

## RESUMEN

Las redes sociales en un entorno de comunicación que evoluciona y nos hace partícipes del cambio hacia nuevas herramientas que mejoran nuestra experiencia como usuarios, los portales web como puertas de la información que se fortalecen gracias a estos canales de difusión, es la importancia de crear un sistema unificado que simplifique nuestras necesidades en la búsqueda de nueva información y de nuevos grupos que se asemejen a nuestro estilo de vida. El desarrollo de un correcto portal web que simplifique la experiencia del usuario mediante una conceptualización y análisis de usabilidad que se acople a las necesidades de las personas y que pueda ser utilizada como una nueva herramienta que simplifique nuestro tiempo en la búsqueda de información.



## INDICE

### 1. Generalidades en el diseño web.

- 1.1 El diseño web como plataforma de comunicación
- 1.2 Redes sociales
- 1.3 Lenguaje digital y soportes
- 1.4 Usabilidad e Interacción

### 2 . La necesidad de comunicar y formar parte de un entorno social.

- 2.1 El turista 2.0
- 2.2 La necesidad de comunicar y el poder de opinar
- 2.3 La popularidad en las redes sociales
- 2.4 Creer en un amigo virtual
- 2.5 Propuestas Homólogas

### 3. Diseño web.

- 3.1 Conceptualización
- 3.2 Objetivo web y audiencia (MasPOP)
- 3.3 Arquitectura de la información, usabilidad y experiencia del usuario
- 3.4 Estructura e interfaz

### 4. Conclusión y Recomendaciones

- 4.1 Conclusiones
- 4.2 Recomendaciones

### 5. Anexos y Bibliografía

- 5.1 Anexos
- 5.2 Bibliografía



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

Fundada en 1867

Yo, Cristian Mauricio Ramón Chuchuca, reconozco y acepto el derecho de la Universidad de Cuenca, en base al Art. 5 literal c) de su Reglamento de Propiedad Intelectual, de publicar este trabajo por cualquier medio conocido o por conocer, al ser este requisito para la obtención de mi título de Diseñador gráfico. El uso que la Universidad de Cuenca hiciere de este trabajo, no implicará afección alguna de mis derechos morales o patrimoniales como autor.

  
Cristian Mauricio Ramón Chuchuca  
010399416-6

---

*Cuenca Patrimonio Cultural de la Humanidad. Resolución de la UNESCO del 1 de diciembre de 1999*

Av. 12 de Abril, Ciudadela Universitaria, Teléfono: 405 1000; Ext.: 1311, 1312, 1316

e-mail [cdjbv@ucuenca.edu.ec](mailto:cdjbv@ucuenca.edu.ec) casilla No. 1103

Cuenca - Ecuador



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

Fundada en 1867

Yo, Cristian Mauricio Ramón Chuchuca, certifico que todas las ideas, opiniones y contenidos expuestos en la presente investigación son de exclusiva responsabilidad de su autor/a.

Cristian Mauricio Ramón Chuchuca.  
010399416-6

---

*Cuenca Patrimonio Cultural de la Humanidad. Resolución de la UNESCO del 1 de diciembre de 1999*

Av. 12 de Abril, Ciudadela Universitaria, Teléfono: 405 1000, Ext.: 1311, 1312, 1316

e-mail [cdjbv@ucuenca.edu.ec](mailto:cdjbv@ucuenca.edu.ec) casilla No. 1103

Cuenca - Ecuador



## 1. Generalidades en el diseño web.

### 1.1 El diseño web como plataforma de comunicación

Con el paso del tiempo los portales web han evolucionado con el fin de mejorar la comunicación con el usuario, esto ha llevado a una búsqueda de nuevas herramientas que aporten con el beneficio propio empresarial. De cierto modo los medios digitales han logrado grandes aportes en la comunicación con el entorno, por lo tanto se apunta a que los usuarios establezcan interés y valoración de la información publicada pretendiendo que dicha información sea promovida por ellos mismos generando una red de comunicación abriendo nuevos espacios en donde el usuario se convierte también en emisor de la información, estableciendo así una red social.

*La web 2.0 impulsa nuevos diseños de las pantallas y de la organización de la información. Se produce una gran evolución de los diseños tradicionales y de los nuevos cibermedios a otros basados en la optimización de la accesibilidad, la extensibilidad y el salto por el usuario para desarrollar aplicaciones propias y a su gusto<sup>1</sup>.* Es aquí donde entra el nuevo rol del diseño aplicado a los soportes digitales con el fin de mejorar la experiencia del usuario y satisfacer la necesidad del cliente, por consiguiente el objeto visual que se presente al usuario será un factor muy importante al momento de la interacción humano-máquina, es decir la

---

<sup>1</sup> Cebrán, Mariano, *La web 2.0 como red social de comunicación e información*. Universidad de Madrid, 2008, p 3.



propuesta de diseño hacia estos soportes digitales es una de las piezas fundamentales dentro de la comunicación dirigida por entornos digitales.

Por lo tanto una plataforma de comunicación será la definición de un espacio virtual que se acopla a las necesidades de cada ser humano, en donde el usuario como emisor aportará con nueva información pertinente y ésta misma evolucionará por medio de las nuevas redes que se generen entorno a un nuevo usuario.

## **1.2 Redes Sociales**

Cuando hablamos de redes sociales nos referimos únicamente al entorno de comunicación que pretende agrupar personas con los mismos gustos o pensamientos, actualmente estamos ante una gran estructura comercial, un bloque que aloja la mayor cantidad de personas, con el fin de proporcionar al usuario esta conectividad con otros similares a ellos.

Sin embargo el poder que han generado las redes sociales en las personas ha hecho que aceptemos una realidad que de cierta forma moldea nuestro estilo de vida, a tal punto que se convierte en una herramienta fundamental para la comunicación, y en muchas ocasiones una puerta de expresión hacia el mundo exterior. La velocidad de la comunicación y la facilidad de opinión a dado paso a las nuevas herramientas digitales que pretende cambiar los canales convencionales hacia uno nuevo en donde el principal gestor informativo sea el mismo usuario.



Una de las principales redes sociales conocidas mundialmente como Facebook que presume tener alrededor 900 millones de usuarios activos, con más de 300 millones de fotos cargadas en la red, y con un promedio de 3,2 millones de “me gusta” (Fuente de InsideFacebook) y Twitter que se estima unos 400 millones de usuarios son actualmente las mas poderosas redes sociales conocidas en todo el mundo, aunque no sean las únicas, existen varias dedicadas a un mercado y gusto específico.

Vivimos en una realidad virtual, y estamos constantemente en la búsqueda de más información, creamos grupos que se asemejen a nuestros intereses, creamos perfiles en donde ocultamos nuestra realidad y nos mostramos hacia el mundo como sólo nosotros queremos. Es el poder de la comunicación que nos ha llevado a lograr crear cada día redes más poderosas, en donde el único objetivo es mantenernos conectados con el espacio virtual que de alguna forma se transforma para muchos en la herramienta necesaria de comunicación.

### **1.3 Lenguaje digital y soportes**

Nuestro sistema de comunicación en las redes sociales se vuelve semejante a otros de nuestro mismo tipo, incluso nuestros estados de ánimo se han convertido en palabras clave para las mismas redes sociales puedan catalogarnos y ubicarnos dentro de un grupo específico, por lo tanto creamos una red que se asemeje a nuestros intereses y busquemos incrementar la



posibilidad encontrar más usuarios que se sientan conectados con nuestra informa

Necesitamos de constante información que llene nuestras expectativas y en caso de no encontrarlas simplemente lo dejamos de lado y seguimos buscando más, de la misma manera damos a conocer nuestro estilo de vida, basta con indicar nuestra ubicación e indicar nuestro estado para que nuestra red se entere de cómo estamos viviendo.

Con la llegada de los soportes inteligentes, se ha vuelto más fácil esta interacción ya que ahora estos aparatos están diseñados con el objetivo de facilitar nuestra comunicación con el mundo exterior, podemos comunicar en que lugar estamos, o simplemente podemos comunicar el gusto por cualquier objeto, por lo tanto, estos nuevos soportes digitales son piezas fundamentales en las redes sociales pues facilitan la rapidez de comunicación y mejoran la experiencia del usuario.

Cada día necesitamos comunicar nuestros pensamientos como las empresas necesitan publicitar sus productos, es por eso que los estos aparatos digitales son un beneficio sustancial tanto para las empresas como para los usuarios que pueden estar enterados de lo que pasa cada instante y realizarnos ofertas que se acoplen a nuestras expectativas.

Los lenguajes de programación soportados por estos aparatos son en medida estandarizados para mejorar la lectura y navegación de estos soportes digitales mediante una página web, este sistema debe adaptarse a la lectura y operaciones que desee realizar el usuario en el momento de navegar por un sitio



web, el lenguaje de código HTML siglas de **HyperText Markup Language** «lenguaje de marcado de hipertexto» (Fuente Wikipedia), como referencia dominante en la creación de páginas web, ayudará a que el usuario pueda escribir y leer texto publicado en cualquier sitio web, la publicación y lectura de fotografías así mismo como el soporte de varias operaciones dentro de un portal web como por ejemplo un formulario de consulta, o un buscador interno.

En internet, los buscadores y muchos sitios web están desarrollados con este tipo de lenguaje, Google conocida como una de los mas potentes buscadores en la internet se basa en este tipo de lenguaje para poder realizar las búsquedas correspondientes, esto quiere decir que si un portal web está realizado con un lenguaje HTML, el buscador de Google podrá localizarlo. Existen de la misma manera otros sitios web creados mediante otros sistemas de programación como es el caso de FLASH con un soporte integrado del lenguaje ActionScript dedicada a la interactividad del usuario, que no es soportada por Google para realizar una búsqueda correcta de portales web.

Actualmente escuchamos hablar del Posicionamiento en los motores de búsqueda (SEO search engine optimization), que ayuda a que un portal web sea considerado dentro de los primeros lugares en los resultados de las búsqueda, esto se logra realizando un portal web mediante varias normas que mejorarán la lectura de los motores de búsqueda. Por lo tanto un correcto portal web deberá estar optimizado mediante el lenguaje de programación HTML con el fin de lograr un posicionamiento dentro de un buscador.



La importancia del posicionamiento en los motores de búsqueda se debe que los usuarios al momento de buscar cualquier tipo de información lo hacen por medio de cualquier motor de búsqueda como en caso de Google y si un portal web no se ubica en esas listas, simplemente el portal web pasará por desapercibido por el usuario.

HTML5 como el nuevo sistema de código mejorado para optimizar la información en diferentes tipos de soportes digitales, ya que cuenta con nuevas funciones que ayudarán a unificar una página web. La diferencia entre estos dos tipos de lenguaje se simplifica en la aceptación de los diferentes navegadores como Internet Explorer, Mozilla Firefox, o Google Chrome, ya que HTML5 se basa es códigos de programación estándar y FLASH no posee un sistema de lenguaje validado en la web.

#### **1.4 Usabilidad e interacción**

*“Where does your website fall on the 1-3 scale of user engagement we saw for Photoshop? Outside the scale, at level 4. People don't want to read 20 pages of instructions to use a website. They demand instant gratification or they leave.”<sup>2</sup>*

Considerado uno de los gurús de la usabilidad Jakob Nielsen quien promulga el buen uso del internet, en donde explica que si una página web no satisface la necesidad del usuario simplemente abandona la página y busca inmediatamente otra. Esto nos conlleva a una reflexión muy importante, el diseñar para la gente, y ése es el reto de diseñador gráfico y el diseñador web, en donde deben cumplir

---

<sup>2</sup> Nielsen Jakob <<http://www.useit.com/alertbox/features.html>>



con los requisitos que se plantee para lograr este objetivo, que el usuario se mantenga por más tiempo en el sitio web, y que pueda fácilmente navegar y encontrar lo que necesite.

La usabilidad se debe considerar para cualquier proyecto en donde intervenga una tercera persona, ya que de eso depende el éxito de nuestro proyecto, es la experiencia del usuario al momento de encontrar todo en una sola página y no sentirse perdido al momento de navegar por nuestro sitio web.

Es por eso que debemos regirnos a ciertas normas, como menús de navegación, focalizar nuestro servicio o producto, tomar en cuenta varios navegadores y soportes etc., que a la larga no son mordazas para impedir un libre diseño sino mas bien las consideraciones mas oportunas de como mostrar nuestro producto o servicio como principal punto atrayente al ojo humano, pensar que el usuario solo tiene pocos segundos para poder visitar nuestra página así que deberíamos ser lo más cuidadosos en colocar los elementos correctos y necesarios para mejorar la usabilidad con cualquier usuario que pretenda navegar por nuestro sitio web.

Un portal web no debe ser una obra de arte, mas bien debe funcionar y cumplir los objetivos del proyecto, no caer en diseñar objetos gráficos complejos que dificulten la navegación de un usuario ya que fácilmente las personas podrían sentirse perdidas y optar por otras opciones web.

## **2. La necesidad de comunicar y formar parte de un entorno social.**



## 2.1 El turista en un entorno social digital

Un turista que puede ser considerado a cualquier individuo de se traslade de un lugar a otro con un objetivo específico, *es el conjunto de integraciones humanas como: transportes, hospedaje, diversión, enseñanza derivadas de los desplazamientos humanos transitorios, temporales o de transeúntes de fuertes núcleos de población, con propósitos tan diversos como son múltiples los deseos humanos y que abarcan gamas variadas de diversiones*<sup>3</sup>

Tomando en cuenta la existencia de varios tipos de turistas nos centraremos a un grupo específico, el cual estará segmentado debido a sus cualidades específicas: poseer un teléfono inteligente para poder estar conectado a sus respectivas redes sociales, buscan información necesaria que cumpla con sus requerimientos y otros factores que determinarán el detalle de un usuario.

(Datos tomados de BENJALINK, Tecnomarketing, internet y vida inteligente)

- Edad demográfica de usuarios que utilizan redes sociales: 18 a 44 años.
- Gustos y preferencias: hospedaje, diversión.

Observaremos que estos turistas se ven en la necesidad de simplificar su tiempo, debido al bombardeo de información publicitaria en las redes sociales, ellos solo buscan un objetivo específico que si no se cumple inmediatamente optan por otra opción, por lo tanto se puede catalogar que un turista que utilice redes sociales se fundamentará en estas características las cuales definirán sus gustos y tendencias.

---

<sup>3</sup> UPS, El turismo <http://dspace.ups.edu.ec/bitstream>, p 3



Al saber que para un determinado grupo de turistas un teléfono inteligente o cualquier soporte digital sirva como herramienta para encontrar cierta información específica, determinará las guías para resolver cualquier tipo de problemática y de esta forma determinar que un turista no solo necesita de espacios turísticos, sino también de espacios comerciales.

## **2.2 La necesidad de comunicar y el poder de opinar**

Necesitamos expresar nuestras ideas, y que la gente sepa que estamos presentes dentro de un sistema social que continua expandiendo su red, la importancia de que nuestra información sea valorada por otras personas es uno de los mayores logros que las redes sociales han sabido apuntar. Con el nacimiento de la web convencional, los usuarios se limitaban a opinar sobre artículos publicados en la red, poco a poco la comunicación mediante estas redes sociales ha sido una puerta abierta a usuarios que buscan generar información en la red de lo cual muchos crean grupos de debates, o grupos en donde se comparta los mismos gustos y preferencias. Es el poder de la web 2.0 que permite a las personas sentirse libres de opinar y generar nuevas opiniones, pero es muy importante estar consiente de que no todo lo que se lea o escuche en la web tenga un valor significativo que aporte con el desarrollo intelectual, el saber discernir la información que encontramos en la red y aportar con nuevos conocimientos consientes que ayuden a crear una verdadera comunidad virtual que promulgue la buena comunicación.



Una de las herramientas mas poderosas en la web es nuestro poder de opinar, a tal punto que podemos crear nuevos discursos que ayuden a otras personas en su búsqueda de información. Es el poder de las redes sociales que incentivan nuestra motivación para exponer nuestras ideas, y seguimos evolucionando y mejorando nuestra comunicación.

*Con la web 2.0 se superan las concepciones restrictivas de la información tradicional. De entrada, aparecen unas transformaciones de la perspectiva del mundo: de la visión desde el poder de los medios, de las empresas y de las instituciones se pasa a la visión desde el interior de la sociedad civil.*<sup>4</sup>

### **2.3 La popularidad en las redes sociales**

Al ingresar a una red social observaremos varias personas o empresas con un alto nivel de popularidad debido a que mucha gente gusta de ellas, esto se debe a que nos sentimos influenciados por estas empresas que buscan llegar hacia nosotros enseñándonos algo que va más allá de un simple producto, nos venden momentos en el tiempo, se quiere vender fidelidad para el usuario con el fin de asegurar un posible cliente para la empresa. El poseer más amigos, y lograr acrecentar nuestra comunidad virtual es el éxito de una popularidad satisfactoria, es lo que nos motivará a continuar buscando nuevos aliados a nuestra red, de alguna manera es un beneficio mutuo tanto para el receptor como para el emisor.

La importancia de la popularidad es pieza fundamental en las redes sociales, pues de esto depende el posicionamiento que queramos conseguir, si una empresa logra acercarse a un nivel alto de posicionamiento creará más fuerza



ante sus competidores, se fortalecerá a conseguirá más seguidores y unificará un segmento específico de mercado, con esto la empresa logrará acrecentar posibles clientes, por lo tanto si una empresa es más popular que otra, conseguirá mayor tráfico de usuarios que puedan adquirir cualquiera de sus productos o servicios.

Nosotros somos quienes popularizamos a las empresas o personas, debido a que nos sentimos identificados con un pensamiento o ideología, o porque hemos experimentado el estar en dicha empresa, si nuestra experiencia ha sido satisfactoria aceptamos a esta empresa como un modelo a seguir en la red social. En Facebook el conocido botón “Me gusta” como herramienta imprescindible en cualquier segmento de la página, en Twitter se puede decir que un usuario es popular gracias a la mayor cantidad de seguidores que consiga tener, o también con alto tráfico de comentarios de otros usuarios que hablen sobre la misma empresa. Esta popularización es una medida provocada por las redes sociales para obtener mayor información del usuario y de esta manera ofertar mejor sus productos o servicios y así crear una sociedad diferenciada por gustos y preferencias específicas.

## **2.4 Creer en un amigo virtual**

Nosotros confiamos en quienes confían en nosotros, creemos en nuestros amigos pues hemos aceptado un vínculo personal con ellos; en las redes sociales observaremos que nuestros amigos han estado en algún lugar o gustan de alguna empresa, y por lo tanto estaremos más seguros si un amigo nos



recomienda un lugar o producto antes que la empresa mismo sea quien oferte un producto, pues el excesivo bombardeo publicitario ha llevado a que las redes sociales tomen otro camino que pueda crear nuevos compradores.

A grande escala observaremos que los amigos de nuestros amigos son quienes nos recomiendan un lugar o producto y si aceptamos una recomendación incrementaremos dicha recomendación, pues la red social hará que algún amigo de nuestros amigos pretenda aceptar nuestra recomendación. Sin duda esto genera una mayor conexión entre los usuario, en los últimos meses se ha indicado que en Facebook se han realizado más de 125 mil millones de conexiones de amigos (Fuente InsideFacebook), demostrando así una gigantesca red que continúa creciendo a favor de nuestros intereses.

Es por eso que las empresas buscan fidelizar a sus clientes para lograr incrementar su red de seguidores y de esta manera dejar de lado la publicidad convencional de ofertas productos con descuentos sino el vender más fidelidad para conseguir mayor número de usuarios que crean en la marca.

## **2.5 Propuestas Homólogas**

**Alianzo** – Social ranking since 2005



Alianzo es un proyecto creado con el fin de medir el índice de influencia de los usuarios, grupos o empresas de las redes sociales con el objetivo mostrar referencias de popularidad y posicionamiento que existan actualmente en el internet.

*Comenzamos con esto como un pasatiempo en el año 2005, cuando algunos blogs empezaron a hacerse populares en todo el mundo. Recogíamos algunos datos públicos de estos blogs, tales como el número de enlaces, o el número de suscriptores a su feed RSS, e inventamos un algoritmo que los combinaba para averiguar cuáles eran los blogs más populares ¡Y funcionó! Cuando se lanzó Twitter presentamos un ranking de usuarios, y más tarde hicimos lo mismo con las páginas de Facebook.<sup>4</sup>*

---

<sup>4</sup> <http://www.alianzo.com/>



### **3. Diseño web**

#### **3.1 Conceptualización.**

La necesidad por encontrar información pertinente y creíble dentro de las redes sociales hace que los turistas como usuarios digitales necesiten de una herramienta que permita observar la mejor opción a escoger dentro de varias categorías comerciales.

Cuando este tipo de usuario necesite trasladarse de un lugar a otro por lo regular busca información oportuna, es decir, si se requiere hospedarse en un hotel dentro de una ciudad, estos usuarios necesitarán encontrar los mejores hoteles de la ciudad y optar por el que más se acomode a sus necesidades.

Es claro que un turista en la actualidad ya posee de la información necesaria para poder trasladarse de un lugar a otro, si desea viajar para conocer algún sector turístico toda la información necesaria ya existe y por lo tanto no es necesario redundar sobre la misma información. El turista cuando se encuentra en una ciudad ajena necesita de una herramienta que le ayude a encontrar lugares de interés, sobretodo el turista necesita de lugares comerciales ya que los lugares turísticos ya cuentan con la información necesaria.

Realizar un portal web en donde el turista pueda encontrar la información real de lo que la gente esté opinando, y verificar que un lugar es mas valorado por las personas ayudará a que el turista tenga más confianza en optar por dicho lugar.

El saber que este tipo de turista posee un teléfono inteligente para poder trasladarse de un lugar a otro ayudará a definir el lenguaje de programación que



necesita para poder desarrollar una propuesta que se acople con sus necesidades. El lenguaje de programación debe acoplarse a los diferentes soportes como Iphone, Ipad, o cualquier computadora de escritorio.

Por lo tanto definiremos una persona que utilice las redes sociales para encontrar la información, necesita de una herramienta que mejore la experiencia en la navegación, y que esta información de alguna forma satisfaga sus necesidades, filtrar su búsqueda por popularidad de las categorías seleccionadas, y esta popularidad esté reflejada en datos reales de las personas.

Un entorno social digital que ha trascendido en el tiempo, que enseña la realidad de lo que la gente populariza, que pretende motivar a las empresas comerciales a tomar mayor conciencia en el buen manejo de las redes sociales.

### **3.2 Objetivo web y audiencia (MasPOP)**



El objetivo de este portal web es que los turistas observen qué es lo más popular de un lugar y la respectiva ubicación de cada categoría. Fijarse en datos reales de lo que las personas estén hablando y que sea en lo posible auto gestionable, es decir, que no pretenda crear una base de datos que los lugares comerciales, sino que sean estos mismos sectores comerciales quien alimente de información el portal web.

El proyecto MasPOP-social ranking, nace a razón de crear un portal web donde las personas puedan observar que tan popular es un lugar comercial, con el objetivo de que el usuario valore y confíe si desea aceptarlo.

Se propone diseñar un portal web que sirva de herramienta para los turistas que deseen trasladarse hacia algún lugar, como primera etapa el proyecto funcionará en la ciudad de Cuenca en donde podremos obtener datos reales de popularidad de sectores comerciales.

Un proyecto que pretende lograr que las empresas potencialicen sus redes sociales y mejoren la planificación de las mismas y poder crear un espacio en



donde tanto los usuarios como las empresas obtengan el mismo beneficio común.

El método del ranking y posicionamiento influye en las empresas comerciales a participar dentro del mismo proyecto, con el fin de mejorar su estatus ante sus competidores y crear más audiencia dentro de una sociedad digital.

El proyecto desde un punto de vista comercial tiene la ventaja de que el administrador puede obtener réditos por medio de las empresas que deseen pertenecer al proyecto, el proceso que las empresas deben cumplir se basa en el registro dentro del portal web, en donde deberán enviar sus respectivos links de las redes sociales Facebook, Twitter y la dirección empresarial.

La información que recoge el portal web se basa estrictamente en que un usuario tenga una página de Facebook de donde se obtendrán los datos necesarios para el ranking de popularidad y una cuenta de Twitter que ayudará a la mejora de la popularidad de dicha empresa.

### **3.3 Arquitectura de la información, usabilidad y experiencia del usuario**

Un portal web debe contener varios aspectos importantes de la navegación, con el fin de mejorar la experiencia del usuario, tomando en cuenta tanto la función como el diseño para que el proyecto pueda adaptarse a las necesidades requeridas.



Con el fin de estructurar un portal web para ayudar al usuario en su navegación nos centraremos en crear un proyecto web con las siguientes características:

**a. Crear un portal web en HTML5 (Lenguaje de programación estándar).**



Con el fin de que el portal web pueda visualizarse correctamente en cualquier soporte digital, mejorar el tiempo de carga del sitio y el SEO (Search Engine Optimization), es decir mejorar las posicionamiento en Google.

**b. Sector de menú principal.**

El usuario necesita saber las opciones que tiene disponible en un sitio web, el dedicar un espacio virtual dentro del diseño ayudará a mejorar la organización del sitio web, la usabilidad y la experiencia del usuario.

**c. Buscador interior.**

La propuesta de un buscador interno mejorará la interacción con el usuario, debido a que en ocasiones las personas necesitan encontrar información rápida y no perder tiempo en navegar por el sitio web, por lo tanto un buscador que sea fácil de localizar mejorará la función de un sitio web.

**d. Página de registro.**



Es necesario que el portal web contenga una página de registro, debido a que el sitio necesita datos específicos para poder imprimirlos en el portal web; el objetivo de crear una página de registro se basa en que en futuro las empresas podrán participar en el proyecto aportando económicamente para observar el ranking de su empresa en base a sus competidores.

**e. Iniciar sesión con Facebook o Twitter.**

El usuario podrá ingresar al sitio web con cualquier de sus redes sociales con el objetivo de que pueda realizar algún comentario en cualquiera de los elementos de las respectivas categorías seleccionadas, de la misma manera tendrá la opción de realizar una publicación de texto en su muro de Facebook y observar los últimos twits que se estén generando en su cuenta personal de Twitter, la finalidad de esta sección se basa en mantener por más tiempo al usuario conectado en el portal web.

**f. Lista de los más populares, ranking por porcentajes.**

Es uno de los segmentos más importantes del portal, ya que las personas podrán observar la popularidad de cualquier elemento de la lista, los datos obtenidos se basarán en la cantidad de LIKES y TWITTS que se realicen sobre el sitio web, aquí el usuario tendrá la opción de realizar un comentario sobre la página de Facebook de dicha empresa seleccionada.

**g. Participar en las aplicaciones de las redes sociales**



El usuario podrá realizar un comentario a la empresa seleccionada, de la misma manera podrá participar observar el movimiento en las página de Twitter de esta empresa.

#### **h. Google maps.**

Servirá para que el usuario observe el lugar de ubicación de dicha empresa seleccionada, ayudará a mejorar la experiencia del usuario debido a que obtendrá la información necesaria para poder trasladarse a cualquier sitio que haya seleccionado.

#### **i. Colores aleatorios**

Necesario para crear dinamismo en el sitio web, mejorar la experiencia del usuario mediante una selección de colores aleatorios que se activarán cada vez que el usuario ingrese al sitio, de esta manera habrá para cada tipo de usuario un tipo diferente de color, con el fin de mantener al espectador por más tiempo en el sitio web. Mas empresas, mas populares, muchas categorías, muchos colores.

Para mejorar la usabilidad del usuario se establece generar un sitio web en donde tendrá mayor punto de enfoque los tres segmentos principales del portal, Ranking de popularidad, espacio para comentar, espacio geográfico.

El ranking de popularidad se ordenará desde el más popular con una valoración del 100% en orden descendente, con el fin de que el usuario tenga en primera opción la empresa mejor valorada por las principales redes sociales. Esta referencia se la hace en base al numero de likes que se haya asignado a esta



empresa por medio de la página de Facebook y los número de twits y retwits que se la empresa y los seguidores de la empresa hayan realizado mediante le página de Twitter. Los valores obtenidos se basan en una operación matemática al sumar los datos obtenidos de Facebook y Twitter con una regla de tres para determinar el porcentaje que tendrán estas empresas con respecto a sus seguidores.

El proyecto contará con un espacio publicitario, con el fin de que las empresas mejoren el posicionamiento ante sus competidores, este tipo de publicidad se colocará como parte secundaria del proyecto para mantener una jerarquía dentro del sitio web.

### **3.4 Estructura e interfaz**

El sitio web deberá en focalizar los aspectos más importantes del proyecto, enfocar en que la experiencia del usuario deberá ser lo más intuitiva posible, crear los elementos necesarios sin colocar elementos extras que perjudiquen la propuesta web.

- La estructura deberá segmentar cada uno de los elementos del portal, con el fin de mejorar la usabilidad del portal.
- Una propuesta gráfica adaptable a varios colores.
- Simple y que muestre los elementos necesarios.

- Un estilo gráfico que connote una retrospectiva como culto hacia una sociedad digital transcendental.



## 4. Conclusiones y Recomendaciones

### 4.1 Conclusiones:

Las redes sociales como herramienta para promocionar el turismo tiene aún objetivos que tanto las empresas como las personas deberíamos cumplir, Sin embargo siendo este medio un recurso muy utilizado y de alto poder publicitario es importante que aprendamos a manejar estas herramientas con mas responsabilidad desde el punto de vista técnico, debido a que en el proceso del



proyecto se han quedado empresas importantes para poder ser medidos con respecto a otras empresas competidoras, por lo tanto esa mala práctica simplemente provoca que los resultados de un medidor de popularidad tenga datos que falten por filtrar.

A las personas no les importa publicar o mencionar a un sector turístico, por lo regular publican o hablan de lo que para ellos es más importante, por lo tanto en una ciudad pequeña como Cuenca, las personas quienes deberíamos promocionar el turismo de lugares importantes para nosotros simplemente lo dejamos de lado y optamos por promocionar lugares comerciales que nos han vendido sus ideas, entonces la mejor opción es utilizar este segmento comercial para fomentar el turismo como herramienta del turista que necesite de un espacio comercial.

#### **4.2 Recomendaciones:**

Promocionar el turismo mediante las redes sociales será un objetivo muy valioso para cualquier espacio geográfico, pero hay que tomar mucha conciencia de la herramienta que poseemos en nuestras manos, las redes sociales son sin duda el nuevo canal más poderoso de comunicación para una sociedad que camina aceleradamente, y si queremos que estas herramienta beneficie nuestro estilo de vida, deberíamos comenzar por promocionar lugares que no solo sean comerciales, sino sectores turísticos que sean valorados por nosotros, tomar en consideración que en las redes sociales existe una red tan poderosa que puede



hacer que un sector turístico se fortalezca a gran escala beneficiando a toda una comunidad real y digital.

## **5. Anexos y Bibliografía**

### **5.1 Anexos**

### **5.2 Bibliografía**

#### **LIBROS**

- Costabile, Maria F. HUMAN-COMPUTER INTERACTION, Interact 2005: IFIP TC13 internacional conference, Springer Editors, Rome, Italy, 2005.
- Nielsen, Jakob, USABILIDAD, Prioridad en el diseño Web, Anaya Multimedia – Anata Interactiva 2009.
- Garrett, James, J. THE ELEMENTS OF USER EXPERIENCE - User-centered design for the web, Aiga, 2003
- Dijck, Peter V. INFORMATION ARCHITECTURE FOR DESIGNERS- Structuring websites for business success, Roto visión, 2003.
- Pelta, Raquel, DISEÑAR HOY, Temas Contemporáneos de Diseño Gráfico ,Paidós, 2004.



- Wong, Wucius, FUNDAMENTOS DEL DISEÑO, Principios del diseño bi-dimensional, Editorial Gili, Barcelona, 1979.

## REVISTAS

- Niederst, Jennifer, WEB DESIGN IN A NUTSHELL, O'Reilly & Associates, Inc. All rights reserved /Published by O'Reilly & Associates, Inc., 101 Morris Street, Sebastopol, CA 95472 / Copyright © 1999.
- Meyer, Eric, Cascading Style Sheets, The Definitive Guide ,ISBN 1-56592-622-6, O'Reilly & Associates, Copyright © 2000 Inc.
- Vega Freddy, Van Der Henst, GUIA HTML5, El presente de la web, Creative Commons, 2011.
- Budd, Andy, CSS MASTERY, Advanced Web Santandars Solutions, Friensoft an Aprees° Company, 2006.
- Campos, Mariño Ramón, DISEÑO DE PÁGINAS WEB Y DISEÑO GRÁFICO, Metodología y Técnicas para la Implementación de Sitios Web Y Diseño Gráfico, Deasropias Editorial, España. 2005.

## WEB

- [www.behance.net](http://www.behance.net)
- [www.dialnet.unirioja.es](http://www.dialnet.unirioja.es)
- [www.benjalink.com](http://www.benjalink.com)
- [www.dspace.ups.edu.ec](http://www.dspace.ups.edu.ec)

