos una investigación para establecer claramente las necesidades del usuario.

Investigación de campo

Existen diferentes métodos que nos ayudan a determinar eficazmente a nuestro segmento de mercado, por lo cual se utilizó entrevistas que fueron dirigidas a personas especializadas en el sector de turismo y así poder obtener información relevante para justificar nuestro público objetivo.

2.3.2.1. Análisis del turismo en Santa Isabel

Entrevista: La entrevista se la realizó a personas especializadas en el tema de turismo de Santa Isabel, en el caso del contenido se hablará con un licenciado en turismo, para conocer su opinión sobre la edad promedio en la que hay más afluencia del turista ayudándonos así enfocarnos directamente con nuestro usuario.

La entrevista se realizó al Ingeniero René Pozo, director del área de Planeamiento y Mejoras en el Municipio de Santa Isabel el 21 de Noviembre del 2016.

René nos cuenta que existe un incremento de turistas actualmente en el Ecuador. Al preguntarle sobre el promedio de edades, él nos indica que depende de los lugares turísticos, y en el cantón Santa Isabel se ve que la edad con la que los jóvenes comienzan a hacer turismo con más afluencia oscila entre los 18 a 20 años y que los jóvenes desde los 20 años ya comienzan a viajar solos.

Uno punto importante con el que se hizo esta entrevista era para, saber qué quiere mostrar y comunicar el cantón en una página web. Concluyendo que al implementar una página turística se quiere realzar la riqueza natural del cantón, con el fin de activar el comercio. Por esto es indispensable la recolección de información para entender y resolver el problema que tiene este sector, mostrando puntos importantes que se quiere rescatar de cada lugar como por ejemplo la belleza de sus paisajes, su historia, etc.



Luego de estas investigaciones definiremos las principales necesidades que tienen los usuarios al navegar o buscar este tipo de páginas:

- Tener nuevas experiencias
- Acceso a información necesaria para poder llegar al destino.
- Mostrar actividades que se puedan realizar.
- Sentirse seguro a la hora de emprender un viaje.

2.3.3. Objetivos del sitio

Los objetivos se establecieron pensando en porque y para que se llegó al rediseño de la página, en nuestro caso luego de analizar la página actual se encontró que no con algunos errores o malestares que tiene el usuario al momento de buscar información y por ello planteando estos objetivos se pretende mejorar estos puntos:



Objetivo 1:

Presentar información específica al turista.

- Dar a conocer los lugares turísticos de cantón, presentar ante los turistas paisajes magníficos que han pasado desapercibidos durante años.
- Mejorar la experiencia del Turista brindándole información previamente seleccionada para resolver sus necesidades.
- Persuadir al turista de visitar y de esta manera mejorar la economía del cantón y la atención al cliente.
- **Objetivo 2:** Publicidad estática
- Publicidad permanente que a diferencia de la impresa esta perdurará varios años, manteniéndose disponible para la promoción constante del Cantón.

2.4. Segundo: Plano de Alcance

2.4.1. Especificaciones Funcionales.

El sitio actual cuenta información general del cantón, como su geografía, su población, sus festividades y algunos lugares turísticos, lo que se plantea actualmente es que llegue a ser una página informativa pero para un público específico que son los turistas, mostrar diferentes lugares y actividades que se pueden realizar en el cantón. Su función principal es atraer más usuarios a que visiten el lugar, especificando que no se trata de una empresa que vende tours, ni viajes, se podría decir que la página cumple una función de publicidad permanente que estará a la disposición del usuario sin que se pierda.

El CMS que sé que se usará es Wordpress ya que es una plataforma amigable. La idea de usar esto es con la intención de seguir agregando nuevas festividades y nuevos lugares turísticos esto para que el cliente pueda actualizarla sin tener que recurrir a un Diseñador o programador. Aquí es importante explicar que para el proyecto se planea rediseñar el sitio con el fin de que cumpla con su objetivo por lo que es

necesario tener acceso a una plantilla que se pueda modificar o que permita adecuarla a lo que queremos, por ello se planeó una estrategia que permite que logremos el diseño que pensamos y que sea administrable. Primeramente se usará Muse como una plataforma para realizar la plantilla ya que esta te permite más libertad para realizar el proyecto, para luego recurrir a un Plugging que permite convertir el diseño de Muse en una Plantilla de Wordpress esto al final se hará un presupuesto explicando el costo de estos elementos.

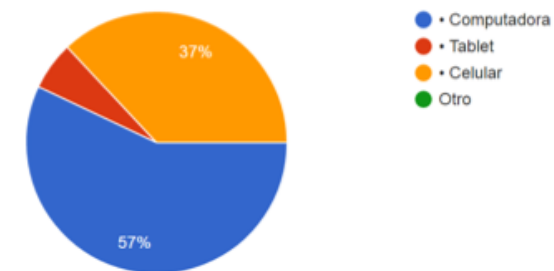
Además será responsivo ya porque actualmente es necesario ya que la mayoría de los usuarios recurren a un celular para buscar información por ser más accesible y rápido. A continuación se presentara una encuesta que se realizó para resolver algunas de los puntos que son necesarios de resolver.

Encuesta

Se recurre a la implementación de una encuesta para poder conocer puntos importantes en cuanto al diseño, tales como los problemas que tienen los usuarios al momento de

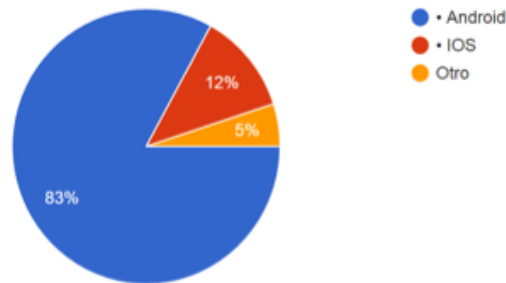
navegar en la página, tratando así de no caer en los mismos errores y mejorando la interactividad.

¿Qué medios utiliza para navegar en un sitio web?



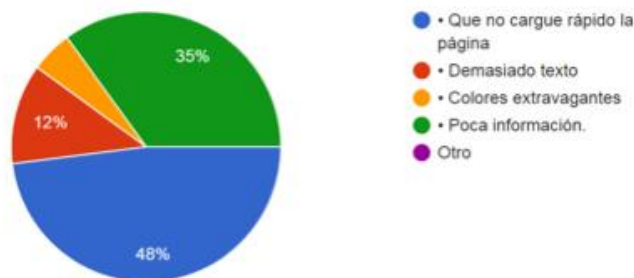
Según los encuestados un 57% dice que utiliza la computadora a la hora de navegar en una página web ya que esta contiene mucha información y es más cómodo, un 37% el celular ya que es un dispositivo que se utiliza mucho hoy en día por la mayoría de los jóvenes y un 6% la tablet.

¿Qué tipo de dispositivo tiene (modelo)?



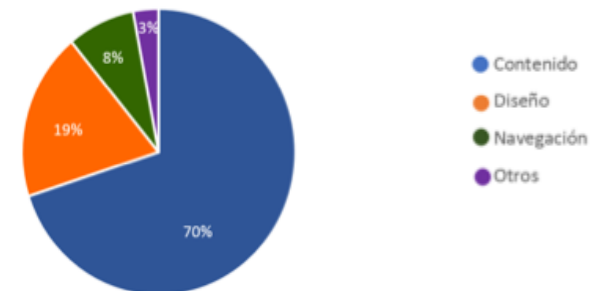
Para saber en qué tipo de dispositivo enfocarnos para el diseño de la página web se ha preguntado el modelo que utiliza el encuestado contestando que un 83% utiliza Android, un 12% IOS y un 5% otros

¿Qué es lo que le frustra al navegar en un sitio web?



Existen dificultades que el usuario tiene a la hora de ingresar o navegar en una página web por eso se quiso saber cuáles son y se ha respondido que un 48% de las personas se frustran cuando no carga rápido llevándolos en ocasiones a abandonar la página, un 35% opina que existen sitios que brindan poca información, 12% cree que existe demasiado texto que llega a cansar al usuario y un 5% no le gusta la cromática que se utiliza, siendo molesto permanecer en la página.

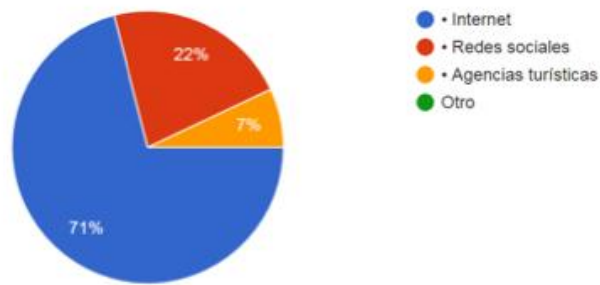
¿Qué le llama la atención de un sitio web?



Por otro lado es importante saber qué es lo que le llama la atención o le agrada de una página web al usuario, contestando que 70% de los encuestados les importa más

el contenido si es buena o mala información, si las imágenes llaman la atención, un 19% se fija en el diseño, es decir la forma en la que se muestra la página, su cromática, organización de los elementos, un 8% le agrada que una página no sea complicada a la hora de navegar.

¿Dónde busca información cuando quiere visitar un lugar turístico?



Se mostró que los encuestados cuando buscan información acerca de un lugar turístico un 71% recurre al internet ya que hoy en día es una herramienta donde se puede encontrar lo que se busca, un 22% a las redes sociales y un 7% aún recurre a las agencias turísticas para planear su viaje.

Conclusión:

Conocer algunos factores como el tipo de dispositivo que utilizan los usuarios que es lo que le gusta o le desagrada al momento de ingresar a una página web, nos puede ayudar a trabajar mucho más en ese punto con la intención de lograr una buena experiencia del usuario.



2.4.2. Requerimientos del contenido

A continuación en el plano de alcance daremos algunos de los requisitos que debe cumplir la página web:

Contenido: El contenido debe ser óptimo y específico para poder resolver las necesidades del turista. Que sea claro y rápido de leer. Será ayudado por fotografías de alta calidad con la descripción del lugar además de fotografías 360 que ayuden al usuario a aventurarse.

Visual: Llame la atención logrando que el usuario quiera conocer más del cantón. Las fotografías serán protagonistas del rediseño.

Velocidad: Al usar fotografías o videos evitar que la página se haga pesada y sea lenta al momento de navegar por las diferentes opciones ya que esto puede influir para que el usuario abandone la página.

Información de contacto: Esto nos ayudara a saber el interés que está generando la página por conocer más del lugar. Estos deben estar a la vista del usuario y de

fácil acceso. Debe ayudar almacenar información que los usuarios generan para que ayude a mejorar el servicio.

Lluvia de ideas

Al diseñar una página se busca que destaque entre las demás, que llame la atención al usuario, invitándole a visitarla varias veces, pero también debemos enfocarnos en que no todo es el diseño también tratar de diferenciarnos utilizando las nuevas tecnologías que se van dando hoy en día; entre ellas se mostrará algunas ideas tomando en cuenta tanto en la forma, función y tecnología para el rediseño, se analiza entre estas ideas cuál es la más factible y recomendable para cumplir con el objetivo planteado.

| | Ideas |
|---|---|
| 1 | Imágenes 360 con el afán de generar tours virtuales, que muestran lugares del cantón. |
| 2 | Códigos QR, trabajar mediante estos códigos, que estarán en los lugares turísticos del cantón, al registra este enviará a la página y ayudará a recomendar otros lugares. |



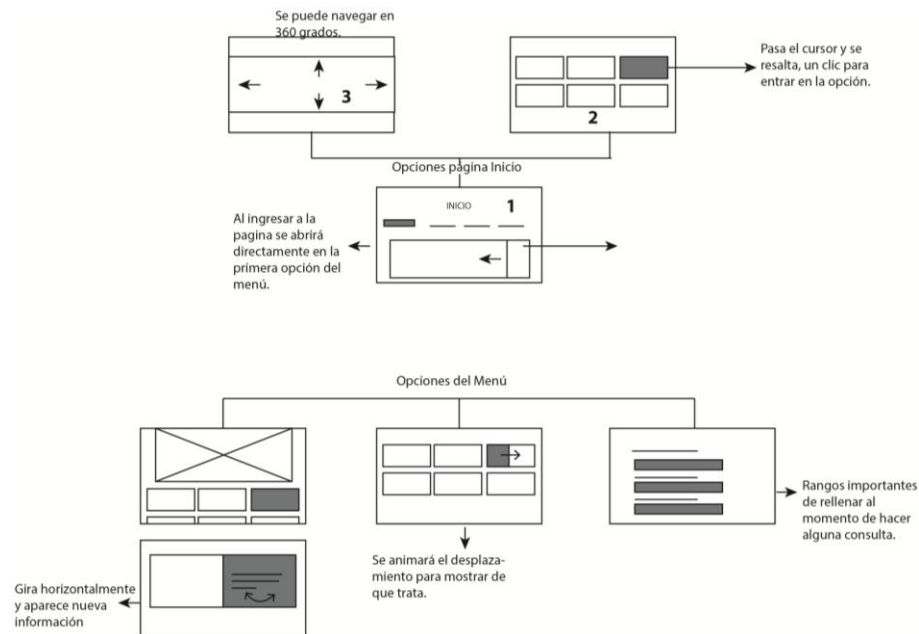
| | |
|---|---|
| 3 | Realidad aumentada, se utilizara para mostrar las rutas que se implementaran. |
| 4 | Navegación vertical, cambiar la navegación de forma que el usuario interactúe de una forma más divertida en la página. |
| 5 | Videos promocionales del cantón, que muestre de manera general lo que puede encontrar en la página. |
| 6 | Mapas, mostrando la ubicación del turista, hasta llegar al lugar, además de los lugares donde puede encontrar diferentes servicios implementados a lo largo de la ruta. |
| 7 | Utilizar iconos, que relacionen a las diferentes actividades, para evitar mucho texto y no sea aburrido para el usuario. |
| 8 | Herramienta que permita saber el clima, así el turista sabrá si es buen día para visitar dicho lugar. |
| 9 | Redes sociales, para mostrar a los usuarios la experiencia que han tenido otros turistas que han visitado el lugar. |

En definitiva las ideas planteadas se han visto utilizadas en algunas páginas que buscan innovación y diferenciarse de los demás, si las sabemos aprovechar de la mejor forma va a ser un aliado que le dará un plus a nuestro sitio web. Pero es importante saber que tecnología escoger basándonos en el objetivo planteado ya que puede llegar a ser muy molesto o frustrar al usuario al momento de navegar

2.5. Tercero: Plano de Estructura

2.5.1. Diseño de Interacción

A continuación especificaremos algunas de las interacciones que se resolvió utilizar para que el usuario pueda mejorar su experiencia al navegar por la página.

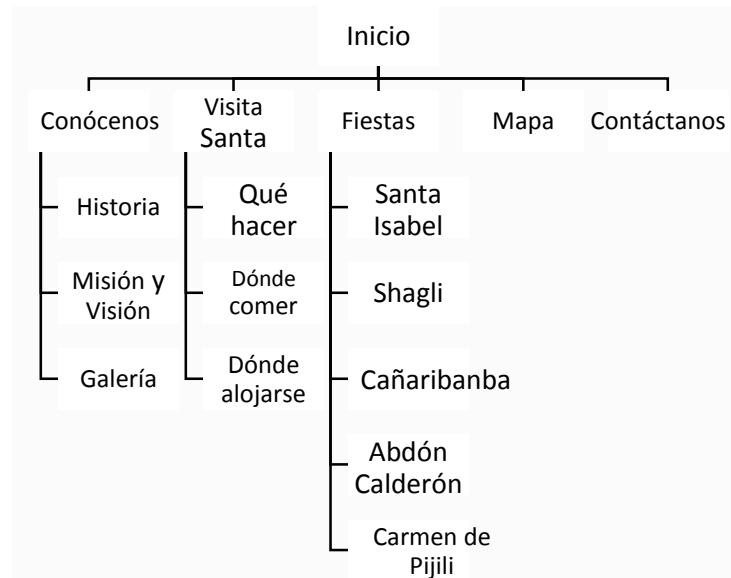


Boceto de Diseño de Interacción para el rediseño de la página

web

2.5.2. Arquitectura de la información

Se encuentra bien distribuida mostrando claramente al usuario las opciones que puede optar. Aunque al ingresar a una de las opciones al tener mucha información hace que el usuario se frustre; la página se presenta en formato horizontal. Se mantendrá un sistema sencillo, con la finalidad de que el usuario al momento de navegar en la página no se frustre ni se confunda. Se implementará una página principal de inicio que dará la bienvenida al sitio. Luego mostraremos nuestra misión y visión, ya que es una parte importante que debe tener nuestra página para mostrar la seriedad y profesionalismo que se tiene.



Boceto del diagrama de la arquitectura de la información para el rediseño de la página web.

Para realizar el esquema final de la arquitectura de la información de nuestra página web como primer paso se analizó el contenido, para saber cómo será su separación y divisiones y subdivisiones tendrá, tratando de tomar en cuenta los tres clics, para no cansar al usuario a buscar la información que busca pero también evitando simplificarlo tanto llegando a dificultar su entendimiento y navegación. Segundo, se utilizó palabras claves para mejorar la navegación del usuario en el contenido, esto pensando en que la palabra utilizada sea capaz de representar y describir lo que contiene.

Además, se utilizaron palabras claves similares en algunas divisiones ya que se trata de lugares turísticos y para mantener una uniformidad de información pudiendo así mejorar su navegación.

Para finalizar, al diseñar la arquitectura de la información se tomó en cuenta al usuario buscando palabras que ellos logren asociar con el contenido y divisiones simples para que logren navegar sin perderse.

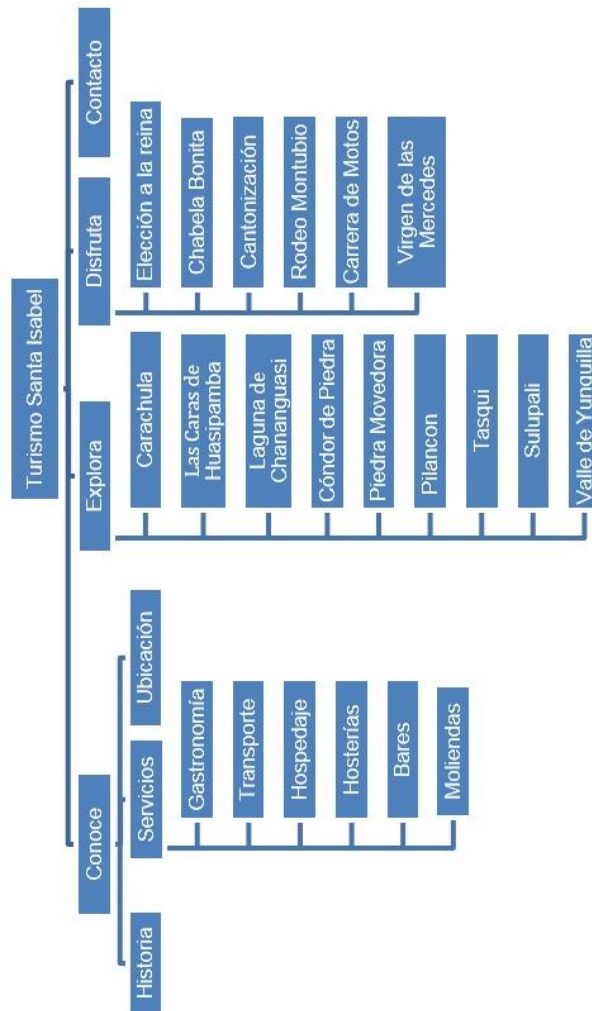


Diagrama final de la arquitectura de la información para el rediseño de la página web

2.6. Cuarto: Plano del Esqueleto.

2.6.1. Elementos del diseño

Para tener mejores resultados en cuanto a los elementos de diseño se utilizarán las recomendaciones que nos presenta google con material design y el estilo *flat* al momento de hacer diseños web, que nos muestra diferentes estilos que funcionan tanto en diagramación, tipografía, cromática e iconos.

2.6.1.1. Diagramación

La diagramación se hará pensado en mejorar la navegación del usuario en la página, mostrando puntos claros en cuanto a la distribución de los elementos. Es importante organizar la información que contendrá de esta manera evitar que la página se sature.

Se trabajará con una retícula que ayudará a mantener los elementos de la página de una forma armónica y agradable. Al utilizarla se podrá generar diferentes estructuras modulares.

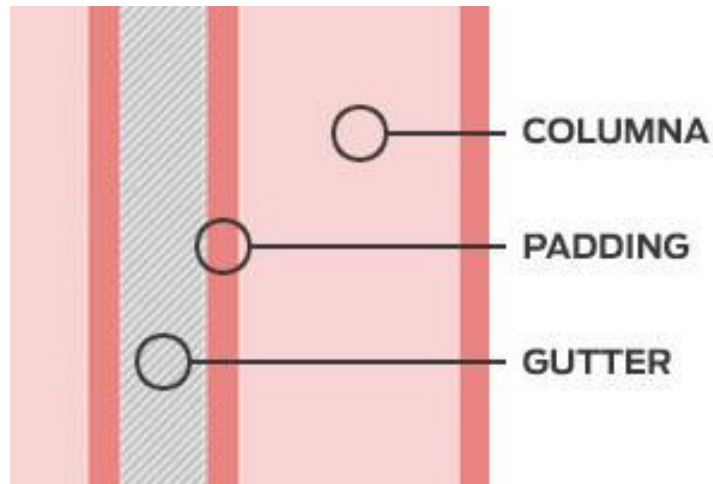


Imagen de Retícula de un sitio web.²⁰

También al pensar en un diseño responsivo, Se debería trabajar con una retícula fluida, capaz de adaptarse a los diferentes dispositivos como computadoras, tablet y celulares, para ello debemos designar el número de columnas que se utilizará para mejorar la navegación:

²⁰ Marketing Online Creativate. La retícula en diseño web. Características y funciones. Consultado el 7 de noviembre en <http://www.creativate.es/la-reticula-en-diseno-web-caracteristicas-y-funciones/>

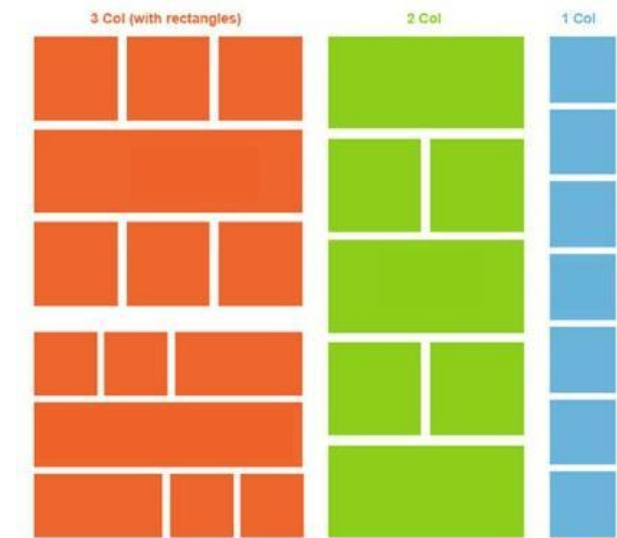


Imagen de distribución de columnas para un diseño responsivo.²¹

Mejorar la experiencia del usuario es pensar en todo este tipo de detalles, saber que debemos estar listos para cumplir con todas las expectativas que tiene el usuario a la hora de buscar información.

2.6.1.2. Tipografía

²¹ Tynan, K (2012). Un diseño sensible, con el movimiento de fluidos. Consultado 7 de noviembre del 2016 en <http://www.gibedigital.com/blog/2012/august/10/msns-uk-olympics-favourite-websites/>

En cuanto a la tipografía hoy en día se debe tomar en cuenta algunos detalles que nos ayudarán a lograr un mejor resultado, primero al elegir una tipografía ya sea Serif o San Serif, hay que tener en cuenta que sea apta para ser utilizada en la web, ya que existen tipografías que poseen variantes que fueron diseñadas precisamente para ser visualizadas en medios digitales, además en cuanto a las variantes debemos fijarnos que tenga diversidad como pueden ser bold, regular, itálica, etc. Tomar en cuenta esto nos ayudará a establecer claramente la jerarquía y un orden de lectura, facilitando la navegación del usuario en nuestra página.

Para esto debemos evitar las tipografías demasiado ornamentales o con muchos detalles ya que dificultan la lectura y puede llegar a molestar al usuario. La más utilizada para este proyecto son las tipografías San Serif, son tipografías formales debido a sus líneas sencillas, facilita la legibilidad y ayuda a que el usuario no se canse.

Entre algunas de las tipografías San serif aptas para ser utilizadas tenemos

- **Raleway**

Es una tipografía del tipo sans-serif, diseñada tanto para web como para dispositivos móviles que se puede descargar gratuitamente.

Raleway Thin
Raleway ExtraLight
Raleway Light
Raleway Regular
Raleway Medium
Raleway SemiBold
Raleway Bold
Raleway ExtraBold
Raleway Heavy

Imagen de las variantes de la tipografía Raleway²²

2.6.1.3. Cromática

La cromática es un factor importante ya que ayuda a identificar o mostrar que es lo que quiere comunicar la página por ello se extraerá colores de la marca del municipio para darle mucho más relación con el tema:

²²Impallari, P. (2013). Familia Raleway de Matt McInerney: recuperado de <http://www.impallari.com/projects/overview/matt-mcinerneys-raleway-family>



Logo del municipio de Santa Isabel, Azuay, Ecuador.²³

Al usar colores limpios y equilibrados, ayudará a dar a la página un diseño más moderno. Se hará una combinación variada utilizando estos colores, que a su vez contrastan dependiendo el elemento tales como: Menú, elementos gráficos, fondos, tipografía. Pero sobre todo predominado los colores de la marca.

2.6.1.4. Fotografía

Ahora la fotografía también asume una función explicativa. Imágenes que hablen alto y claro sobre el contenido de una web, con capacidad para atrapar al usuario y un fuerte atractivo visual, se convertirá en un objetivo.

²³ Más información en: <http://www.santaisabel.gob.ec/>

Se utilizarán imágenes que describan fácilmente lo que contiene la web, capaz de captar la atención del usuario. Estas serán usadas tanto en el banner de la página como en contenido, dependiendo si el tema lo necesita.

Se trabajará con fotografías panorámicas con el tema *paisajistas* así el usuario pueda interactuar en la navegación, esto con el objetivo de que transmita emociones al usuario, ayudándolo a saber más sobre el lugar.

2.6.1.5. Iconos



Imagen de iconos de Material Design²⁴

²⁴ Google. (2014). Material Design. Recuperado de: <https://material.google.com/style/icons.html#icons-system-icons>



Se usará iconos para el diseño de interfaz de los diferentes dispositivos ya que evitar que exista un sobrecargo de información, haciéndola más simple así mejorando la navegación del usuario.

Para esto utilizaremos como referencia la biblioteca de iconos que nos ofrece Google (Material design) que dice: “Los iconos de producto son la expresión visual de la marca de los productos, servicios y herramientas. Simples, atrevidos y amigables, se comunican con la idea principal del producto”, con un estilo flat. De esta forma mantener uniformidad logrando que se logre visualizar en los diferentes dispositivos.

Google Material es una herramienta que ofrece Google para diseños web y multimedia mostrando las reglas que debes tomar en cuenta al momento de implementar iconos en los diferentes dispositivos, tales como tamaño, estética, colores, pero recordemos que cada diseño es muy diferente uno del otro así que solo se tomará algunos conceptos que pueden funcionar en el rediseño.

2.6.2. Diseño visual de la marca

A continuación definiremos un aspecto importante de la página que funcionará como una forma de identificar de qué trata el contenido de la misma. Para esto se deja en constancia que este proyecto no se trata de diseño de marca sino de una página web de turismo por lo que al momento de escoger un logo para la página se quiso mantener la marca que maneja el municipio de Santa Isabel ya que las personas relacionan más rápidamente el logo con cualquier proyecto del cantón.

- **Tipografía:** Luego de explicar las variantes que tendrá nuestro logo, definimos la tipografía que se utilizó para la palabra “Turismo”, para escoger esto se pensó en diferentes puntos, primero en hacer un contraste entre tipografías ya que en el logo original se utiliza una serif y para el apartado acompañaremos con una San serif, con el fin de mantener un equilibrio.

Turismo

Ebrima
a b c d e f g h i j k l m n
o p q r s t u v w x y z
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9
% () / :

- **Cromática:** La cromática varía dependiendo el lugar donde será utilizado pero se regirá a dos específicamente, a esto nos referimos específicamente a la cromática de la tipografía ya que la imagen que le acompaña se mantendrá debido a que es nuestra constante que representa al cantón.



Logo del Municipio
del Canton Santa Isabel

+ Turismo

Ebrima
a b c d e f g h i j k l m n
o p q r s t u v w x y z
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9
% () / :



2.6.3. Estilo gráfico de la página

En esta etapa se definirá el estilo que va a tener este sitio web ya que al elegir cada uno de los elementos que la integrarán proyectará claramente el concepto que se quiere mostrar al público objetivo, ya que cada uno de estos puede afectar la decisión de mantenerse en la página.



Diagramación: Para la diagramación del contenido de nuestra página hemos pensado en usar una retícula de 12 columnas, donde nos basaremos para designar el número de columnas que se utilizará, en este caso se recomienda usar tres columnas para la versión que será visualizado en computadora, dos para tablet y uno para celulares. La ventaja de utilizar tres columnas en computadora es que nos ayudará a mejorar la distribución del contenido ya que permitirá que exista aire entre cada elemento evitando que la página se vea muy pesada o sobrecargada.

Tipografía: Para la selección de la tipografía que será utilizada en la página se tomó en cuenta puntos importantes con el fin de que ésta ayude a transmitir claramente el objetivo del sitio.

La tipografía que se eligió es una san serif, específicamente Roboto, una de las ventajas de utilizarla, es que pertenece a un grupo de fuentes de libre acceso y están en el catálogo de Google fonts, esto nos ayuda a que al momento en el

que el usuario visualiza nuestra página en su navegador vea la misma tipografía que nosotros destinamos ya que el navegador puede cargar fácilmente media el API de Google Fonts y no se ve a la necesidad de destinar una tipografía diferente cambiando totalmente el diseño.

En cuanto a legibilidad, esta tipografía es fácil de leer en dispositivos, ayuda en los textos corridos a mejorar la lectura, el uso de estos tipos con líneas finas da la sensación de modernas y limpias.

Raleway Thin
Raleway ExtraLight
Raleway Light
Raleway Regular
Raleway Medium
Raleway SemiBold
Raleway Bold
Raleway ExtraBold
Raleway Heavy



*Imagen de las variantes de la tipografía Raleway*²⁵

Cromática: La cromática que se pretende usar en el estilo de la página es una paleta de colores cálidos y fríos logrando un contraste armonioso, al mostrar la diversidad de paisajes, colores, detalles que se encontraran en cada uno de los lugares que visitará, implementar este elemento ayudará a dar más vida a la página.

Los colores en los que nos basaremos son los siguientes que fueron escogidos basándonos en la psicología del color y principalmente en los colores del logo.



Naranja: El naranja como primer color se seleccionó porque llama mucho la atención para mantener al usuario enganchado en la página además que se asocia con la felicidad y energía que se tiene para contar la historia del cantón y todo lo que ofrece en cuanto a servicios.

Verde: El verde un color que refleja la naturaleza, calma al mostrar todos los maravillosos lugares que ofrece el cantón.

Rojo: el color rojo puede representar para algunas personas peligro, desconfianza pero en nuestro caso se utiliza un tono no muy vibrante y llamativo pero que evoca un concepto de emoción, movimiento haciendo alusión al entretenimiento en la página será en encargado de reflejar los eventos que a lo largo del año se llevan a cabo en el cantón.

²⁵ Impallari, P. (2013). Familia Raleway de Matt McInerney: recuperado de <http://www.impallari.com/projects/overview/matt-mcinerneys-raleway-family>

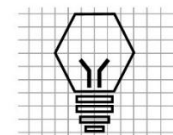
Azul: Un color que refleja confianza y seguridad es el encargado de mostrar la sección de contactos en la que el usuario podrá hacer preguntas o recomendaciones a los encargados del proyecto.

Para concluir con este tema se quiere destacar que al ser una página de turismo el concepto que se quiere mostrar es la riqueza y diversidad que cada uno de los lugares posee y que sea llamativa.

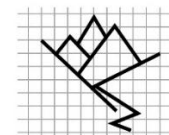
Íconos: Los íconos son utilizados como recursos visuales, metafóricos, representan actividades que de una u otra forma el usuario reconoce más fácilmente y llegando a comprender sin palabras textuales.

La intención del rediseño de esta página es que sea más visual mostrando con fotografías todos los aspectos que puedes encontrar en el cantón, pero es importante también mantener un equilibrio para que no se vea sobrecargada,

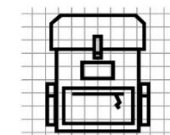
por ello el uso de iconos metafóricos en ciertas áreas ayudará a cumplir con este objetivo.



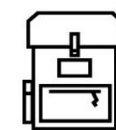
Consejos



Actividades



Equipamento



*Diseño de íconos descriptivos para los lugares turísticos*²⁶

El diseño de estos iconos se hizo con la intención que representen tres actividades importantes al momento de emprender una aventura o viaje, tales como:

- Consejos a tomar en cuenta para evitar cualquier accidente y mantener o preservar la naturaleza.
- Actividades que puedes realizar cuando estés en el lugar.

²⁶ Autor. (2016). Diseño de íconos descriptivos para los lugares turísticos



- Equipamiento necesario para cada lugar ya sea en clima frío o cálido.

Fotografía El uso de la fotografía ayuda a cumplir con uno de los objetivos de la página al momento de plantear el rediseño que fue que sea más visual, mejorando la calidad de las mismas y mostrando en ellas los lugares en el estado actual.

La fotografía es el recurso más importante, ya que abarca además unas de las ideas seleccionadas como es las imágenes 360 grados y trabajando también con panorámicas, tratando así de cumplir con uno de los objetivos que es que la página sea mucho más visual para que logre captar la atención del usuario.

El uso de las fotografías panorámicas serán como elemento para diferenciar entre cada opción que nos da la página. Podría ser utilizada en encabezados, banners, o separador en el contenido.

La fotografía 360 grados es un plus en nuestra página ya que dará un tour virtual al usuario de los diferentes lugares

turísticos provocando sensaciones de conocer más y llegar a la decisión de visitar el cantón.

A continuación se mostrará ejemplo de lo que se nombró anteriormente, tomando en cuenta que las fotografías 360 para ser visualizados deben ser subidas a cierta plataforma por ello se mostrará de una forma plana.



Galerías:



Fotografías de los lugares del cantón Santa Isabel²⁷

Panorámicas



27 Autor. (2016). Fotografías de los lugares del cantón Santa Isabel

28 Autor. (2016). Fotografías Panorámicas de los lugares del cantón Santa Isabel



Fotografías Panorámicas de los lugares del cantón Santa Isabel²⁸

Fotografía 360 grados.



Fotografías 360 grados de los lugares del cantón Santa Isabel²⁹

Las fotografías en su mayoría han sido realizadas por el autor, en la visita a los diferentes lugares turísticos, mostrado en ellas la belleza de estos y lo que se puede encontrar en su

29 Autor. (2016). Fotografías 360 grados de los lugares del cantón Santa Isabel



aventura, además existen fotos que se han obtenido de otros autores como el Municipio de Santa Isabel.

Redes Sociales: De la misma forma que el diseño de marca, la implementación de redes sociales demanda un trabajo largo y detallado ya que al igual que el sitio web estos serán los encargados de dar a conocer de una manera más informal el contenido de nuestra página a los clientes o usuarios, por ello para generar una audiencia leal se debe trabajar en una estrategia clara y eficaz comenzando por dar a conocer la marca que es el turismo en Santa Isabel, los servicios y cada uno de los lugares.

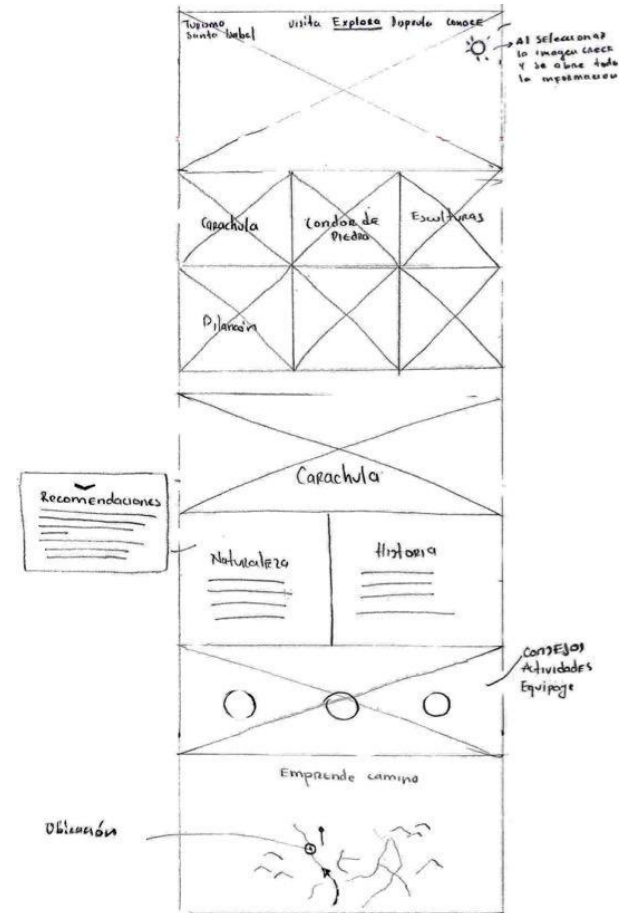
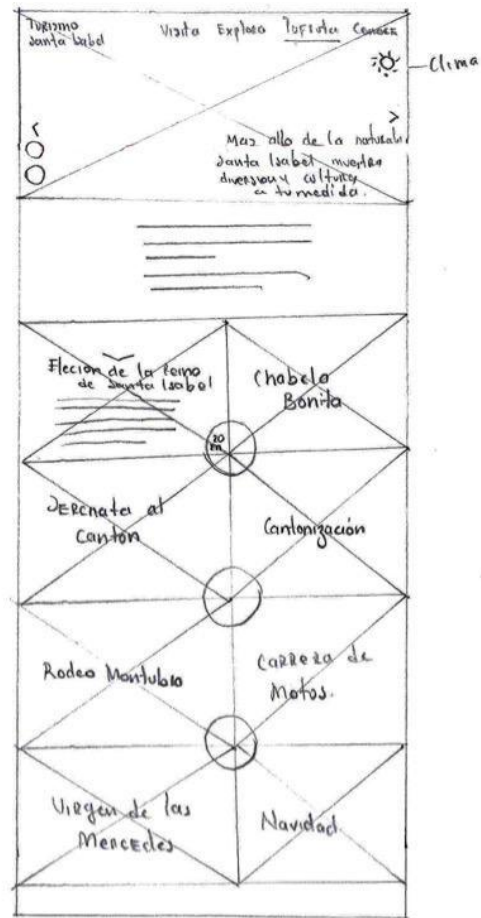
A pesar de esto no se ha querido dejar de usar este medio importante por lo cual se precisó utilizar otra alternativa, presentándole al usuario la opción de compartir la página en las diferentes redes, como una manera de que siga creciendo las visitas de nuevos usuarios.

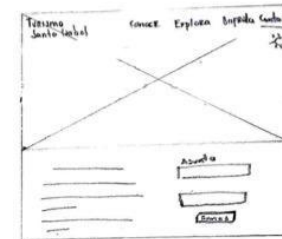
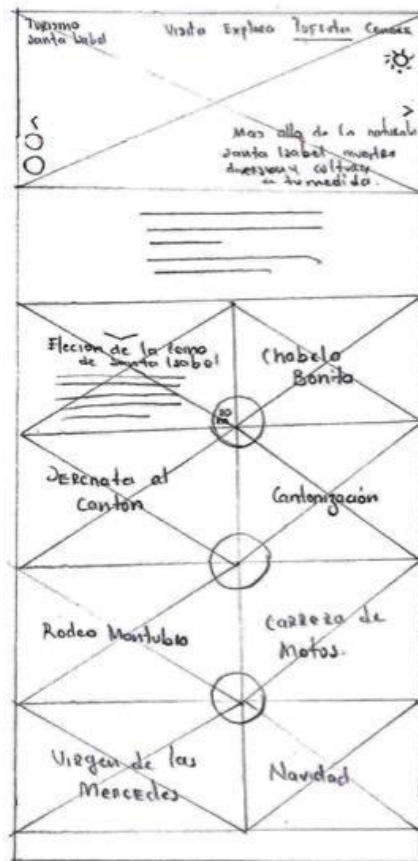
2.6.4. Bocetaje

En la parte de bocetaje es donde plasmamos las ideas que hemos generado a lo largo de toda esta investigación, creando la estructura de la página con todos los elementos que se estableció incorporar como fotografías, videos, textos, etc, mostrando de esta forma que todo esto ayuda a cumplir o satisfacer con las necesidades de usuario.

2.6.4.1. Boceto a mano

Bocetar a mano las diferentes pantallas nos ayudará a saber e identificar los problemas de organización que se puedan dar y que pueden ser corregidos rápidamente.

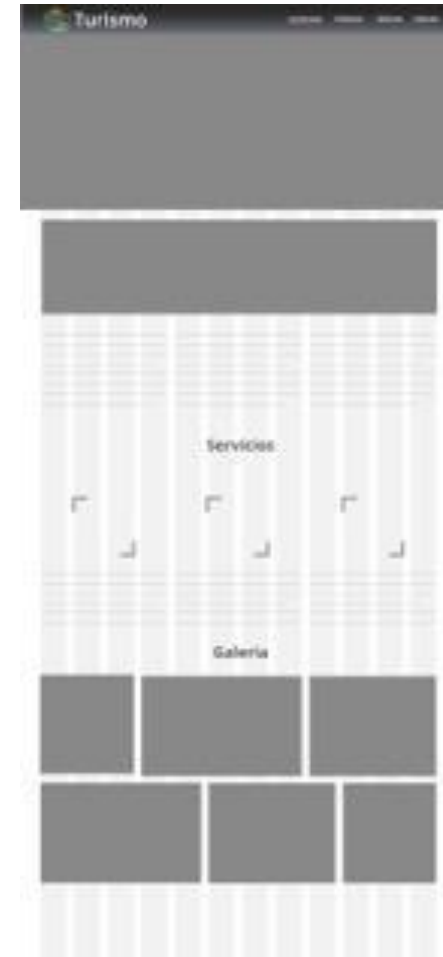


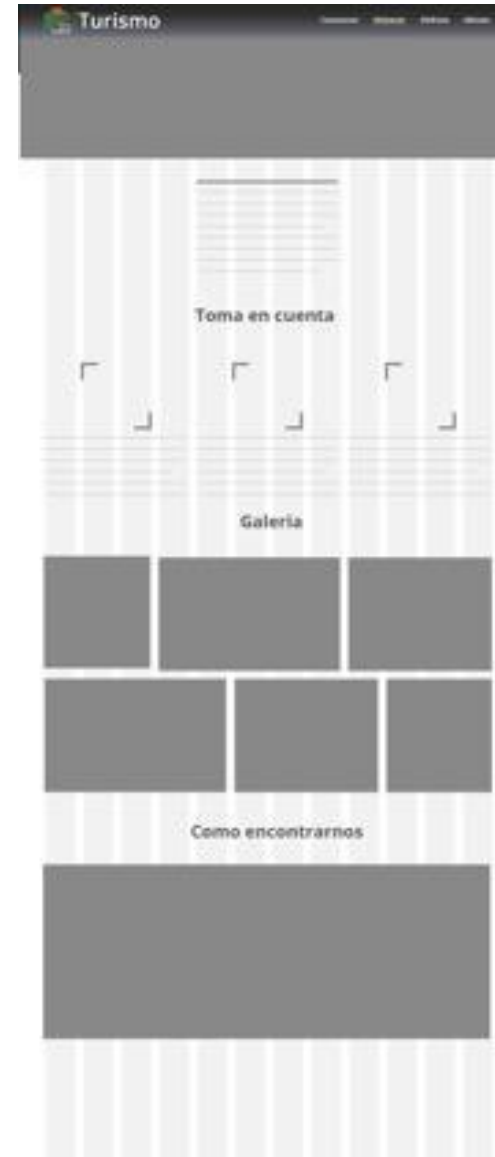
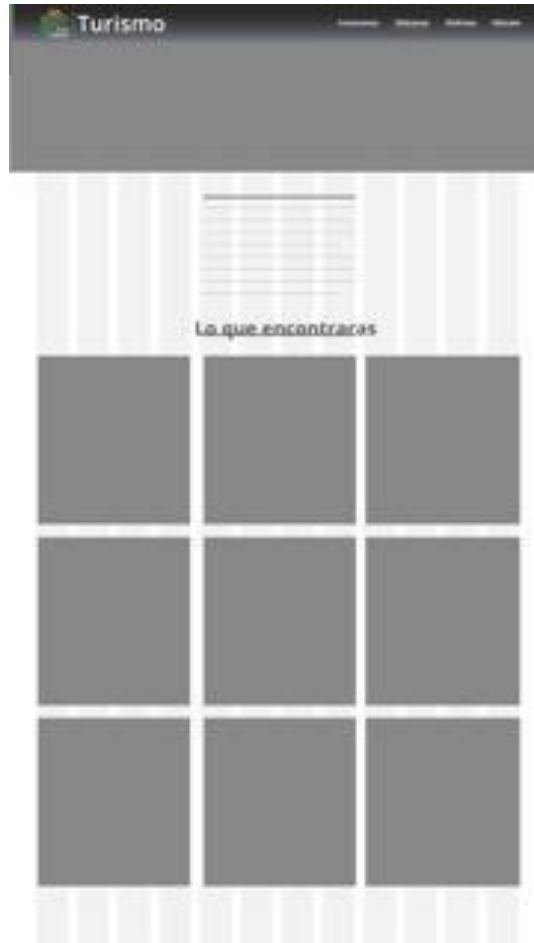




2.6.4.2. Boceto digital

Luego de hacer los bocetos a mano que a veces llegan a ser trazos de formas rápidas, pero fáciles de entender para el diseñador, realiza elementos importantes en cuanto al diseño de páginas, se procede a trabajar estos bocetos digitalmente, para poder definir más claramente los elementos de cada pantalla.





3. CAPÍTULO 3: Diseño Visual



3.1. Quinto: Plano de la Superficie

3.1.1. Prototipo final

Uno de los objetivos de realizar un proyecto como estos se trata de proyectar lo que se ha aprendido a lo largo de la carrera y en esta etapa de diseño, mostrar lo aprendido implementándolo con la ayuda de Wordpress y Adobe Muse, por lo cual se usará los dos ya que se pretende que la página sea administrable y pueda ser actualizada según esta lo requiera, ya que actualmente se muestra ciertos lugares turísticos y servicios pero a futuro se planea aumentar el número de atractivos del cantón por ello se pretende usar Wordpress. Para lo cual hemos recurrido al uso de Adobe Muse que nos permite ser más libres en el diseño y es en este software que se presentará este proyecto, dejando como propuesta la adquisición de un Plugin para convertir la página diseñada en Muse a Wordpress permitiéndole ser un CMS (Content Management System), para ser actualizado constantemente.



3.1.1.1. Diseño final

Al llegar al diseño final se toma en cuenta algunos aspectos para mejorar la experiencia del usuario, uno de estos es pensar en las constantes y las variables; como constantes tenemos la fotografía presente en todas las opciones del menú, que se encarga de contar rápidamente lo que se ofrece; la tipografía ayuda a unificar el texto, a que el usuario no se desconecte de lo que está observando, la constante de la diagramación en las páginas hacen relación a que se trata de un mismo tema con diferente contenido. Las variantes hacen que la página no se vuelva aburrida ya que el usuario al ver lo mismo puede llegar a cansarse y abandonar el sitio, un ejemplo de esto, es el uso del color, variando en cada opción que nos ofrece la página.

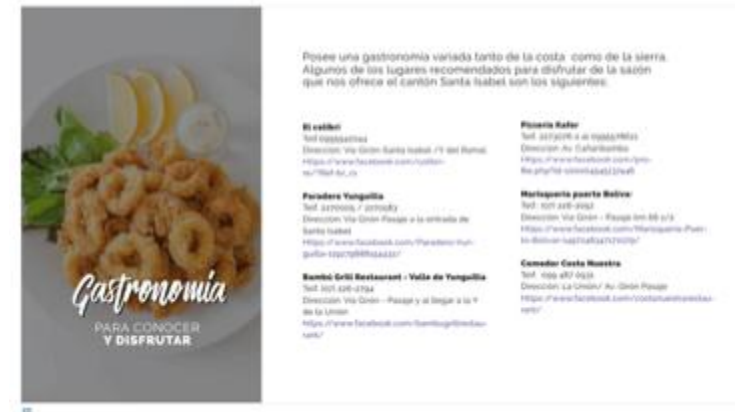
- **Diseño final para computadora**

Sección Conoce: La opción principal de la página nos da la bienvenida a conocer el cantón y los diferentes servicios que ofrece al turista para hacer más placentera su estadía.



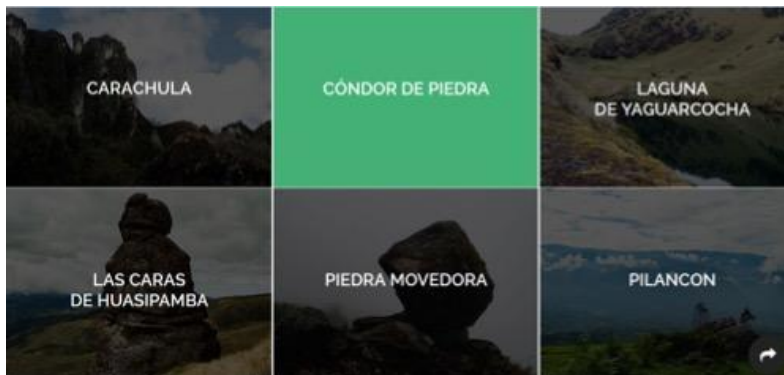


Al dar clic en cada una de las opciones de los servicios se abrirá una página con una lista de diferentes opciones de lugares populares y recomendados para visitar y disfrutar, contará con información como: dirección, teléfono, redes sociales.





Sección Explora: Es aquí donde vamos a encontrar la aventura, ya que podrás descubrir todas las opciones que ofrece el cantón para visitar.





Sección Disfruta: Para personas que les gustan más conocer su cultura, esta opción expone al visitante los diferentes eventos que se dan a lo largo del año en el cantón.





Sección Contacto: Como última opción tenemos la sección de contactos, es un medio para que el turista haga preguntas o resuelva las inquietudes que pueda tener.



CONSULTA TUS DUDAS

Si deseas formar parte de este equipo escríbenos tus datos en nuestras diferentes redes sociales y nos pondremos en contacto; también no olvides dejarnos tus preguntas y comentarios, que nos ayuden a mejorar.

Nombre:

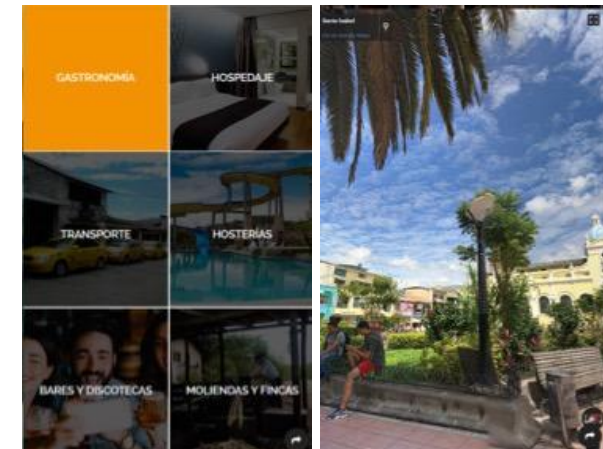
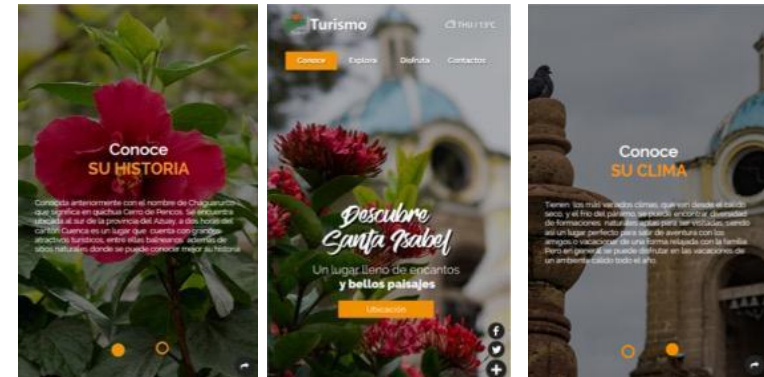
Correo electrónico:

Mensaje:

Enviar

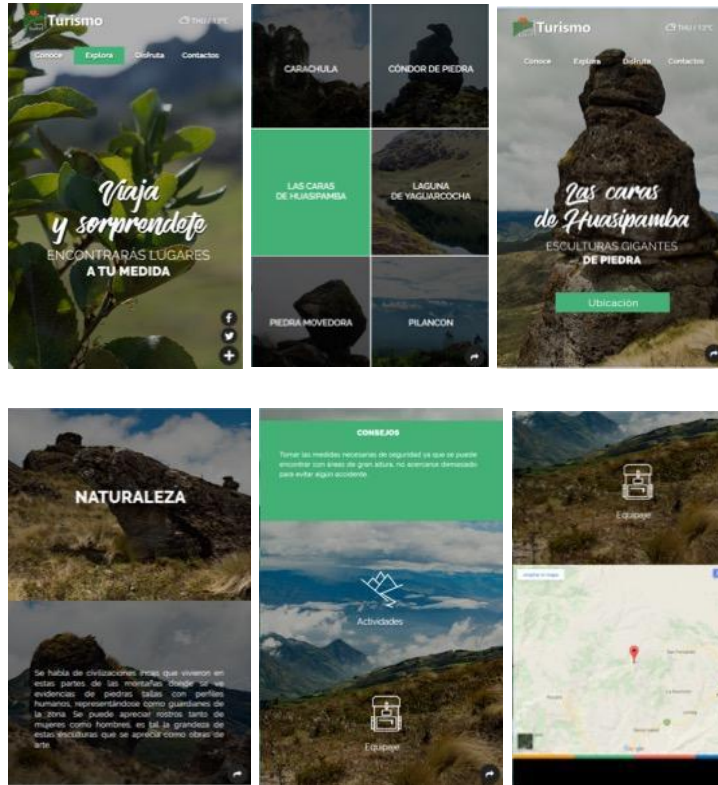
- **Diseño final para Tablet (Propuesta vertical)**

Diseño de página “Conoce” para tablet.

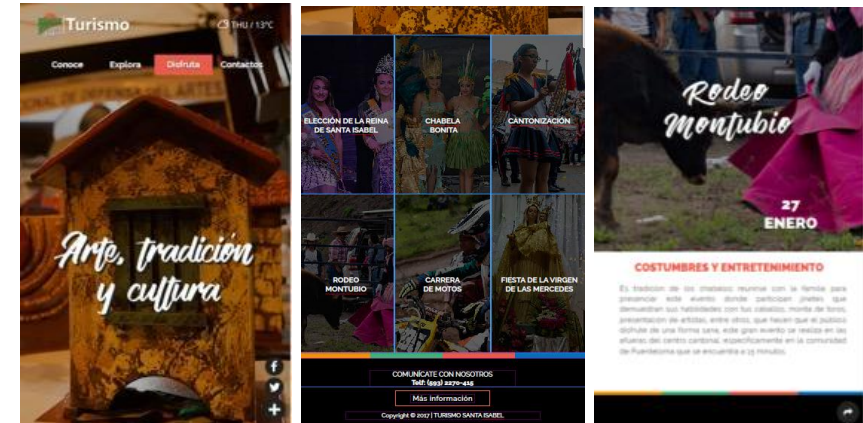




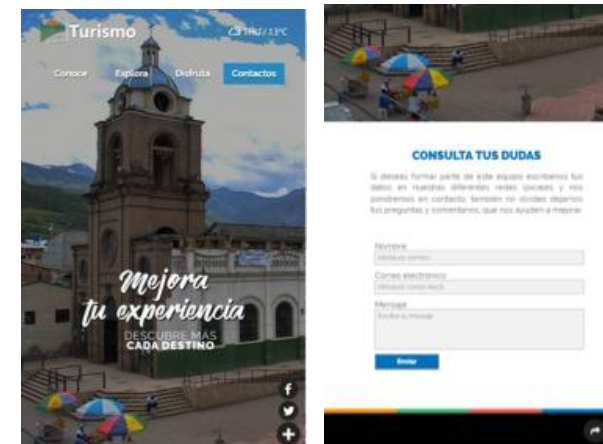
Diseño de página “Explora” para tablet.



Diseño de página “Disfruta” para tablet.

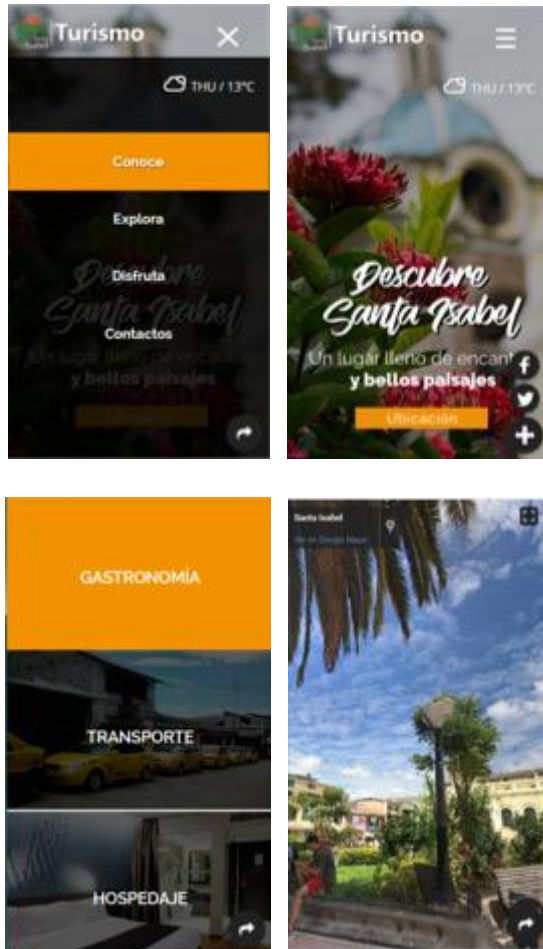


Diseño de página “Contacto” para tablet

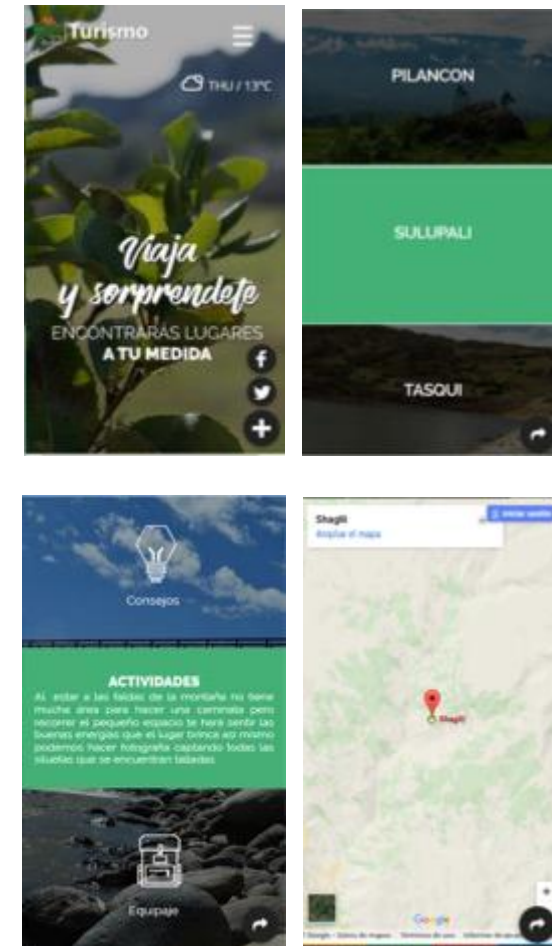


- **Diseño final para celular**

Diseño de página “Conoce” para celular



Diseño de página “Explora” para celular



Diseño de página “Disfruta” para celular



Diseño de página “Contacto” para celular.





3.2. Conclusiones y recomendaciones

Al ser el proyecto un rediseño Web, se tuvo que iniciar con una investigación para recopilar información y actualizar el contenido de la página, para ello se usó diferentes métodos como: encuestas a personas que están dentro de nuestro público objetivo para saber qué tanto conocen de este cantón y se pudo determinar que existe un desconocimiento grande de muchos aspectos del sitio, especialmente de los lugares turísticos, pero esto también nos benefició para recolectar opiniones de que les gustaría que ofreciera la página. Realizar esta investigación ayudó a entender el modelado del usuario, saber sus necesidades, saber qué tipo de información mostrar y cumplir con la primera parte del proyecto que es actualización de contenido y definición de público meta.

La segunda parte fue el rediseño de la página Web, por lo que se procedió a determinar primeramente los elementos de la experiencia del usuario, se tuvo que hacer una investigación de la metodología que se va a utilizar, la usabilidad, la arquitectura de la información, los elementos de la interfaz, estilos gráficos, entre otros, para tener claramente

definidos los pasos que se debe tener para cumplir los objetivos del sitio web.

Cuando se tuvo que especificar estilos gráficos para la página se fueron presentando algunos problemas, como por ejemplo: al utilizar una tipografía es importante revisar que se ajuste para la web, ya que al pensar en una página responsiva es muy frecuente que caigamos en el error de elegir tipografías que transmiten un concepto, pero que no son compatibles para los diferentes dispositivos, esto hace que el navegador se vea en la necesidad de cambiar la tipografía haciendo que pierda calidad al visualizar la página ya sea en la computadora, tablet o celular.

En cuanto a la fotografía al investigar homólogos que tienen éxito, se pudo determinar que gran parte de esto se debe a cómo se trabajó con la fotografía, a como trasmite una emoción y cuenta una historia sin necesidad de palabras, por lo que se llegó a la conclusión de hacer nuevas fotos, que cumplan con el propósito de que el público conozca y sea seducido por cada uno de estos lugares.



Como recomendaciones a futuro en cuanto a la usabilidad sería que la página cuente con un sistema offline para que el turista pueda seguir consultando la información en medio del viaje, así como también, en el caso de las personas zurdas tener la opción de cambiar la dirección de algunos botones de derecha a izquierda.

Para finalizar, la realización de este proyecto fue enriquecedora porque se trabajó con un tema en beneficio al lugar donde nació, que es Santa Isabel tratando con esto de mejorar su economía y dar a conocer este lugar.

En cuanto al aprendizaje, me ayudó a mejorar en el manejo de las diferentes herramientas que he aprendido en la carrera dejando en claro que cada aspecto estudiado en ese lapso fueron necesarias.

El turismo en el cantón es un servicio que se debe ser explotado con más énfasis sin dejar ningún detalle de lado, planteando como su objetivo principal convencer al turista a visitar estos lugares y que a la final de su estadía tanto el lugar y en la página donde encontró la información sean

recomendados a más personas, obteniendo así más usuarios satisfechos.

4. Bibliografía



Libros

- Cooper, A. (2007). *About Face. The essentials of interaction Design*. Ed. Wiley Publishing, Inc. United States of America.
- Cooper, A. Reimann R y Cronin,D. (2007). *About Face 3: The Essentials of Interaction Design..* Wiley Publishing, Inc. Indianapolis, Indiana.
- De Luca, M. (2011), *User HTML5: Entienda el cambio, aproveche su potencial*. Ed. Fox Andina. Buenos Aires.
- Garrett, J. J. (2011). *The elements of user experience: User-Centered Design for the Web and beyond*. New Riders. United States
- Goethe,J. (1810). *Teoría de los Colores*. Ed, Rudolf Steiner. Barcelona.
- Krause, J. (2010). *Color index*, Ed. How Books. Cincinnati.
- Krug, S. (2006), *don't make me think*. New Riders, Second Edition. United States
- Larrea, G. y León r, M. (2001), *Propuesta de rutas Eco turísticas a implementarse dentro del cantón Santa Isabel*. (Tesis Inédita) Universidad del Azuay. Ecuador.



- Nielsen, J. (2000). Usabilidad, diseño de Sitios Web: Ed. Pearson Educación. España
- Panza, M. (2013). Diseño de un website sobre los lugares turísticos de la provincia del Cañar. . (Tesis Inédita) Universidad Politécnica Salesiana. Ecuador.
- Pipes, A. (2011). Diseño de sitios web. Laurence King Publishing Ltd. Londres
- Pratt, A y Nunes, J. 2012. Diseño Interactivo: Teoría y aplicación del DCU. Ed. Oceano. Barcelona.
- Romero, M. (2004). Crónicas de los hechos y personajes del cantón Santa Isabel. Ed. Imprenta y ofsett Jorge Orellana. Ecuador
- Saffer, D. (2013). Microinteractions: Published by O'Reilly Media, Inc. United States.
- Villa, D. (2013). Diseño de un sitio web informativo de Cuenca para estudiantes foráneos de la ciudad. (Tesis Inédita) Universidad del Azuay. Ecuador.

Website

- “Haz historia” (2014) Historia del WWW: de la web 1.0 a la web 3.0: Consultado 28 de septiembre del 2016: <https://www.hazhistoria.net/blog/historia-del-www-de-la-web-10-la-web-30>
- Acevedo, G. (2013). La regla de los 3 clics. Consultado 28 de septiembre del 2016: <http://www.golpevisual.com/blog/la-regla-de-los-3-clics.html>
- Baeza, R. Rivera, C y Velasco, J. (2004). Arquitectura de la información y usabilidad en la web, Consultado 29 de septiembre del 2016 en <http://www.elprofesionaldelainformacion.com/contenidos/2004/mayo/1.pdf>
- Brooklyn comunicación (2016, marzo, 03) Uso de iconos en diseño web. Consultado 29 de septiembre del 2016 en <http://brooklyncomunicacion.com/uso-de-iconos-en-diseno-web/>
- Caiza, R y Molina, E. (2012). Análisis histórico de la evolución del turismo en el territorio ecuatoriano. Consultado 28 de septiembre del 2016:



<file:///C:/Users/dell/Downloads/Dialnet-AnalisisHistoricoDeLaEvolucionDelTurismoEnTerritorio4180961.pdf>

- Cajal, M. (2013). Estrategias de Social Media Marketing., Marketing Turístico 2.0: Consultado 28 de septiembre del 2016: <http://www.mabelcajal.com/2013/04/que-red-social-nos-conviene-mas-para-el.html/>
- Centro de Apoyo Tecnológico a Emprendedores, Fundación Parque Científico y Tecnológico de Albacete. (2012). Estudio de los sistemas de contenidos Web: Consultado 28 de septiembre del 2016 en http://www.bilib.es/fileadmin/estudio_sistemas_gestion_contenidos_web_cms.pdf
- Coutin, M y Sánchez, M. (2010). Promoción y comunicación Turística. Consultado el 28 de septiembre del 2016 de <http://www.monografias.com/trabajos90/promocion-y-comunicacion-turistica/promocion-y-comunicacion-turistica.shtml>
- Crespo, V. (2014). YouTube como herramienta de marketing turístico de Galicia: Consultado 29 de septiembre del 2016 en [file:///C:/Users/dell/Downloads/Dialnet-YoutubeComoHerramientaDeMarketingTuristicoDeGalicia-4869214%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/dell/Downloads/Dialnet-YoutubeComoHerramientaDeMarketingTuristicoDeGalicia-4869214%20(1).pdf)

[YoutubeComoHerramientaDeMarketingTuristicoDeGalicia-4869214%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/dell/Downloads/Dialnet-YoutubeComoHerramientaDeMarketingTuristicoDeGalicia-4869214%20(1).pdf)

- Diaz P. y Marin G. (2012). La web como herramienta de comunicación y distribución de destinos turísticos. Análisis y modelos: Consultado 28 de septiembre del 2016 en <http://www.maecei.es/pdf/n18/articulos/A3-La-web-como-herramienta-de-comunicacion-y-distribucion-de-destinos-turisticos.pdf>
- Duarte, M (2014) Material Design: Recuperado de <https://material.google.com/style/icons.html#icons-product-icons>
- Escudero, F. (2016). ¿Qué es Flickr?. Consultado 29 de septiembre del 2016 en <http://redessociales.about.com/od/aplicacionesysitioswebsociales/a/Que-Es-Flickr.htm>
- Feigenbaum, L. (2010). Web semántica la película: Traducción y visión crítica. Consultado el 28 de septiembre del 2016 de <http://www.dreig.eu/caparazon/2010/05/11/Web-3-0-Web-semantica-la-pelicula-traduccion-y-vision-critica/>
- Fernández, D y otros. (2010). La Web 3,0 y la comunicación turística. II Congreso Internacional



Comunicación 3.0. U. Salamanca. Consultado 28 de septiembre del 2016 en

<http://www.comunicacion3punto0.com>

- Fernández, A. (2010). El diseño de la interfaz. Consultado 29 de septiembre del 2016 en <http://www.lawebera.es/disenio-web/el-diseno-de-la-interfaz.php>
- Garcia, L. (2007). ¿Web 2.0 vs Web 1.0? Consultado el 28 de septiembre del 2016 de <http://ddd.uab.cat/pub/dim/16993748n10a4.pdf>
- Google. (2014). Material Design. Recuperado de: <https://material.google.com/style/icons.html#icons-system-icons>
- Google. (2014). Material Design. Recuperado de: <https://material.google.com/style/typography.html>
- GraphicPig. (2015). Open Sans Font Family: Consultado 28 de septiembre del 2016: <http://graphicpig.com/fonts/open-sans-download/>
- Hobbs, J. (2005). Una introducción a los viajes de los usuarios: Consultado 29 de septiembre del 2016 en

<http://boxesandarrows.com/an-introduction-to-user-journeys/>

- Marketing Online Creativate. La retícula en diseño web. Características y funciones. Consultado el 7 de noviembre en <http://www.creativate.es/la-reticula-en-diseno-web-caracteristicas-y-funciones/>
- Preece, J. Rogers, Y. y Sharp H. (2007) Interaction Design - beyond Human-Computer Interaction Consultado 29 de septiembre del 2016 en http://workgroups.clemson.edu/AAH0503_ANIMATED_AR_CH/879Readings/Interaction%20Design%20-%20Beyond%20Human-Computer%20Interaction.pdf
- Ronda, R (Diciembre 2007). La diagramación en la arquitectura de información: Recuperado de <http://www.nosolousabilidad.com/articulos/diagramacion.htm>
- San Martín, H. (2005). Estudio de la imagen de destino turístico y el proceso global de satisfacción: adopción de un enfoque integrador Consultado 29 de septiembre del 2016 en



<https://repositorio.unican.es/xmlui/bitstream/handle/10902/1176/HSMtesis.pdf?sequence=1>

- San Martín, H. (2005). Estudio de la imagen de destino turístico y el proceso global de satisfacción: adopción de un enfoque integrador. Consultado 29 de septiembre del 2016 en <https://repositorio.unican.es/xmlui/bitstream/handle/10902/1176/HSMtesis.pdf?sequence=1>
- Santa Isabel Azuay Ecuador [Actualización de Facebook] Consultado 20 de octubre del 2016: <https://www.facebook.com/santa.ecuador/>
- Solis J. (2014). ¿Qué es Bootstrap y cómo funciona en el diseño web? Consultado 28 de septiembre del 2016 en <http://www.arweb.com/chucherias/editorial/%C2%BFque-es-bootstrap-y-como-funciona-en-el-diseno-web.htm>
- Tynan, K (2012). Un diseño sensible, con el movimiento de fluidos. Consultado 7 de noviembre del 2016 en <http://www.gibedigital.com/blog/2012/august/10/msns-uk-olympics-favourite-websites/>

5. Anexos



5.1. Anexo 1: Entrevista 1

Objetivo:

Conocer cuánto se está trabajando en el tema del turismo en el cantón Santa Isabel, tanto a nivel del turista como el mantenimiento de los lugares.

Entrevista realizada a Mayra Román licenciada en Turismo, actual encargada del área de turismo en el Municipio de Santa Isabel el 17 de Octubre del 2016.

¿Por qué considera que este cantón es un lugar apto para el turismo?

Bueno, una de las razones principales por la que la mayoría de turistas visitan el cantón es por su clima, por eso los lugares que tienen más afluencia de turistas, son los balnearios, pero ahora estamos trabajando en proyectos para mostrar al turista más opciones, estamos creando rutas para mostrar la variedad de actividades que pueden hacer, entre ellas disfrutar el paisaje hermoso que tenemos.



¿Qué proyectos se han realizado para promocionar el turismo en el cantón?

Actualmente estamos trabajando con un nuevo proyecto que está todavía en proceso que es el PLAN INTEGRAL TURISTICO DEL CANTON SANTA ISABEL donde estamos creando rutas como Ruta camino del inca, ruta ciudad de piedra, por mencionar algunos de ellos, pero bueno estamos trabajando ahora en tener toda esta investigación con la información completa, para luego enfocarnos en promocionar el cantón.

¿Cuál es la situación actual de los lugares turísticos del cantón?

Los lugares se conservan en bruto, no habido intervenciones, se podría decir debido a que algunos de ellos no han sido considerados como un lugar turístico y mediante algunas investigaciones y hallazgos que se han hecho se han ido considerando para ser integradas en las rutas que estamos haciendo.

¿Cuál es el porcentaje de visitas de los turistas?

No tenemos datos preciso del porcentaje pero si te podría decir los días que más se registra visitas de turistas en el cantón, son los feriados, se puede ver como personas especialmente de cuenca vienen y disfrutan de nuestro cantón, se puede ver que los balnearios tiene mucha acogida, pero también los fines de semana, algo me he visto que en parte las personas que visitan el lugar son por recomendaciones de personas que son del cantón pero viven en diferentes partes, en el caso de los jóvenes que estudian en cuenca, ellos traen a sus amigos a visitar.

¿Cuáles son los ingresos aproximados que genera el turismo hoy en día?

Como te decía no existe información precisa sobre el turismo, debido a que este cantón es considerado Agrícola, donde los puntos más fuertes en los que se enfocaron es en este tipo de temas, pero se está trabajando por hacer resurgir el turismo en el cantón, claro que para eso debemos seguir analizando, y comenzar a investigar temas como este para saber qué lugar necesita mayor promoción.

¿Se está trabajando conjuntamente con los moradores cercanos a dichos lugares turísticos, de ser el caso existen capacitaciones para tener un mejor servicio?

Esa es la idea, que se tiene cuando se implemente el proyecto, ser nosotros mismos quienes podamos ser los encargados de ayudar a proteger los lugares, ya que por ejemplo son las personas del sector que saben esas historias que tienen cada uno de estos lugares, sería bueno que mientras se está en las rutas estas personas sean las encargadas de guiar al turista.

¿Existen lugares en el cantón que ayuden al turista a buscar información?

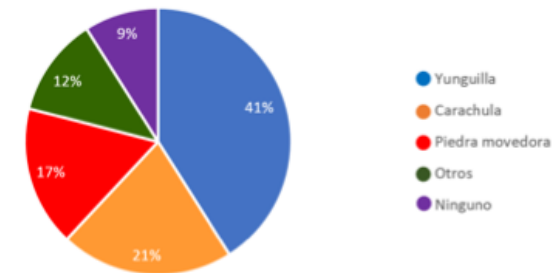
El lugar existe, pero no está en funcionamiento, en parte es porque no habido ingresos, desde que el gobierno ha pasado todas las competencias a los municipios, son estos quien deben trabajar en estos temas pero por ahora los ingresos que se tiene se están implementando en mejoras para el cantón y los moradores.

TANIA PATRICIA VINTIMILLA SAQUICELA

5.2. Anexo 2: Encuesta1

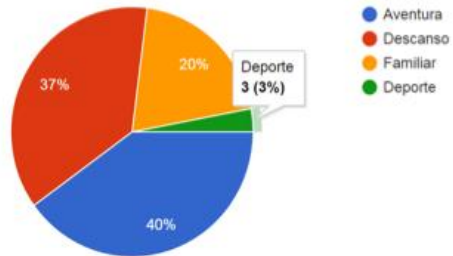
Objetivo: Evaluar el potencial turístico De Santa Isabel

¿Qué lugares turísticos de Santa Isabel conoce usted?



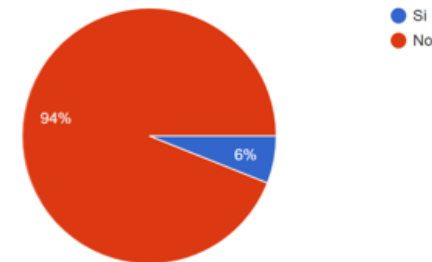
Se preguntó a los encuestados sobre los lugares turísticos que conoce del cantón Santa Isabel dando como resultado que el 41% conoce Yunguilla abarcando aquí las hosterías que hay en este lugar, 21% Carachula, 17% la Piedra movedora, un 12% otros refiriéndose a lugares como el centro del cantón, moliendas, ríos y para finalizar el 9% desconoce algún lugar turístico.

¿Cuál es el motivo por el cual usted visita los lugares turísticos?



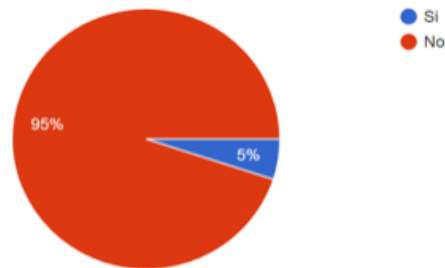
Para poder enfocarnos en el área que más realiza los turistas de ha preguntado a los encuestados cuál es su razón al momento de hacer turismo, obteniéndose que el 40% viaja por aventura, el 37% por descanso, el 20% con la familia y el 3% por deporte, Dando a entender que la mayor parte hace turismo por aventura.

¿Cree que las políticas del cantón promueven al potencial turístico?



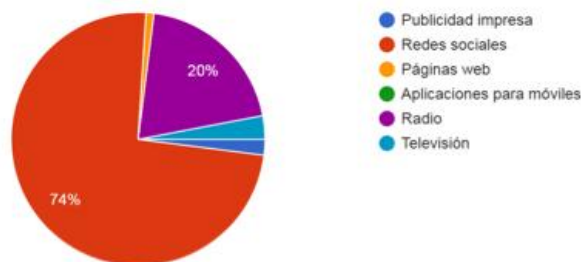
Es evidente que la mayor parte de los encuestados un 94% respondieron que el cantón no promueve el potencial turístico pero también un 6% que considera que sí. Reflejando así que no está trabajando en este sector.

¿Conoce usted si existe ya un plan de desarrollo turístico?



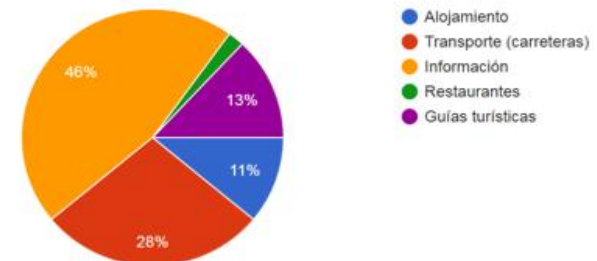
Los encuestados respondieron de manera negativa a si existen planes para desarrollar el turismo ya que un 95% respondió que no y un 5% que si pero que no se da a conocer aún.

¿Qué medios de comunicación conoce Usted para la promoción del cantón?



Se preguntó a través de que medio encontró información sobre el cantón dando como resultado que un 74% en las redes sociales, que es un medio utilizado por gran parte de las personas, el 20% por la radio, televisión 3%, publicidad impresa 2% y páginas web 1%. Dejando como medios no muy utilizados la web y las App que hoy en día están avanzando para poder solucionar cualquier problema.

¿Qué servicios cree usted que deberían ser mejorados por parte de las pequeñas empresas para fomentar el turismo?

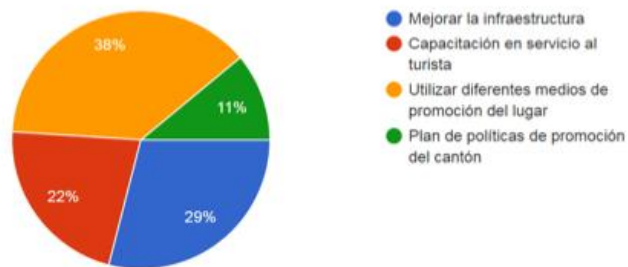


Los encuestados respondieron 46% que se debería trabajar más en la parte de la información que el cantón da a los turistas para darse a conocer, 28% mejorar el transporte, 13% guías turísticas



que les ayude a disfrutar el recorrido brindándoles más información, alojamiento 11% y un 2% restaurantes.

¿Qué recomendación daría a las autoridades del lugar para mejorar el turismo Santa Isabel?



Se preguntó al encuestado algunos aspectos de este sector que recomendaría mejorar a las autoridades para así brindar un mejor servicio, el 38% considera que se debería utilizar diferentes medias para promocionar el lugar así se podría llegar a más público, el 29% mejorar la infraestructura así el turista disfrutara su visita, 22% capacitación en servicio al turista y un 11% crear un plan de políticas de promoción del cantón.

Conclusión:

TANIA PATRICIA VINTIMILLA SAQUICELA

La falta de trabajo de parte del municipio de Santa Isabel en cuanto al turismo a la falta de promoción hace que la mayoría de personas que llegan el cantón no tenga opciones a elegir, ya que no se conocen muchos lugares, llevándolos a dejar de visitar este lugar. Por ello es necesario contar con información que pueda estar al alcance de los usuarios, crear planes pensando en la conveniencia ya sea del municipio de los moradores y del turista.



5.3. Anexo 3: Entrevista 2

Entrevista realizada al Ingeniero Rene Pozo director del área de planeamiento y mejoras en el Municipio de Santa Isabel el 21 de Noviembre del 2016.

Objetivo:

Conocer algunos rasgos importantes sobre el turista, ayudándonos así enfocarnos más directamente con nuestro usuario y saber qué es lo que se quisiera mostrar y comunicar el cantón en una página web.

- **¿Cuál es la edad con la que los jóvenes comienzan a hacer turismo en el Ecuador?**

Se podría decir que la edad promedio con la que se comienza a ver que los jóvenes salen a los diferentes lugares para hacer turismo, sería cuando son mayores de edad ósea desde los 18 años, pero si decimos una edad promedio que se ve más en cualquier lugar, sería 20 años ya que tiene más independencia, algunos porque ya dejan de vivir con sus padres.

- **¿En es lo que más llama la atención de un lugar turístico?**

En algunos casos a parte del paisaje que ofrece el lugar, los turistas suelen fijarse en puntos como el mantenimiento que se ha dado a el área, cuanta importancia se le da al cuidado de estos, por eso también es importante que al momento de mostrarnos al país como un lugar turístico es necesario trabajar de la mejor forma de cómo se da a conocer estos lugares trabajar en cada detalle, las fotos, la información que se contará que ya estamos trabajando, con la intención de dar ese plus que nos diferencie.

- **¿Qué tipo lugares son los más visitados en Santa Isabel?**

Bueno, este cantón al tener un clima variado, la mayoría de turistas llegan para visitar las hosterías ya que la mayoría de tiempo el clima es caluroso. En cuanto a sitios naturales, la piedra movedora es uno de los lugares que más visitan, se observa que se reúnen grupos de personas para hacer el recorrido hasta llegar al lugar.



- **¿Qué quiere comunicar y mostrar el cantón en una página web?**

Se quiere mostrar la riqueza natural que posee el cantón, enfocarnos en rescatar estas áreas, que pueden ofrecer hermosos paisajes que el turista disfrutará, saliendo así de la rutina diaria. Mostrar la experiencia que tendrá al visitar nuestro cantón.

- **¿En qué punto se debe trabajar más para poder llegar al turista (usuario)?**

Sería en la parte de la información, mostrar algo que le pueda servir, tratando de que se sienta satisfecho con lo que le ofrecemos, relacionarnos más con el turista, mantenerlo informado continuamente que estamos trabajando para mejorar su estadía al momento de visitarnos.

5.4. Anexo 3: Encuesta 2



Encuestas

¿Qué medios utiliza para navegar en un sitio web?

- Computadora
- Tablet
- Celular
- Otros Especifique.....

¿Qué tipo de dispositivo tiene (modelo)?

- Android
- IOS
- Otros Especifique.....

¿Qué es lo que le frustra al navegar en un sitio web?

- Que no cargue rápido la página
- Demasiado texto
- Colores extravagantes
- Poca información.
- Otros Especifique.....

¿Qué le llama la atención de un sitio web?

-
-
-

¿Dónde busca información cuando quiere visitar un lugar turístico?

- Internet
- Redes sociales
- Agencias turísticas
- Otros Especifique.....

TANIA PATRICIA VINTIMILLA SAQUICELA