



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO

**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN, HUMANAS Y
TECNOLOGÍAS**

**TRABAJO PRESENTADO COMO REQUISITO PARA
OBTENER EL TÍTULO DE LICENCIADO EN LA
ESPECIALIDAD DE DISEÑO GRAFICO**

TÍTULO DE LA TESIS:

**LAS TIC'S EN LA PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN TURÍSTICA DE LA
PARROQUIA MISAHUALLI CANTÓN TENA PROVINCIA DE NAPO EN EL
AÑO 2012**

AUTOR:

Montenegro Guerrero Diego Roberto

DIRECTOR DE TESIS

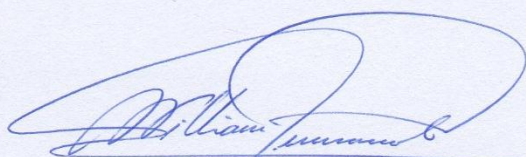
Arq. William Quevedo T.

**Riobamba - Ecuador
2015**

INFORME DEL TUTOR

En calidad de tutor de tesis, que lleva por título: “**LAS TIC’S EN LA PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN TURÍSTICA DE LA PARROQUIA MISAHUALLI CANTÓN TENA PROVINCIA DE NAPO EN EL AÑO 2012**”, luego de haber revisado el trabajo de investigación realizado por el señor Diego Roberto Montenegro Guerrero, tengo a bien informar que el trabajo indicado, cumple con los requisitos exigidos para que pueda ser expuesta al público, luego de ser evaluada por el Tribunal establecido por la Comisión

Riobamba, abril de 2015



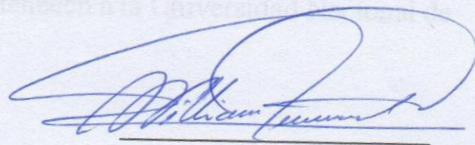
Arq. William Quevedo T.
TUTOR

CALIFICACIÓN DEL TRIBUNAL

CALIFICACIÓN DEL TRABAJO ESCRITO DE GRADO

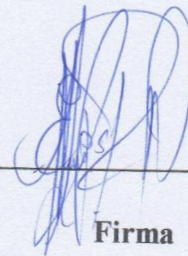
Nombres y Firmas del presidente y Miembros del Tribunal

Arq. William Quevedo
TUTOR DE TESIS



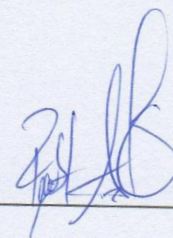
Firma

Lic. Elvis Ruiz
MIEMBRO 1



Firma

Lic. Paolo Arévalo
MIEMBRO 2



Firma

NOTA: _____ (SOBRE 10 DIEZ)

DERECHOS DE AUTORÍA

Yo, Montenegro Guerrero Diego Roberto, con cédula de identidad 150060507-4, soy el responsable de imágenes, fragmentos, propuestas y resultados que propongo a continuación en el presente trabajo, los derechos pertenecen a la Universidad Nacional de Chimborazo (UNACH).



Diego Roberto Montenegro Guerrero

C.C. 150060507-4

DEDICATORIA

Con mucho cariño y amor dedico el presente trabajo de investigación a:

Mis Padres Carlos Edgar Montenegro y Wilma Guerrero Núñez, por todo el empeño y Colaboración que realizaron en el momento preciso de mi carrera.

Mi esposa Jully Sánchez y mi razón de ser Rachel Katrina, quienes supieron brindarme el cariño y amor necesario para poder concluir el presente trabajo.

¡A todos les agradezco de corazón!

Diego Montenegro

RECONOCIMIENTO

Primero a Dios por ser la fortaleza más importante en mi vida y guiar el sendero correcto para mí.

A la Universidad Nacional de Chimborazo por brindarme el conocimiento y con mi formación profesional.

Al Arq. William Quevedo, por el aporte brindado con sus conocimientos para la elaboración del presente trabajo.

Diego Montenegro

ÍNDICE GENERAL

DERECHOS DE AUTORÍA.....	IV
DEDICATORIA.....	V
RECONOCIMIENTO	VI
ÍNDICE GENERAL.....	VII
ÍNDICE DE CUADROS.....	X
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	XI
RESUMEN.....	XV
ABSTRACT.....	XV
INTRODUCCIÓN	17
1. MARCO REFERENCIAL	18
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	18
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	19
1.3. OBJETIVOS	19
1.3.1. GENERAL	19
1.3.2. ESPECÍFICOS	19
1.4. JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA DEL PROBLEMA	20
2. MARCO TEÓRICO.....	22
2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN.....	22
2.2. FUNDAMENTACIONES	24
2.2.1. FUNDAMENTACIÓN EPISTEMOLÓGICA.....	24
2.2.2. FUNDAMENTACIÓN AXIOLÓGICA	25
2.2.3. FUNDAMENTACIÓN CULTURAL	26
2.2.4. FUNDAMENTACIÓN SOCIAL.....	27
2.2.5. FUNDAMENTACIÓN LEGAL	28
2.3. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	28
2.3.1. LA MULTIMEDIA	28
2.3.2. SERVICIOS DE INFORMACIÓN.....	31
2.3.3. MISAHUALLI: MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y TURISMO	34
2.3.4. HERRAMIENTAS PARA EL DESARROLLO MULTIMEDIA	39
2.3.5. PORTAL WEB.....	40
2.4. DEFINICIÓN DE TÉRMINOS BÁSICOS	46
2.5. SISTEMA DE HIPÓTESIS	46
2.6. VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN	46
2.7. OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES	47
3. MARCO METODOLÓGICO.....	48

3.1.	DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	48
3.2.	TIPO DE INVESTIGACIÓN	48
3.2.1.	DESCRIPTIVA	48
3.2.2.	DE CAMPO.....	49
3.2.3.	POR EL PROPÓSITO.....	49
3.2.4.	NIVEL DESCRIPTIVO	49
3.2.5.	POR EL LUGAR.....	49
3.3.	METODO DE INVESTIGACIÓN	50
3.3.1.	MÉTODO CIENTÍFICO	50
3.3.2.	MÉTODO INDUCTIVO.....	50
3.3.3.	MÉTODO DEDUCTIVO.....	50
3.3.4.	MÉTODO ANALÍTICO	50
3.3.5.	MÉTODO SINTÉTICO	51
3.4.	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS.....	51
3.4.1.	TÉCNICAS.....	51
3.5.	POBLACIÓN Y MUESTRA.....	51
3.5.1.	POBLACIÓN	51
3.5.2.	MUESTRA	51
3.6.	PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE DATOS	53
4.	ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	54
4.1.	RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	54
4.1.1.	ENCUESTA PRELIMINAR.....	54
4.1.2.	ENCUESTA / MEDICION DE IMPACTO DE LA WEB MULTIMEDIA 64	
4.2.	ANALISIS DE RESULTADOS DE LA ENCUESTA	75
4.2.1.	TERMINOLOGÍA DE ANÁLISIS	75
4.2.2.	TABULACIÓN INTEGRADA DE RESULTADOS	76
4.2.3.	RESULTADO DE LAS VARIABLES	77
4.2.4.	VERIFICACIÓN DE LA HIPÓTESIS	77
4.3.	DECISIÓN FINAL	80
4.4.	REPRESENTACIÓN GRÁFICA DE RESULTADOS	81
5.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	82
5.1.	CONCLUSIONES	82
5.2.	RECOMENDACIONES	83
	DESARROLLO DEL PORTAL WEB MULTIMEDIA - METODOLOGÍA.....	84
	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	137
	BIBLIOGRAFÍA.....	139
	ANEXOS	CXL

ANEXO I - Encuesta de Opinión Preliminar	CXL
ANEXO II - Cuestionario de Opinión Efectuado a varios Ciudadanos del Cantón MISAHUALLI	CXLIII
ANEXO III - Pasos de Navegación Guiada por la Web Multimedia	CXLVIII
ANEXO IV - Tabla de Distribución Chi cuadrado.....	CXLIX

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1: Operacionalización de variables	47
Cuadro 2: Existencia de revista digital – pregunta 1	54
Cuadro 3: Confianza acerca de un portal digital.....	55
Cuadro 4: Mejoramiento de turismo – publicación digital	56
Cuadro 5: Uso del computador	57
Cuadro 6: Influencia del portal web digital	58
Cuadro 7: Inversión de recurso económico en publicaciones impresas.....	59
Cuadro 8: Mejoramiento de la información.....	60
Cuadro 9: Comprar una revista multimedia.....	61
Cuadro 10: Mejoramiento del turismo	62
Cuadro 11: Temas de Información en el portal web.....	63
Cuadro 12: Recursos Multimedia	65
Cuadro 13: Interacción fácil y con fluidez.....	66
Cuadro 14: Calidad de las publicaciones	67
Cuadro 15: Cantidad de la información	68
Cuadro 16: Uso del servicio internet.....	69
Cuadro 17: Publicación electrónica como medio de información	70
Cuadro 18: Uso de la tecnología web para turismo	71
Cuadro 19: Aspectos beneficiosos del portal web electrónico	72
Cuadro 20: Beneficio formatos multimedia.....	73
Cuadro 21: Varios servicios de información.....	74
Cuadro 22: Tabulación de datos – Variable independiente	76
Cuadro 23: Tabulación de datos – Variable dependiente	76
Cuadro 24: Resultado de las variables	77
Cuadro 25: Cálculo del chi-cuadrado.....	79
Cuadro 26: Menús, sus elementos y tipos de recursos.....	108

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Las revistas impresas y su modelo clásico.....	22
Gráfico 2: Publicación en internet.....	23
Gráfico 3: Esquema del documento multimedia, multilinguaje o multisensorial.....	29
Gráfico 4: La biblioteca como servicio de información.....	32
Gráfico 5: Funcionamiento general de un CMS.....	42
Gráfico 6: Desarrollo de aplicaciones – modelo en cascada.....	43
Gráfico 7: Existencia de Revista Digital.....	54
Gráfico 8: Confianza acerca de un portal digital.....	55
Gráfico 9: Mejoramiento de turismo – publicación digital.....	56
Gráfico 10: Uso del computador.....	57
Gráfico 11: Influencia del portal web digital.....	58
Gráfico 12: Inversión de recurso económico en publicaciones impresas.....	59
Gráfico 13: Mejoramiento de la información.....	60
Gráfico 14: Comprar revista multimedia.....	61
Gráfico 15: Mejoramiento del turismo.....	62
Gráfico 16: Temas de Información en el portal web.....	63
Gráfico 17: Recursos Multimedia.....	65
Gráfico 18: Interacción fácil y con fluidez.....	66
Gráfico 19: Calidad de las publicaciones.....	67
Gráfico 20: Cantidad de la información.....	68
Gráfico 21: Uso del servicio de Internet.....	69
Gráfico 22: Revista electrónica como medio de consulta.....	70
Gráfico 23: Uso de la tecnología web sobre otros medios.....	71
Gráfico 24: Aspectos beneficiosos del portal web electrónico.....	72
Gráfico 25: Beneficio formatos multimedia.....	73
Gráfico 26: Varios servicios de información.....	74
Gráfico 27: Representación Gráfica de Resultados.....	81
Gráfico 28: Logo MISAHUALLI Turístico.....	88
Gráfico 29: Estructura de portal web.....	89
Gráfico 30: Estructura de portal web.....	90

Gráfico 31: Descarga template sitio web.....	92
Gráfico 32: Descomprimir archivo descargado.....	92
Gráfico 33: Subir archivo con FILEZILLA	93
Gráfico 34: Proceso de subida del archivo	94
Gráfico 35: Ingreso al administrador.....	94
Gráfico 36: Panel de activación templates	95
Gráfico 37: Personalizar template	95
Gráfico 38: Pantalla Adobe Photoshop	96
Gráfico 39: Cambio de dimensiones de imágenes	97
Gráfico 40: Publicar imágenes en el slider.....	97
Gráfico 41: Añadiendo Sliders	98
Gráfico 42: Cambiando traducciones del template	98
Gráfico 43: Configurando widgets	99
Gráfico 44: Configurando Widgets	99
Gráfico 45: Añadiendo nueva pagina	100
Gráfico 46: Opción “Upload/Insert”, para incrustar imagen.....	101
Gráfico 47: “Add Media“	101
Gráfico 48: Escoger una imagen a añadir mediante “Add Media”	102
Gráfico 49: Configuraciones avanzadas	102
Gráfico 50: Vista de página creada	103
Gráfico 51: Editando CSS	103
Gráfico 52: Configuración de CSS.....	104
Gráfico 53: Visualización del cambio del estilo.....	104
Gráfico 54: Página de contacto.....	105
Gráfico 55: Creando una nueva categoría	106
Gráfico 56: Creación y Configuración de menús	106
Gráfico 57: Elaboración de menú “Principal”	107
Gráfico 58: Configurando de menú “Principal”	109
Gráfico 59: Incluir nuevo menú	109
Gráfico 60: Añadiendo un plugin	110
Gráfico 61: Configurando de botones sociales en el template	110
Gráfico 62: Redes Sociales.....	111
Gráfico 63: Opción “Crear una cuenta” en Gmail / Google.....	111
Gráfico 64: Formulario de registro, cuenta google	112

Gráfico 65: Subir una foto de perfil a la cuenta	112
Gráfico 66: Pantalla post-configuración de la cuenta.....	112
Gráfico 67: Opciones de gestión cuenta / videos	113
Gráfico 68: Subiendo videos a la cuenta	113
Gráfico 69: Creando lista de reproducción en cuenta youtube.....	114
Gráfico 70: Cargando videos a la cuenta.....	114
Gráfico 71: Vinculación de la página de videos con la cuenta de youtube y el plugin Tubepress.....	115
Gráfico 72: Opción para añadir plugin (Galería Multimedia).....	115
Gráfico 73: Ventana de instalación de plugin	116
Gráfico 74: Activación de plugin	116
Gráfico 75: Opción de Administración de Galerías	117
Gráfico 76: Formulario de creación de una nueva galería	117
Gráfico 77: Opciones de configuración de nueva galería	118
Gráfico 78: Formulario de subida simultánea de varias imágenes a la galería	119
Gráfico 79: Opciones de configuración de imágenes.....	119
Gráfico 80: Opción para vincular una galería a un post.....	120
Gráfico 81: Selección de galería GRAND FIAGallery	120
Gráfico 82: Shortcode para inserción de galería GRAND FIAGallery.....	121
Gráfico 83: Visualización de galería GRAND FIAGallery	121
Gráfico 84: Buscador de plugins	122
Gráfico 85: Opciones del listado de plugins.....	123
Gráfico 86: Ventana para instalar plugin.....	123
Gráfico 87: Ventana para activar plugin	124
Gráfico 88: Visualización de plugin activado	124
Gráfico 89: Opciones del menú FlippingBook.....	125
Gráfico 90: Opciones para añadir un nuevo libro	125
Gráfico 91: Propiedades de un libro FlippingBook.....	126
Gráfico 92: Cambios en las opciones de configuración	126
Gráfico 93: Opción para añadir una nueva página en la revista.....	127
Gráfico 94: Proceso para crear una nueva galería	128
Gráfico 95: Menú de gestión de revistas - editor de páginas “Page Editor”	129
Gráfico 96: Ventana de manipulación de imágenes cargadas	129
Gráfico 97: Página “Revista” dentro del listado general de páginas.....	130

Gráfico 98: Shortcode para vincular una publicación con una revista.....	130
Gráfico 99: Visualización de la revista	131
Gráfico 100: Instalación del contador de visitas	131
Gráfico 101: Instalación del contador de visitas - 2.....	132
Gráfico 102: Búsqueda del contador de visitas	132
Gráfico 103: Configuración del contador de visitas.....	133
Gráfico 104: Configuración del contador de visitas -2	133
Gráfico 105: Visualización del index de la revista multimedia online	134
Gráfico 106: Visualización de la galería de imágenes	134
Gráfico 107: Plugin PS Auto Sitemap – Mapa del Sitio	135
Gráfico 108: Mapa del Sitio – Página web.....	135

RESUMEN

La presente tesis tiene como objetivo determinar el impacto socio-turístico que genera el uso de las TICs en la Promoción y Difusión Turística de la parroquia Misahuallí, cantón Tena, provincia de Napo en el año 2012.

Para el efecto se investigaron los diferentes servicios de información vigentes en la parroquia y las principales definiciones de la multimedia y el desarrollo web. Posteriormente se elaboró una web interactiva sobre una plataforma CMS, publicándose en ella aspectos culturales y contenidos multimedia. Para la metodología de investigación se efectuó un estudio de carácter explicativo, aplicando un muestreo con un total de 347 habitantes de la parroquia Misahuallí, entre ellos tenemos a habitantes del sector, turistas, empresarios hoteleros. El método de investigación científico, las técnicas documentales y las encuestas fueron aplicados para la obtención de resultados en la investigación. El método estadístico empleado para el análisis de datos fue del chi-Cuadrado, tomando como nivel de significancia el 5% y con 1 grado de libertad. Como resultado de la aplicación del análisis estadístico sobre los resultados de la encuesta se obtuvo un valor de chi-cuadrado calculado de 19,83 en contraposición al crítico de 3,84, aceptándose como verdadera la hipótesis: “El uso de las TICs incide en la promoción y difusión turística de la parroquia Misahuallí, cantón Tena, provincia de Napo en el año 2012”.

A través de la aplicación de la encuesta se pudo constatar que sus habitantes poseen la tecnología y conocimientos de uso para incorporar al internet como medio de consulta electrónica en su cotidianidad, además de que nivel de interés es elevado al carecer Misahuallí de un medio similar que ofrezca los mismos servicios.

ABSTRACT

This thesis aims to determine the socio-tourism impact that the use of ICTs in the Tourism Promotion and Dissemination of the parish Misahuallí Region Tena, Napo Province in 2012.

For this purpose different information services existing in the parish and the main definitions of multimedia and web development were investigated. Subsequently an interactive website was developed on a CMS platform and published in her cultural and multimedia content. Research methodology for a study of explanatory nature was made, using a sample with a total of 347 inhabitants of the parish Misahuallí; including people we have in the industry, tourists, and hotel owners. The methods of scientific research, documentary and survey techniques were applied to obtain results on the investigation. The statistical method used for data analysis was chi-square, on the significance level of 5% and with 1 degree of freedom. As a result of the application of statistical analysis of the survey results a value of chi-square calculated 19.83 versus 3.84 critic, accepting as true the hypothesis was obtained: "The use of ICT to impact on tourism promotion and dissemination of the parish Misahuallí Region Tena, Napo Province in 2012. " Through the implementation of the survey it was found that its inhabitants have the technology and knowledge of use to incorporate the Internet as a means of e-consultation in their daily lives, plus interest level is high, lacking Misahuallí a similar medium offer the same services.

INTRODUCCIÓN

Las Tics (Tecnologías de la información y comunicación) brindan un contingente importante al mejoramiento de la calidad de los conocidos servicios de la información, tomando en cuenta que de por sí la comunicación es ya un servicio, para lo cual es necesario cada uno de los métodos a ser utilizados para su propagación así tenemos plataformas web, medios impresos radiales y televisivos por medio de los cuales brindar un servicio de calidad a los usuarios de estos servicios de información.

Hoy en día el servicio de internet marca una pauta en los procesos de información, siendo hoy más sencillo acceder a medios de información y así conocer cualquier punto del planeta tierra, y la importancia de este medio es tan relevante que desde cualquier parte del mundo con solo tener conexión a internet y un computador podemos acceder a plataformas digitales de cualquier parte del mundo.

En virtud de lo expuesto la presente investigación trata de la creación de una web multimedia que ayude a la promoción y difusión turística de la parroquia Misahualli cantón Tena provincia de Napo en el año 2012, constituyéndose esta plataforma también en un medio de mejoramiento de los servicios de información que se pueda presentar tanto a turistas como a habitantes del sector.

Posteriormente, por medio de la validación y análisis de encuestas se procederá a la verificación de la hipótesis, y veremos los beneficios que conlleva la creación del portal web multimedia en la promoción y difusión turística de la parroquia Misahualli.

CAPÍTULO I

1. MARCO REFERENCIAL

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Las Tics hoy en día se han convertido en el medio de información y comunicación que han experimentado un crecimiento vertiginoso en los últimos tiempos y es de esta manera como han ido desplazado paulatinamente a los medios de información tradicionales como son libro, revistas impresas e incluso a los periódicos de gran circulación.

Gracias al internet hoy en día tenemos la facilidad de llegar a un gran número de personas de una manera mucho más rápida y con un menor costo, tomando en cuenta que el internet no tiene barreras geográficas que impidan la divulgación de la información a cualquier parte del mundo caso muy diferente al de los medios tradicionales usados por el hombre.

La parroquia Misahuallí naturalmente por su gran cantidad de atractivos turísticos se convierte en territorio potencialmente turístico a ser difundido por la web, cuyo objetivo principal será la promoción y difusión turística del cantón mediante la creación de un portal web multimedia que dé a conocer al mundo todas las bondades que puede ofrecer tanto a turistas nacionales como del extranjero.

Cabe indicar que la población de la parroquia Misahuallí y sus comunidades turísticas desconocen la funcionalidad de las Tics por eso el motivo de la presentación de este estudio.

La información a ser visualizada en el portal web será escogida de manera muy minuciosa con el fin de proporcionar información veraz al usuario y será recopilada bajo investigación de campo.

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

Inexistencia de un portal web multimedia y el uso de las Tics en la promoción y difusión turística de la Parroquia Misahuallí Cantón Tena Provincia de Napo en el Año 2012

1.3. OBJETIVOS

1.3.1. GENERAL

Investigar como las Tics inciden directamente en la promoción y difusión turística de la parroquia Misahualli cantón Tena provincia de Napo en el año 2012 mediante la creación de un portal web multimedia.

1.3.2. ESPECÍFICOS

- Investigar los medios de comunicación existentes en la parroquia Misahuallí y la utilización de tecnología en sus procesos informativos.
- Desarrollar un portal web para la difusión turística de la parroquia Misahuallí, el cual sea accesible mediante internet.
- Medir la influencia que genera la creación de la web multimedia respecto al nivel de uso del servicio de información turístico de la parroquia Misahuallí.

1.4. JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA DEL PROBLEMA

Es evidente la falta de conocimiento de manera general de los aspectos culturales, informativos y turísticos que rodea a la parroquia Misahualli para lo cual se hace necesario la construcción de algún medio digital que nos brinde la oportunidad de conocerlo, y que dentro de sus características de funcionalidad nos permita un almacenamiento de datos históricos, gastronómico, culturales y que permite que la información pueda ser actualizada paulatinamente.

Haciendo referencia a materiales impresos con los cuales se cuenta actualmente en las diferentes bibliotecas de los centros educativos se hace evidente la poca información que muchas de las veces contiene este tipo de publicaciones, la utilización de este tipo de medios centra principalmente en los estudiantes de nivel secundario. Mientras que para los turistas no existe un medio de información turístico que les permita conocer de mejor manera el sector que están visitando.

Hoy en día contamos con distintas plataformas sociales que nos permiten la masificación de distintos tipos de información, entre ellas la información turística, es muy sencillo el acceso a este tipo de plataformas mediante cualquier dispositivo sea este celular o Tablet y también el acceso a zonas wifi de manera gratuita incrementa el uso de dispositivos móviles.

El internet se ha transformado en una herramienta poderosa al momento de promocionar cualquier lugar mediante la construcción de un sitio web, dentro de las principales características que nos brinda el tener un sitio web tenemos las siguientes:

- Diseño de una interfaz accesible y navegable por todos los contenidos que presente la web
- Almacenamiento de gran cantidad de información.
- Se podrá acceder desde cualquier parte del mundo solo con conexión a internet y mediante el uso de un navegador web.

En los anexos podemos encontrar una encuesta preliminar realizada, esta encuesta nos permite verificar la necesidad de la creación de un portal web multimedia que aporte a la promoción y difusión turística de la parroquia Misahualli.

El desconocimiento de la población de la parroquia Misahualli es evidente, por tal motivo decidimos construir las preguntas básicas para las distintas encuestas.

Al obtener resultados satisfactorios que apoyen al desarrollo del proyecto en estudio se justifica el desarrollo del mismo.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

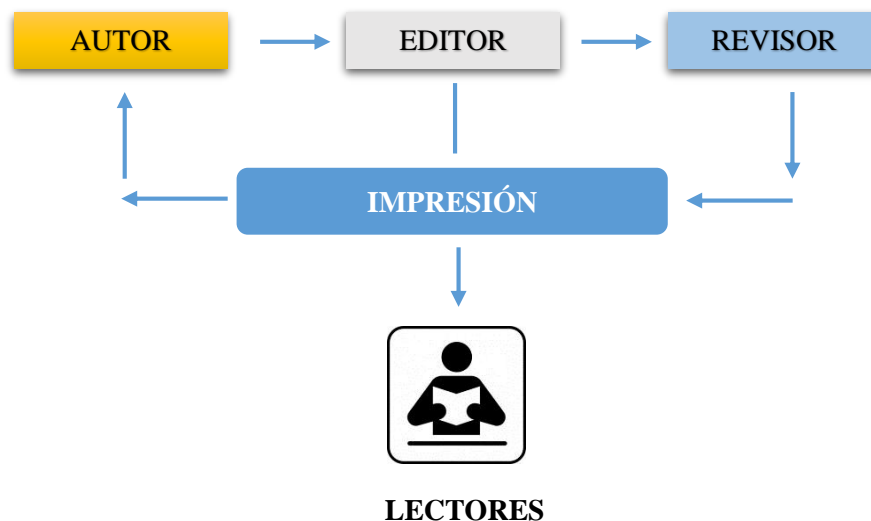
2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

Con el paso del tiempo todos procesos de la información y comunicación han variado han sufrido grandes cambios actualmente vivimos en una era digitalizada donde todo tipo de información tiene un gran valor.

Turoff y Hiltz (1981) afirman:

Desarrollan el modelo clásico del funcionamiento editorial de las revistas impresas de la época. Este modelo, estructuralmente sencillo, funcionó mientras las ediciones impresas eran aún un pilar de las comunicaciones.

Gráfico 1: Las revistas impresas y su modelo clásico



Fuente: Turoff y Hiltz (1981)

Actualmente, las nuevas políticas mundiales sobre el respeto al medio ambiente y el auge tecnológico, han provocado cambios en estos procesos. Las revistas impresas, periódicos, libros de consulta, entre otros, se publican en portales o sitios web. Su

acceso, mediante pago o de manera gratuita, ha dinamizado el procesamiento de la información, por lo cual cualquier suceso puede conocerse a nivel mundial en tiempo real o en cuestión de pocos minutos.

Gráfico 2: Publicación en internet



Fuente: Elaboración Propia

Analizando el Gráfico 2, se deduce que actualmente el perfil del autor de contenidos se ha ampliado al entorno multimedia. Es así como empresas trabajan con grupos multidisciplinarios para la elaboración de sus publicaciones, ya que el profesional gráfico carece de conocimientos sobre manejo editorial de los textos (redacción).

En nuestro país es cada vez menor el número de usuarios de las bibliotecas o centro de documentación. A nivel de periódicos y revistas, aún existe una gran aceptación del medio impreso. Sin embargo la tendencia mundial marca un cambio hacia la lectura digital, siendo los jóvenes y niños del presente los que marcarán esta transformación a futuro.

La parroquia Misahuallí, por su belleza natural y cultural, puede contar con un medio digital de consulta para la población local y mundial que desee conocerla. El autor, servirá como autor del contenido web al ser publicado. Con la colaboración del director o tutor de la investigación, que actuará como revisor del contenido, se pretende generar un producto que promocióne y difunda los atractivos turísticos del lugar, de una manera ética y profesional.

2.2. FUNDAMENTACIONES

2.2.1. FUNDAMENTACIÓN EPISTEMOLÓGICA

Ferrier James (2006) afirma:

La epistemología tiene por estudio como se genera y se valida el conocimiento de todas las ciencias. El propósito que persigue es analizar los distintos preceptos que se emplean por justificar datos científicos.

De manera más sencilla podríamos indicar que la epistemología se encarga del conocimiento a través de las respuestas a las preguntas más sencillas como son: ¿Qué es el conocimiento? O ¿Cómo comprobamos que lo que hemos entendido es verdad?

Hay quienes encuentran similitud entre los términos epistemología y gnoseología, ambos conceptos no se refieren a lo mismo, la epistemología hace referencia al conocimiento científico, mientras que la gnoseología pretende descubrir el origen y el alcance de dichos conocimientos. (Pag 66). (Ferrier James, 2006)

De lo investigado podemos indicar que de acuerdo al tema que se investiga el proceso de desplegaría de la siguiente manera: el sujeto que conoce estaría conformado por el grupo de investigación, el objeto es la realidad que se desea investigar con relación a

la promoción y difusión turística del cantón Tena parroquia Misahualli en el año 2012, cuyo objetivo es la total inexistencia de medios digitales que permitan el desarrollo turístico del sector, por lo cual se desea obtener como resultado la creación de una portal web multimedia que aporte a desarrollo turístico de la parroquia Misahualli con lo que se pretende llenar las expectativas de los habitantes del sector.

2.2.2. FUNDAMENTACIÓN AXIOLÓGICA

Quintana Roo, C. (2005) afirma:

El concepto de turismo está vinculado directamente con el hombre donde él es el principal actor y además es considerado como un fenómeno social y cultural, con su desplazamiento surgen una serie de fenómenos culturales, políticos y económicos que derivan en transformaciones socioculturales (De la torre Padilla 1994; Acerenza, 1984; Jiménez 1993).

Esta acción de viajar siempre conlleva siempre a conocer nuevas costumbres, paisajes, arte, historia, y formas de vida de los distintos sectores visitados donde el turista personaliza estos conocimientos que adquiere al viajar. Este aspecto turístico da un sentido cognitivo que al viajar se adquiere sensaciones e impactos emocionales, aspectos que producen o se relacionan con el aspecto educativo y de conocimiento.

Al respecto se tiene las aportaciones de Turnes y Ash (1975) y el libro de Kadt (1979) donde se analiza y estudia bajo distintos enfoques y perspectivas antropológicas y sociológicas el cambio de las personas y comunidades y por consiguiente el desarrollo turístico.

Como conclusión de la fundamentación axiológica podemos indicar que toda actividad social deberá estar fortalecida con una gran dosis de valores y responsabilidad, por ello hemos analizado la influencia de la corriente axiológica para el desarrollo del proyecto presentado que versa en la promoción y difusión turística del cantón Tena parroquia Misahualli en el año 2012

2.2.3. FUNDAMENTACIÓN CULTURAL

Harris, M. (2007) afirma:

La cultura es todo complejo que incluye las creencias, el arte, la moral y cualquier de estos hábitos y cualidades propias adquiridas por el hombre de algún sector o territorio.

Para otros antropólogos el término cultura no solo hace referencia a las creencias y costumbres sino también a los aspectos sino directamente al comportamiento y pensamientos aprendidos por el hombre, mientras que otros centran su mayor influencia a aspectos netamente genéticos, propios de sus rasgos culturales.

Podemos concluir indicando que el aspecto cultural tal vez sea el aspecto más importante que diferencia a un sector de otro y es por este motivo que la presente investigación persiguen enfocarse en el desarrollo del turismo de la parroquia Misahualli centrando nuestro estudio no solo en la falta de un medio de promoción turístico sino también en difundir mediante este portal web aspectos culturales propios de la amazonia ecuatoriana. (Pag 17). (Harris, 2007).

Deseamos mediante este estudio dar a conocer su gastronomía, música, costumbres para así brindar un aporte tecnológico al desarrollo no solo turístico del sector sino también un aporte socio cultural y económico a los habitantes de la parroquia Misahualli.

2.2.4. FUNDAMENTACIÓN SOCIAL

Cruz, A. (2001) afirma:

Todos los hábitos y costumbres de una sociedad van de la mano acorde con la evolución del tiempo, la sociología nos indica que este aspecto es característico de toda sociedad. Las transformaciones sociales repercuten directamente en el aspecto cultural de los pueblos, las variaciones sociales son aquellas que influyen directamente a uno o más elementos observables de la sociedad.

Para evidenciar un cambio social es necesario observar una diferencia entre el sistema actual y el que venía funcionando, es decir que se trate de una sucesión al tiempo, que este cambio persista en el tiempo y que no sea una acción pasajera. (Pag 49). (Cruz, 2001).

En conclusión lo que se desea es que este tipo de valor social perdure a los tiempos y que sea útil para las distintas generaciones y que por supuesto sea un aporte a la promoción y difusión turística del cantón Tena parroquia Misahualli, que es el motivo que persigue este estudio.

Las poblaciones se desarrollan social y culturalmente cuando existe o se relaciones con personas de otros sectores para así realizar un intercambio de conocimientos.

2.2.5. FUNDAMENTACIÓN LEGAL

La fundamentación legal en la que se basara este estudio la detallamos a continuación:

Constitución Política de la República del Ecuador (2008). TITULO II DERECHOS. Capitulo segundo. Derechos del buen Vivir. Sección segunda Ambiente sano Art. 14.- Se reconoce el derecho a la población a vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado, que garantice sa sostenibilidad y el buen vivir, sumak Kawsay (Constituyente, 2008).

2.3. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.3.1. LA MULTIMEDIA

2.3.1.1. Definición

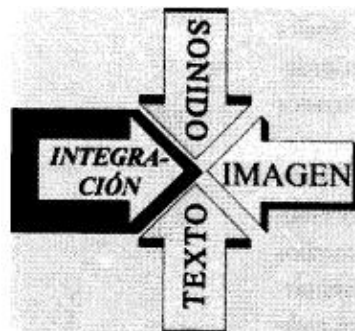
Gutiérrez Jorge M. (1997) afirma:

La aplicación de los contenidos multimedia es un amplio y variado. En el entorno educativo se utiliza como material didáctico para software específico; en los entornos web se maneja para proveer de interactividad a los contenidos y proveer a la audiencia de la mayor cantidad de información, en el menor tiempo posible. En el mundo publicitario, genera efectos de empatía hacia marcas, formas e ideas generales, mediante el uso adecuado de imágenes y palabras.

Inicialmente se deberá comprender su significado, a fin de establecer su necesidad en el contexto de la investigación. “Los documentos multimedia suelen estar compuestos de...texto, imágenes, sonidos... están ligados unos a otros y se organizan en estructuras no lineales.....” (Gutiérrez, 1997). Estos elementos: texto, imágenes y

sonidos son la base fundamental en la elaboración de objetos multimedia. La existencia de una relación entre ellos es vital, pues supone la existencia del componente interactivo que lo caracteriza. Para Gutiérrez (1997) “el recorrido depende de las propias opciones del usuario, siempre condicionadas, lógicamente, a las decisiones tomadas por el diseñador-programador que con anterioridad determinó los lazos entre los objetos”. De esta manera, el desarrollo de un diseño previo en la navegación y estructura del multimedia se convierte en un proceso a considerar para esta investigación.

Gráfico 3: Esquema del documento multimedia, multilinguaje o multisensorial



Fuente: Gutiérrez, A. (1997)

Retomando la definición de multimedia, Osborn (1990) la define como “... cualquier software donde se usen los principales medios de comunicar (texto, audio, imágenes y lógica)”. Ambas definiciones relacionan a la multimedia con sus componentes básicos, añadiéndole el carácter interactivo o “lógica”.

La multimedia tiene una potencialidad altamente aplicable en el área del marketing o publicidad, “ya que la imagen, por su propia naturaleza, comunica en forma más primitiva y emotiva que la palabra” (Salinas, 1999, p.117). Actualmente, es la herramienta por excelencia utilizada en los procesos enseñanza-aprendizaje, al requerir la utilización de varios sentidos.

2.3.1.2. Clasificación de la multimedia

Marqués P. (2011) afirma:

En el ámbito educativo, Marqués (2011) clasifica al contenido multimedia en programas tutoriales, de ejercitación, simuladores, bases de datos, constructores, entre otros. Su enfoque se basa en la capacidad de la herramienta para crear actividades de aprendizaje.

Esparza, Flores y Diego (2011) afirma:

Lo clasifican en *lineal*, *interactiva* e *hipermedia*, de acuerdo al entorno del usuario y el componente interactivo.

Multimedia lineal: el usuario no tiene control sobre su interacción.

Multimedia interactiva: el usuario tiene cierto control sobre su interacción: escoge a que contenido desea acceder y cuando.

Hipermedia: utiliza estructuras de navegación complejas para que el usuario controle el flujo de información que ante él se presenta.

2.3.1.3. Ventajas de los documentos multimedia

Los documentos multimedia, en relación a las fuentes tradicionales de información, mantiene considerables ventajas que la convierten en un herramienta educativa y publicitaria por excelencia.

- Retienen la atención e interés del usuario, generando una mayor aceptación, a largo plazo, de la idea expuesta.

- Su interactividad se traduce en entretenimiento, y éste finalmente y conocimiento.
- Los costos de producción y mantenimiento son más bajos que el manejo impreso de contenidos.

2.3.1.4. Aplicación de la multimedia en el entorno global

Vaughan, T. (1994) afirma:

El ámbito de aplicación de la multimedia es muy diverso. Docentes, publicistas, estudiantes, empresarios lo emplean para fines académicos, de marketing y publicidad, informativos, de entretenimiento (juegos), entre otros. Según Vaughan (1994) puede ser aplicado en los *negocios, centros educativos, en el hogar, lugares públicos y realidad virtual.*

Estos tipos de aplicación se han evidenciado en el Ecuador, gracias al avance tecnológico alcanzado en la actualidad.

2.3.2. SERVICIOS DE INFORMACIÓN

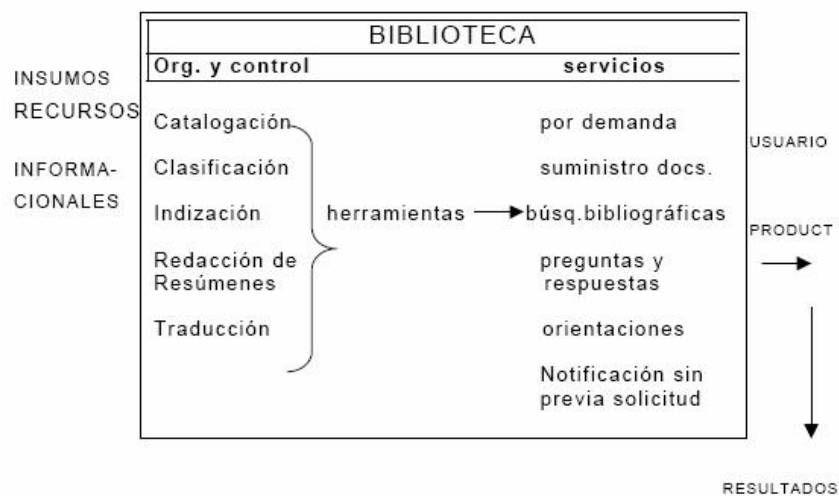
Las bibliotecas han provisto durante décadas de un servicio invaluable a la humanidad: la información. Hoy en día estos servicios de información se han trasladado exitosamente a la red de redes o Internet, por lo cual estos servicios han heredado el carácter interactivo y accesible de los recursos que en ella se almacenan.

2.3.2.1. Definición

Turoff, M. (1982) afirma

Un servicio de información se constituye en una forma de brindar y hacer accesible a la información. Está compuesta de insumos y recursos informacionales debidamente organizados, a fin de brindar un servicio al usuario final.

Gráfico 4: La biblioteca como servicio de información



Fuente: Lancaster, 1983

2.3.2.2. Clasificación

Satién, E. (1986) afirma:

Se clasifican de manera general en: *servicios que facilitan el uso de documentos, servicios que facilitan información sobre documentos, otros tipos y formas de organización de los servicios de información y finalmente los servicios para categorías especiales de usuarios.*

Por otro parte, Chías (1995) los clasifica en:

Básicos: comprenden las salas de estudio, préstamos, préstamo interbibliotecarios, informes bibliográficos.

Periféricos: aquellos a los que el cliente accede usuarios del servicio base: fotocopias, indicaciones.

Complementarios: servicios complementarios a los anteriores: instalaciones, facilidades en los préstamos (uso de correo electrónico), acceso externo.

En relación a las clasificaciones anteriormente expuestas, se podría considerar los tipos de sistemas de información en relación al medio que utilizan para llegar al usuario, en: “*Informatizados*”, “*Radiales y Televisados*”, “*Impresos o Tradicionales*”.

2.3.2.3. Características de los servicios de información

Solanelles, S. (2003) afirma:

De las características determinadas por Solanelles (2003), se han de destacar básicamente las siguientes, en relación a la presente investigación:

- a. Producción y consumo simultáneo del servicio de información:** se basan en la fusión de la producción y consumo.
- b. Servicio sin intermediarios:** maneja un único medio directo de distribución.
- c. Estructura del servicio:** se constituye en un conjunto de sub-servicios.

2.3.2.4. Tendencias

Solanelles, T. (2003) afirma:

Las tendencias de los servicios de información apuntan a la tecnificación e informatización mediante las TICs. Debido a esta evolución se ha logrado

romper barreras de distancia y acceso, mejorando notablemente la calidad del servicio.

Se presenta una nueva gama de servicios como: base de datos en línea, videotexto, teletexto, basados en la red de internet (Solanelles, 2003). Con la aparición de la red de redes (internet) se han incrementado exponencialmente las fuentes de investigación, entretenimiento e información general.

Los centros de documentación o bibliotecas y las editoriales se encuentran generando versiones digitales de sus libros y revistas, para que todo aquello que antes se encontraba en medios impresos también pueda encontrarse en medios digitales. La imprenta está aún lejos de desaparecer, sin embargo es importante reconocer que la tecnología cada día va ganando más terreno, no solamente en esta área, sino en todas las ciencias de la humanidad.

2.3.3. MISAHUALLI: MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y TURISMO

2.3.3.1. Medios de comunicación

La parroquia de Misahuallí cuenta con los siguientes tipos de medios de comunicación: hablados, escritos y televisados. Las estaciones radiales y televisivas: RVT Napo, Radio Ideal, Ally Tv, Radio Fuego, Radio Olímpica, Radio Oriental, Radio Arcoíris funcionan desde hace varios años. Existe además un periódico quincenal La Verdad Amazónica administrado por Maria Rengifo, Revista El Paraiso por Jhoseph Medina, Sol de Oriente por Rolando Pinoargote.

A partir de este listado de medios de difusión se deduce que los tipos de sistemas de información actualmente utilizados por sus habitantes son:

- a. Servicios impresos o tradicionales
- b. Servicios de transmisión de radio y televisión

2.3.3.2. Atractivos turísticos de la localidad

GADM Tena Turismo (2012)

Misahualli se constituye como la principal fuente fluvial de la amazonia, es una vegetación rodea por infinidad de árboles los cuales forman parte del hogar de los monos capuchinos además su rio está formado por arena blanca y se constituye en un balneario para los visitantes y personas del sector.

Actualmente Misahualli tiene una población de 5800 habitantes que hacen de ella una población prospera y pujante, la principal fuente de trabajo es el turismo.

Tiene una altitud aproximada de 5717 metros sobre el nivel del mar su temperatura varía entre los 25 y 28 grados centígrados, forma parte de una gran selva con variada biodiversidad por metro cuadrado la cual la hace única en el territorio nacional.

Posee una playa con una extensión de 700 metros de largo que forma parte del ingreso a la selva ecuatorial y es el atractivo turístico principal de la zona alrededor de esta se puede localizar distintos tipos de restaurantes, cabañas, hosterías que servirán para el descanso de turistas nacionales y extranjeros.

Entre los más importantes atractivos turísticos que podemos identificar son lo más visitados mencionaré en forma rápida los siguientes:

Parque Nacional Sumaco

GADM Tena Turismo (2012)

Se encuentra ubicado en la parte central de amazonia límite entre las provincias de Napo y Orellana, está rodeado por dos de los principales sistemas montañosos el macizo del volcán Sumaco y la Cordillera de Galeras.

Posee una extensión de 205.249 ha, en ella podremos encontrar una gran biodiversidad ya que aún es un terreno poco explorado por el hombre su habitat es perfecto para el desarrollo de nuevas especies.

Los Monos Capuchinos

GADM Tena Turismo (2012)

Se constituyen en uno de los atractivos turísticos más importantes del sector, su agilidad y destreza para estar entre los arboles es un deleite espectacular a la vista de turistas nacionales y quienes por primera vez los visitan, su principal característica es la facilidad con que se relación con el ser humano llegando a una convivencia de igual a igual, pese a esta cualidad deberemos tener mucha precaución pues al alterarse podrían ser peligrosos para la integridad física de los humanos.

Jardín Botánico Amarum Kausai

GADM Tena Turismo (2012)

Ubicado a 23 km de la ciudad de Tena en la comunidad Unión Muyuna y al este de la parroquia Misahualli se encuentra el Jardín Botánico Amarun Kausai con una longitud aproximada de 950 metros con una temperatura variante entre

los 23 a 25 grados centígrados forma parte de los principales atractivos turísticos del sector y de la amazonia ecuatoriana.

Bosque Protector Venecia

GADM Tena Turismo (2012)

Ubicado al oeste de la provincia de Napo, con una longitud de mas de 1200 metros, para poder acceder a este atractivo lo deberemos hacer a canoa con un tiempo total de 40 minutos si lo realizamos en vehículos 15 minutos el viaje se constituirá en una aventura digna de vivir su extensa selva y gran diversidad de flora y fauna hacen de ella una experiencia inolvidable.

Caverna El Duende

GADM Tena Turismo (2012)

Atractivo ubicado a 6 km de la parroquia Misahualli, atractivo principal de la comunidad Machacuyaku con una extensión total de 80m de largo x 50 metros de ancho y una altura aproximada de 4 metros posee dentro de si especies de una gran variedad propias del sector, dentro de la caverna encontraremos distintas vertientes fluviales que se filtran a través de sus paredes que la constituyen en un lugar húmedo y con poca oxigenación.

Playa de los Monos

GADM Tena Turismo (2012)

Ubicada aproximadamente a unos 21 km de la ciudad de Tena nos encontramos con la paya de los monos un atractivo sin comparación en la selva ecuatoriana con una temperatura de 23 grados lo que la hace digna de ser visitada.

Mariposario Misahuallí

GADM Tena Turismo (2012)

Atractivo turístico ubicado a 40 Km del Tena alberga a más de 26 especies de mariposas, fue inaugurado en abril del año 2001 con el afán de conservar estas especies.

Jatun Sacha

GADM Tena Turismo (2012)

Propiedad de la fundación Jatun sacha, atractivo del mismo nombre tiene una extensión de 28 km de bosque, conocido también como bosque de tierra firme los cuales no reciben afluencia de ninguno de los ríos del sector, sin embargo por el aspersor del clima siempre se mantienen verdes y frescos, su gran extensión y bosques que los rodea hacen que sea perfecta habitad de distintas especies, incluso de especies que aún no han sido descubiertas por el hombre debido a su espesa vegetación.

Museo Kamak Maki

GADM Tena Turismo (2012)

Atractivo que dentro de su principal función cumple la de exponer tanto a turistas nacionales como extranjeros las distintas armas para la cacería, pesca y recolección de frutos que nuestros antepasados usaban para tales labores, adjunto a este atractivo encontraremos un herbario que expone varias de las principales plantas medicinales del sector incluso usadas hoy en día para prácticas ancestrales.

Mirador Muyuna

Atractivo natural rodea por vegetales de distinta índole como epifitas, musgos, helechos etc, tiene una extensión total de 5.5 km de longitud y se encuentra ubicado a 15 km de la ciudad de Tena.

Esta rodea por una exuberante fauna dentro de los cuales podemos destacar aves como: pericos loros, etc.

2.3.4. HERRAMIENTAS PARA EL DESARROLLO MULTIMEDIA

2.3.4.1. Microsoft Office Picture Manager

Manual de Office (2013)

Herramienta de la suite de Microsoft Office para la edición de imágenes.

Permite recortar, cambiar tamaños y convertir imágenes a varios formatos.

2.3.4.2. Sony Vegas Pro 12

Manual de Sony Vegas (V.14)

Editor de vídeo profesional que permite crear y editar videos

2.3.4.3. Adobe Illustrator

Manuel Adobe Illustrator (Cs6)

Herramienta de la suite adobe, que permite el manejo de archivos vectoriales.

Permite la creación de imágenes artísticas o ilustraciones.

2.3.4.4. Adobe Photoshop

Manual Adobe Photoshop (V.CS6)

Herramienta de la suite adobe, para el retoque fotográfico de imágenes.

2.3.5. PORTAL WEB

2.3.5.1. Introducción

Vaughan, T. (1994) afirma.

Cuando el desarrollo web iniciaba, eran los expertos computacionales o programadores los únicos capaces de emprender la ardua y larga tarea de desarrollar una página web funcional. Hoy en día existen herramientas creadas por estos mismos expertos para facilitarle el desarrollo de sitios web a quienes no lo son. Surgieron entonces los CMS o Sistemas de Manejo de Contenidos, cuyo sistema de funcionamiento radica en la selección de plantillas (aspecto visual del sitio), la configuración ciertos aspectos básicos del sitio (contador de visitas, formulario de contactos, logotipo), y finalmente la publicación de contenidos; todo esto mediante una interfaz amigable y altamente accesible. Lo más interesante de su manejo es que no requieren conocimientos de programación y son altamente intuitivas.

2.3.5.2. Sistema de Gestión de Contenidos (CMS)

La Fundación Parque Científico y Tecnológico de Albacete. (2012), define a los CMS como un conjunto de soluciones cuya funcionalidad depende del tipo de contenidos que gestionen. El autor corporativo efectúa la siguiente clasificación de los CMS:

Contenidos Empresariales (ECM): permite administrar la información generada en el entorno empresarial, desde una factura hasta el contenido mismo de la página web.

Contenidos Web (WCM): permite la gestión de contenidos en la web: noticias, portafolios, publicaciones, etc...

Documentos y/o contenidos multimedia (DMS): permite la gestión de archivos digitales en el servidor web.

Contenidos para el aprendizaje (LCMS): los entornos de aprendizaje están compuestos por herramientas interactivas especializadas, por lo cual los LCMS comprenden paquetes informáticos que permiten gestionar su uso.

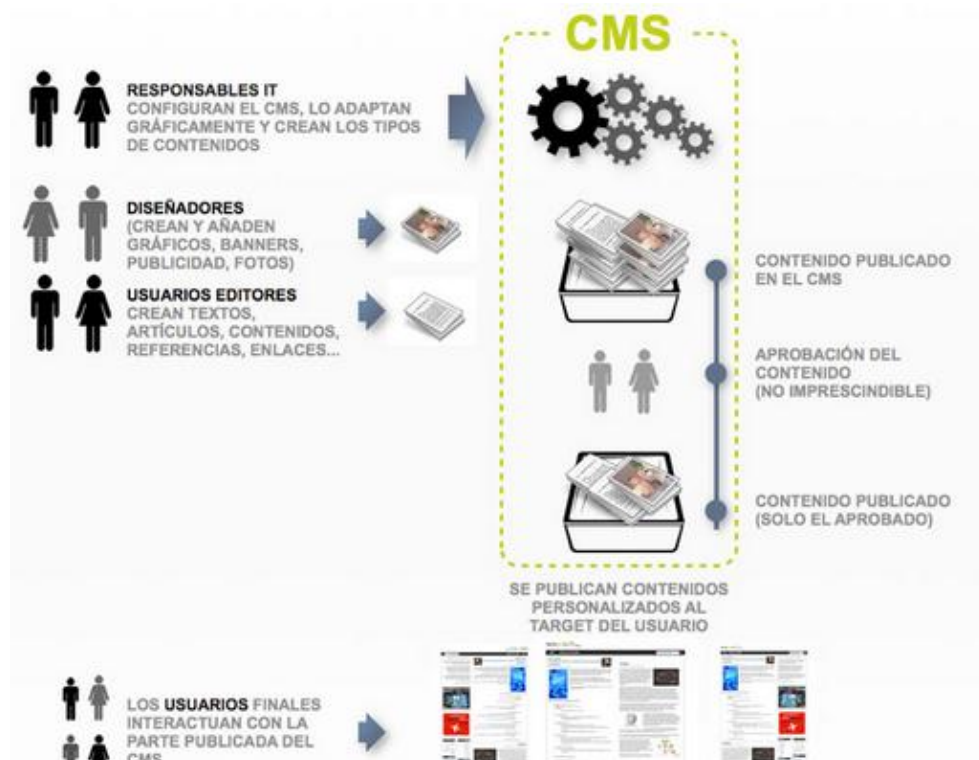
Un CMS puede funcionar mediante la gestión multimedia de una sola persona, o mediante un staff de personas con distintas habilidades:

Los responsables IT: se encargan de la configuración del CMS, es decir, la distribución de secciones/contenidos del sitio y configuraciones del diseño.

Los diseñadores: generan contenido multimedia para su publicación en el banner, fondo, logo u otras secciones del sitio.

Los usuarios editores: existe la posibilidad de configurar el CMS para los usuarios externos publiquen sus contenidos. En este caso se convierten en usuarios editores. Los CMS además tienen opciones para permitir la visualización de estos contenidos siempre y cuando pasen por una revisión o análisis previo.

Gráfico 5: Funcionamiento general de un CMS

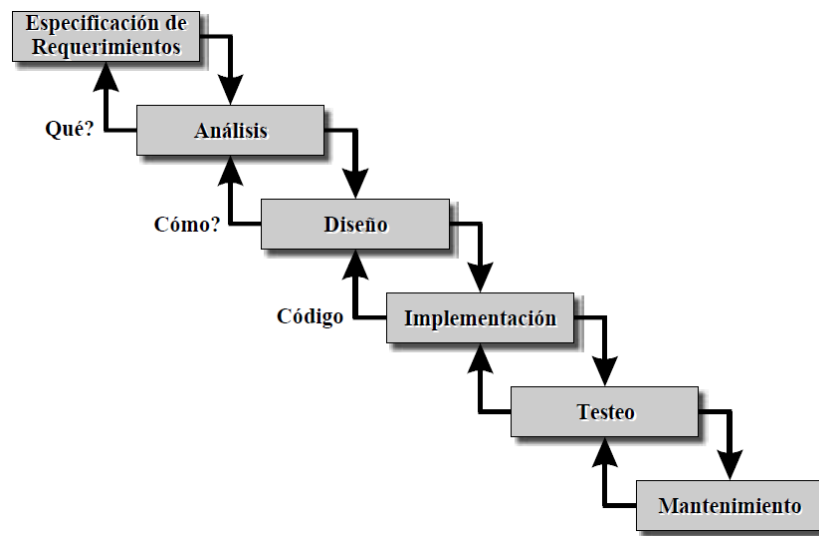


Fuente: FactorSim, 2015

2.3.5.3. Metodología de Desarrollo

El desarrollo de cualquier sistema computarizado pasa por ciertas etapas características como: el *diseño*, *análisis*, *implementación* y *mantenimiento*. Estas etapas y la manera en como fluyen o se aplican a través del tiempo se denomina: modelo o ciclo de vida del software.

Gráfico 6: Desarrollo de aplicaciones – modelo en cascada



Fuente: Marcos y Belloni (2003)

El ciclo de vida en cascada es uno de los más sencillos, y es aquel que se aplicará en el presente trabajo investigativo. Como puede observarse en el gráfico 5, una etapa comienza cuando la anterior ha finalizado exitosamente. Es posible retornar 1 o varios niveles en cualquier momento del desarrollo, en caso de que el producto no satisfaga los requerimientos inicialmente planteados. A continuación se detallarán las actividades concernientes a cada etapa principal, en relación al desarrollo de un portal web.

2.3.5.4. Análisis

En esta etapa deben realizarse 3 pasos primordiales:

- *Obtener la información multimedia en relación a la temática del sitio.*
- *Depurar los contenidos*

- *Determinar las secciones mínimas del sitio*, considerando las opciones interactivas como: chat, foros, formularios, sliders, etc....

La depuración del contenido, a su vez, puede dividirse en sub-etapas:

- *Selección de los contenidos a publicarse en el sitio*
- *Edición de textos, imágenes (pesos y tamaños)*

El SRS o Especificación de Requerimientos de Software se constituyen en el resultado de esta etapa. Se debe considerar que su elaboración es compleja y requiere de conocimientos avanzados de Ingeniería de Software. Sin embargo, es posible generar un documento básico no formal que contenga las necesidades o requisitos que debe cumplir el sitio.

2.3.5.5. Diseño

La etapa de diseño considera elementos más técnicos que el Análisis. Comprende 2 etapas principales:

- *Elaborar la identidad del sitio*: la identidad comprende el desarrollo logotipo y aplicación de colores corporativos.
- *Determinar la estructura*: los contenidos seleccionados en la sección anterior deben ser agrupados en menús y submenús. Al trabajar con plantillas de CMS, la división visual por secciones viene predefinida, a excepción de ciertas configuraciones que permiten presentar contenido especializados, por ejemplo: widgets, plugins, etc. Existen ciertas configuraciones generalmente usadas y aplicadas en el desarrollo web, por ejemplo: un logotipo siempre aparece en la

parte superior izquierda de la pantalla, el banner en la parte superior y el copyright en la parte inferior.

2.3.5.6. Implementación

El desarrollo web comprende principalmente la codificación del sitio web. Los CMS evitan esta etapa de programación, pero requieren la realización de ciertas configuraciones específicas. Generalmente las actividades que comprende esta etapa son:

1. Elección del CMS a emplear
2. Reservar un nombre de dominio acorde al diseño del logotipo
3. Adquirir el hosting y nombre de dominio
4. Instalar CMS en el servidor web
5. Instalar una plantilla web previamente seleccionada
6. Crear menús y páginas internas
7. Configurar plugins

Existe software que puede emular a un servidor web en cualquier computador de escritorio. Por lo tanto, esta etapa puede desarrollarse en el servidor web o en un servidor virtual.

2.3.5.7. Mantenimiento

Tanto la plataforma web como la información que contiene deben mantenerse en un constante cambio o actualización. Los CMS poseen la capacidad de administración del contenido y la actualización del software base.

2.4. DEFINICIÓN DE TÉRMINOS BÁSICOS

A. Bartolomé (1994)

Multimedia: software compuesto por 4 componentes esenciales: texto, audio, imágenes y lógica.

A. Bartolomé (1994)

Servicios de Información: medio, informatizado o tradicional, de proveer y hacer accesible a la información.

A. Bartolomé (1994)

CMS: software o sistema empleado para la gestión de contenidos.

A. Bartolomé (1994)

Metodologías de desarrollo: etapas o fases técnicas, cuyo desarrollo permite la generación de un sistema formal y funcional.

2.5. SISTEMA DE HIPÓTESIS

La implementación de un sitio web multimedia de la parroquia Misahuallí fomentará el uso del servicio de información de internet en sus habitantes.

2.6. VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN

Independiente: Web multimedia

Dependiente: Uso del servicio de información de internet

2.7. OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

Cuadro 1: Operacionalización de variables

TIPO DE VARIABLE	VARIABLE	DESCRIPCIÓN	INDICADOR
Independiente	Web multimedia	Creación de un portal web multimedia para la promoción turística de Misahuallí	Página web creada y en funcionamiento
Dependiente	Uso del servicio de información de internet	Utilización del recurso creado y percepción general	Visitas a la web (contador de visitas) y percepción del usuario.

Fuente: Elaboración Propia

CAPÍTULO III

3. MARCO METODOLÓGICO

3.1. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

Analizando la naturaleza de las variables en el problema en estudio, se ha establecido que la presente investigación es de carácter explicativa, puesto que:

“Los estudios explicativos tienen como objetivo determinar las causas por las cuales suceden los fenómenos y las condiciones o circunstancias que inciden en el comportamiento del mismo, fundamentando los resultados en la interpretación de los hechos acontecidos” (Hernández, 1994).

Por lo cual es importante plantear que la información obtenida de la aplicación de encuestas a una parte de la población de Misahuallí sirvió para ser analizada y en base a dichos resultados, se formularon conclusiones y recomendaciones.

3.2. TIPO DE INVESTIGACIÓN

3.2.1. DESCRIPTIVA

Permitirá conocer y cuantificar el problema que se relaciona directamente con el tema las Tics en la promoción y difusión turística de la parroquia Misahualli cantón Tena provincia de Napo en el año 2012, para lo cual realizaremos el análisis y tratamiento de la estadística de los instrumentos utilizados para la investigación en este caso.

3.2.2. DE CAMPO

La investigación de campo nos facilita el desarrollo de la parte científica de la investigación la cual se realiza in situ, además apoya a la comprobación de la hipótesis planteada en este proyecto y la directa relación que hay con las variables descritas.

3.2.3. POR EL PROPÓSITO

La presente investigación persigue como propósito dar una posible solución al problema planteado en este proyecto a través de una propuesta de desarrollo de un portal web multimedia que permita la promoción y difusión turística de la parroquia Misahualli cantón Tena provincia de Napo en el año 2012.

3.2.4. NIVEL DESCRIPTIVO

Este nivel nos permite la cuantificación del problema el cual se relaciona directamente la el tema de tesis planteado, para tal efecto es necesario empezar con el tratamiento de la estadística en el análisis de los distintos instrumentos de investigación utilizados en el presente proyecto.

3.2.5. POR EL LUGAR

El desarrollo de esta investigación se desarrolla en la parroquia Misahualli cantón Tena provincia de Napo en el periodo 2012, observando su promoción y difusión en el aspecto turístico del sector.

3.3. METODO DE INVESTIGACIÓN

3.3.1. MÉTODO CIENTÍFICO

El método científico es la vía a seguir que por medio de una serie de procedimientos y normas preestablecida, para lograr el efecto planteado y que corresponden directamente con el método inductivo-deductivo, analítico y sintético.

3.3.2. MÉTODO INDUCTIVO

Mediante el método inductivo daremos efectivo cumplimiento a los cuatro pasos generales de este método los cuales son: observación, análisis, ordenamiento y divulgación de los diferentes hechos relacionados y también a la verificación de resultados.

3.3.3. MÉTODO DEDUCTIVO

El método deductivo nos permite ir de los hechos generales a conclusiones particulares colabora directamente con la verificación de la hipótesis también con la realidad que se observa al momento del estudio.

3.3.4. MÉTODO ANALÍTICO

Este método consiste en la separación de sus elementos en partes para observar sus causas, la naturaleza y los efectos relacionados con las Tics en la promoción y difusión turística de la parroquia Misahualli cantón Tena provincia de Napo en el año 2012.

3.3.5. MÉTODO SINTÉTICO

Este método resume todo los elementos analizados, es decir ayuda a obtener un conocimiento concreto sobre los diferentes aspectos relacionados con el objeto de esta tesis.

3.4. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

3.4.1. TÉCNICAS

3.4.1.1. Encuesta

En cuanto a la realización de la investigación de campo, se empleó la técnica de la encuesta mediante la cual se obtuvieron de manera sistemática los datos necesarios de los sujetos que conforman la población en estudio. (Ver anexo I).

3.5. POBLACIÓN Y MUESTRA

3.5.1. POBLACIÓN

La investigación se realizó de una población de 7.500 habitantes de la parroquia Misahualli cantón Tena, mismo que pertenecen a diversos sectores, durante el segundo semestre del 2012.

De los cuales según el INEC 2010 existen 5.393 habitantes de la parroquia Misahuallí y los 2107 entre turistas nacionales y extranjeros para obtener el total de la muestra.

3.5.2. MUESTRA

La muestra es el número de sujetos que deben seleccionarse de una población o universo, este número se puede calcular por diferentes fórmulas, considero apropiada la siguiente.

$$n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 * p * q}{d^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$

Donde:

- N = Total de la población
- $Z_{\alpha}^2 = 1.96^2$ (si la seguridad es del 95%)
- p = proporción esperada (en este caso 5% = 0.05)
- q = 1 – p (en este caso 1-0.05 = 0.95)
- d = precisión (en este caso se desea un 3%).

$$n = \frac{7500 * 1.96^2 * 0.05 * 0.95}{0.03^2(7500 - 1) + 1.96^2 * 0.05 * 0.95}$$

$$n = \frac{7500 * 3.84 * 0.05 * 0.95}{(0.0009 * 7449) + (3.84 * 0.05 * 0.95)}$$

$$n = \frac{1368}{6.749 + 0.1824}$$

$$n = \frac{1368}{6.9314} = 197.4$$

Aplicando la fórmula para la obtención de la muestra, el resultado es de 197 individuos de la parte central del cantón Tena. Esta muestra será utilizada durante toda la investigación.

El método de muestreo adoptado tiene sus propios tipos; el escogido es el casual o incidental (Bolaños, 2012) porque se conoce la población sujeto de estudio y ha sido seleccionado un grupo de características establecidas que favorecen a la investigación que se realiza.

3.6. PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE DATOS

Se utilizará Microsoft Excel para el procesamiento de datos.

- Se validará y editará los datos.
- Se codificará.
- Realizamos la introducción de los datos.
- Finalmente realizamos la tabulación y el análisis.

No se aplicará ninguna herramienta de manejo estadístico de la información como SPSS debido al costo de las licencias.

CAPÍTULO IV

4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

4.1.1. ENCUESTA PRELIMINAR

PREGUNTA 1: ¿Tiene conocimiento que existe un portal web digital del cantón Tena parroquia Misahuallí?.

Cuadro 2: Existencia de revista digital – pregunta 1

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	20	10,15%
NO	177	89,85%
TOTAL	197	100%

Fuente: Encuesta de Opinión Preliminar – Anexo I, Pregunta 1

Gráfico 7: Existencia de Revista Digital



Fuente: Encuesta de Opinión Preliminar – Anexo I, Pregunta 1

Análisis: de la muestra de 197 encuestados, el 89,85 % expresa no conocer la existencia de un portal web del cantón Tena parroquia Misahuallí, mientras que el 10,15 % indican de la existencia de una web de este nivel.

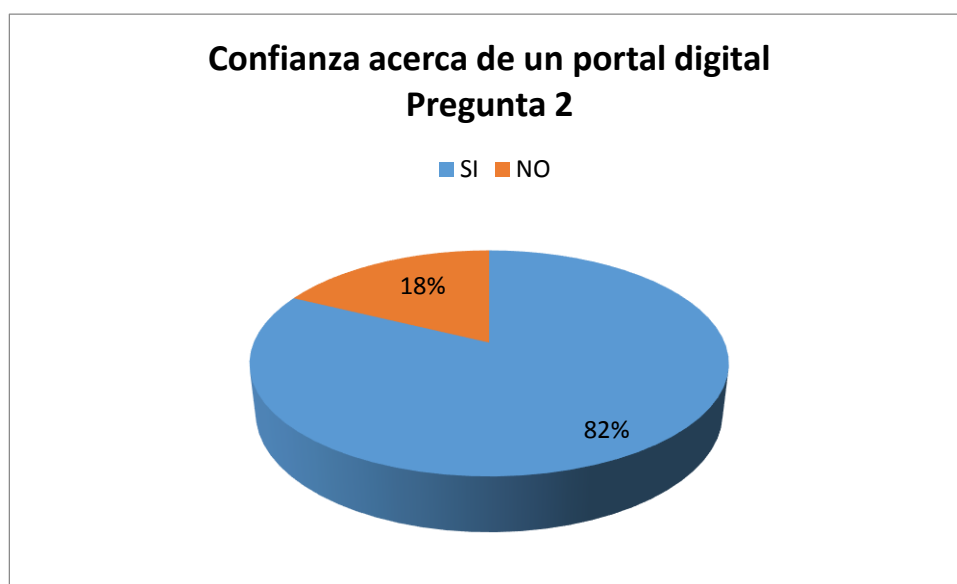
PREGUNTA 2: ¿Tendría más confianza al tener un portal digital que pueda usted ver y escuchar la información?

Cuadro 3: Confianza acerca de un portal digital

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	162	82,23
NO	35	17,77%
TOTAL	197	100 %

Fuente: Encuesta de Opinión Preliminar – Anexo I, Pregunta 2

Gráfico 8: Confianza acerca de un portal digital



Fuente: Encuesta de Opinión Preliminar – Anexo I, Pregunta 2

Análisis: de acuerdo con los siguientes datos deducimos que el 82,23 % tiene la necesidad de contar con un portal web digital por las facilidades que brinda para su información y también se muestran que un 17,77 % le es indiferente la creación de un portal de este nivel siendo un porcentaje bajo.

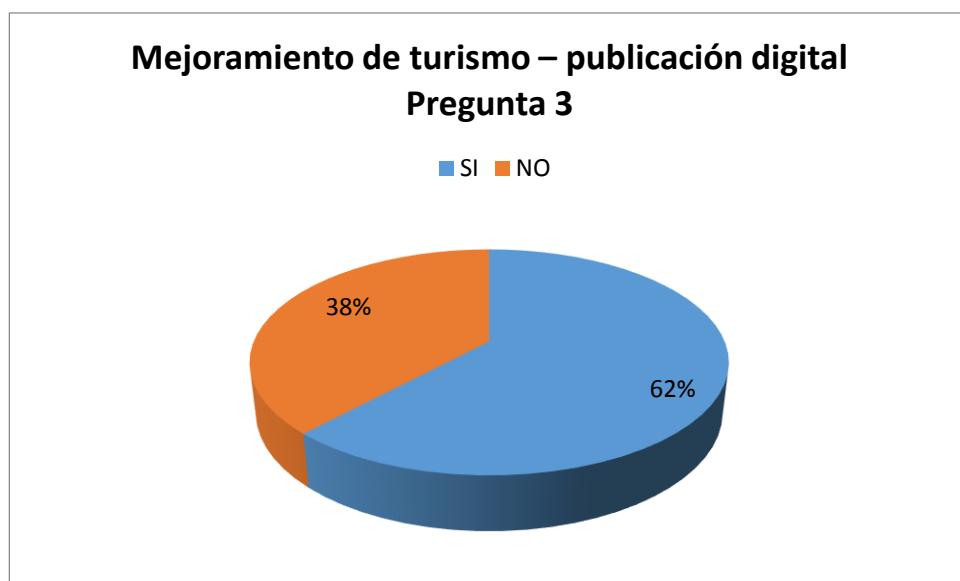
PREGUNTA 3: ¿Mejoraría el turismo en el cantón Tena parroquia Misahuallí, con un portal web digital?

Cuadro 4: Mejoramiento de turismo – publicación digital

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	122	61,93%
NO	75	38,07%
TOTAL	197	100 %

Fuente: Encuesta de Opinión Preliminar – Anexo I, Pregunta 3

Gráfico 9: Mejoramiento de turismo – publicación digital



Fuente: Encuesta de Opinión Preliminar – Anexo I, Pregunta 3

Análisis: en base a los resultados obtenidos en la pregunta 3 se traduce que el 61,93% está de acuerdo en que el turismo con el portal propuesto mejorara el turismo en el cantón Tena parroquia Misahuallí.

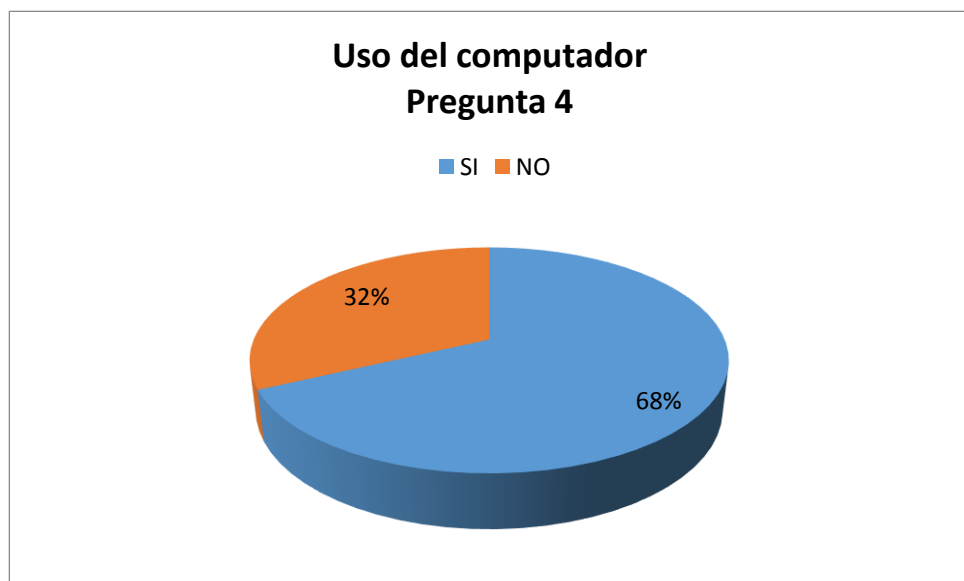
PREGUNTA 4: ¿Dispone Ud. de un computador. Para que pueda utilizar y ver el portal web en su casa?

Cuadro 5: Uso del computador

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	134	68,02
NO	63	31,98
TOTAL	197	100 %

Fuente: Encuesta de Opinión Preliminar – Anexo I, Pregunta 4

Gráfico 10: Uso del computador



Fuente: Encuesta de Opinión Preliminar – Anexo I, Pregunta 4

Análisis: de acuerdo a los habitantes del casco urbano del cantón Tena parroquia Misahuallí en su gran mayoría con un 68,02 % disponen ya de una pc que les facilite estar más al día con las tecnologías de la información, lo que les brindara la posibilidad de usar de manera efectiva el portal web.

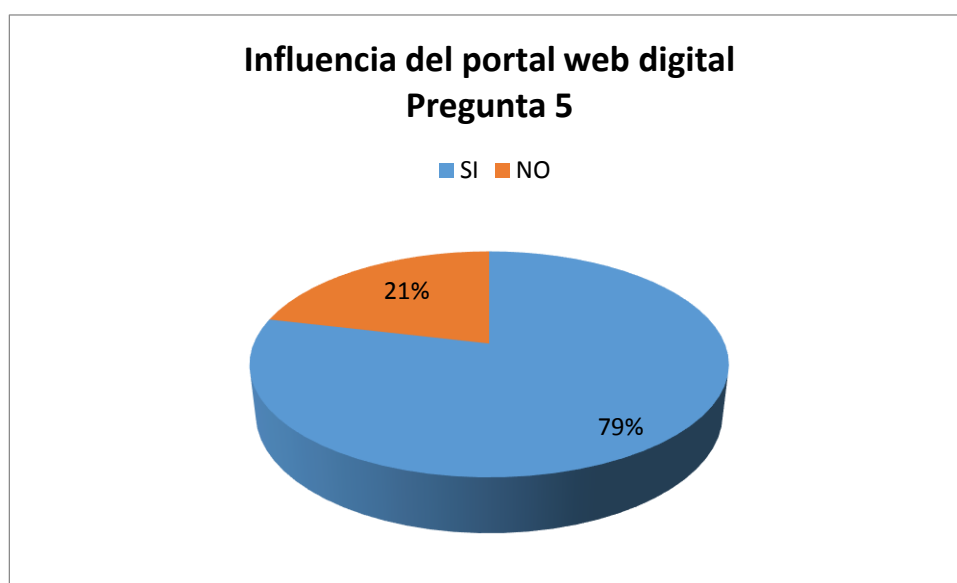
PREGUNTA 5: ¿Cree Ud que Influiría en el aspecto socio-cultural disponer de un portal web digital con información?

Cuadro 6: Influencia del portal web digital

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	155	78,68%
NO	42	21,32%
TOTAL	197	100 %

Fuente: Encuesta de Opinión Preliminar – Anexo I, Pregunta 5

Gráfico 11: Influencia del portal web digital



Fuente: Encuesta de Opinión Preliminar – Anexo I, Pregunta 5

Análisis: del total de los encuestados se muestra que el 78,68 % piensa que se brindaría facilidad al desarrollo socio-cultural ya que esta publicación permite tener información de cantón, y el 21,32 % demuestra desinterés por desconocimiento.

PREGUNTA 6: ¿Destina algún recurso económico para la adquisición de revistas impresas del medio para informarse?

Cuadro 7: Inversión de recurso económico en publicaciones impresas

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	32	16,24%
NO	164	83,25%
TOTAL	197	100 %

Fuente: Encuesta de Opinión Preliminar – Anexo I, Pregunta 6

Gráfico 12: Inversión de recurso económico en publicaciones impresas



Fuente: Encuesta de Opinión Preliminar – Anexo I, Pregunta 6

Análisis: En esta pregunta podemos apreciar que un porcentaje muy bajo 16,24 % estaría en capacidad de destinar recursos económicos para la adquisición de revistas informativas y el 83,25 % porcentaje bastante alto no estaría en capacidad de invertir en publicaciones informativas que superen el valor de 5 dólares.

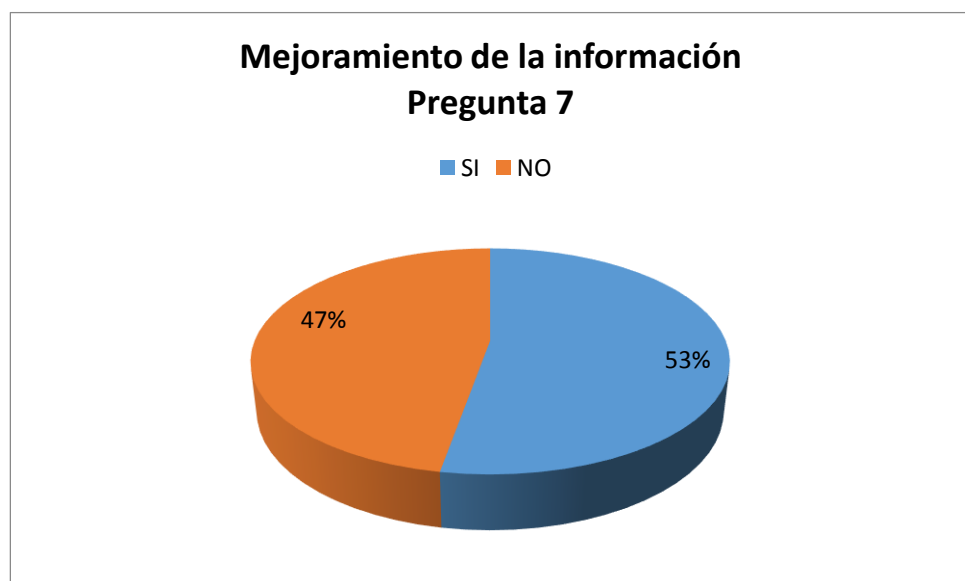
PREGUNTA 7: ¿Piensa Ud. que sea necesario mejorar la información usando reproducción multimedia como imágenes en video, audio?

Cuadro 8: Mejoramiento de la información

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	104	52,79%
NO	93	47,21%
TOTAL	197	100%

Fuente: Encuesta de Opinión Preliminar – Anexo I, Pregunta 7

Gráfico 13: Mejoramiento de la información



Fuente: Encuesta de Opinión Preliminar – Anexo I, Pregunta 7

Análisis: El presente gráfico da a notar que en un 52,79 % de habitantes del cantón Tena parroquia Misahuallí son conscientes de la necesidad de mejorar la comunicación con un portal web digital por poseer en si una información más completa, mientras que un 47,21 % está en desacuerdo con las bondades que presenta estos medios informáticos.

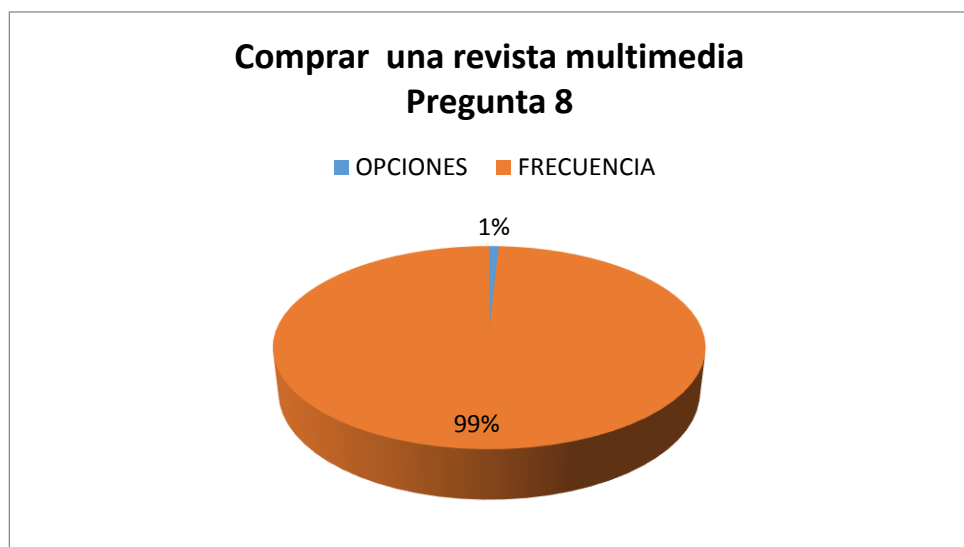
PREGUNTA 8: ¿Estaría Ud. en posibilidades de comprar una revista multimedia con un valor de: 1 dólar o 2 dólares?

Cuadro 9: Comprar una revista multimedia

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
\$1	117	59,39%
\$2	80	40,61%
TOTAL	197	100%

Fuente: Encuesta de Opinión Preliminar – Anexo I, Pregunta 8

Gráfico 14: Comprar revista multimedia



Fuente: Encuesta de Opinión Preliminar – Anexo I, Pregunta 8

Análisis: los valores indicados por la mayoría de encuestados 59,39 % desean adquirir la información por un bajo costo y un 40,61 % tienen la capacidad de pagar por el portal web hasta un valor dos dólares que difiere en mucho lo que cuesta una versión impresa.

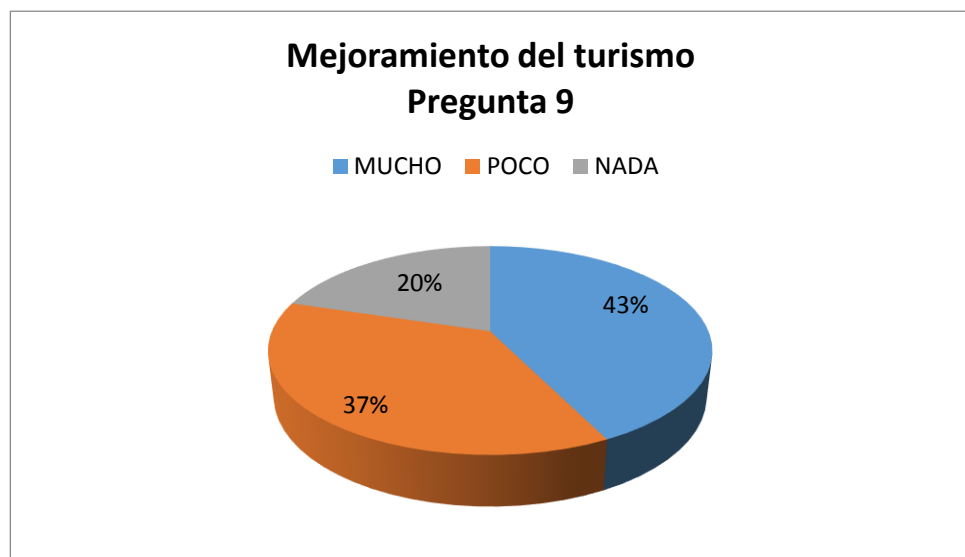
PREGUNTA 9: ¿La difusión del portal web digital mejoraría el turismo nacional?

Cuadro 10: Mejoramiento del turismo

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MUCHO	84	42,64%
POCO	73	37,06%
NADA	40	20,30%
TOTAL	197	100%

Fuente: Encuesta de Opinión Preliminar – Anexo I, Pregunta 9

Gráfico 15: Mejoramiento del turismo



Fuente: Encuesta de Opinión Preliminar – Anexo I, Pregunta 9

Análisis: el 79,7 % considera que el turismo mejoraría en el cantón ya que dispondría de un medio de información fácil de usar con información actualizada para que pueda ser usada por el turista.

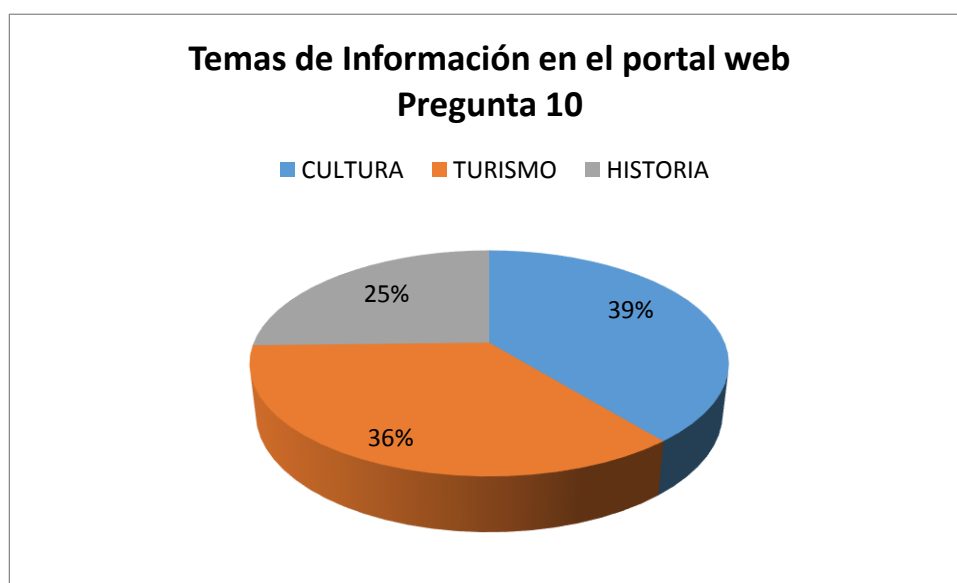
PREGUNTA 10: ¿Qué temas cree que sería necesarios para informar en esta web?

Cuadro 11: Temas de Información en el portal web

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
CULTURA	77	39,09%
TURISMO	70	35,53%
HISTORIA	50	25,38%
TOTAL	197	100%

Fuente: Encuesta de Opinión Preliminar – Anexo I, Pregunta 10

Gráfico 16: Temas de Información en el portal web



Fuente: Encuesta de Opinión Preliminar – Anexo I, Pregunta 10

Análisis: como consecuencia los resultados que se presentan esta pregunta vemos que los encuestados están de acuerdo que dentro de la publicación multimedia se trate de aspectos como los presentados en las tres opciones, por consiguiente vemos que existe una población ávida de contar con una web de estas características del

Es necesario mantener en este caso una terminología estándar para el análisis en el análisis individual de cada pregunta, se van a utilizar las siguientes “frases” con relación a los porcentajes analizados y su vinculación a cada grupo:

- **GRUPO 1 – Resultado superior al 50% ($> 50\%$):** “la mayoría de los encuestados”
- **GRUPO 2 – Resultado igual al 50% (= 50%):** “la mitad de los encuestados”
- **GRUPO 3 – Resultado inferior al 50% ($<50\%$):** “la minoría de los encuestados”
- **GRUPO 4 – Resultado igual al 100% (= 100%):** “la totalidad de los encuestados”
- **GRUPO 4 – Resultado igual al 0% (= 0%):** “ninguno de los encuestados”

4.1.2. ENCUESTA / MEDICION DE IMPACTO DE LA WEB MULTIMEDIA

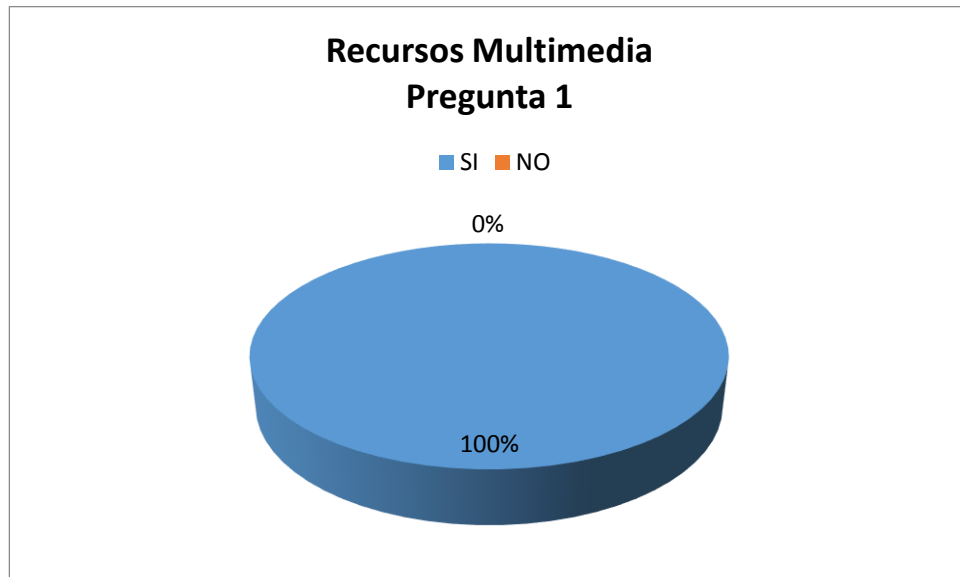
PREGUNTA 1: Por medio del estudio que realizo al portal web digital, ¿pudo encontrar la presencia de aspectos multimedia (video, audio, imágenes, texto, animaciones)?

Cuadro 12: Recursos Multimedia

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	197	100%
NO	0	0
TOTAL	197	100%

Fuente: Cuestionario de Opinión– Anexo II, Pregunta 1

Gráfico 17: Recursos Multimedia



Fuente: Cuestionario de Opinión– Anexo II, Pregunta 1

Análisis: El 100% de encuestados pudo observar en el portal web la presencia de recursos multimedia.

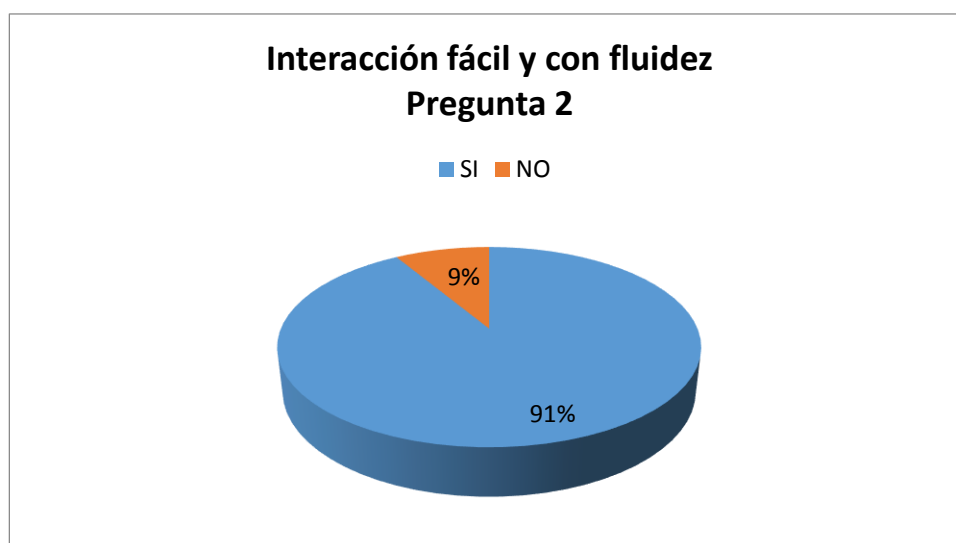
PREGUNTA 2: ¿La interacción con todos los distintos elementos encontrados en el navegador (enlaces, botones, animaciones) fue fácil y con fluidez?

Cuadro 13: Interacción fácil y con fluidez

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	180	91,37%
NO	17	8,63%
TOTAL	197	100%

Fuente: Cuestionario de Opinión– Anexo II, Pregunta 2

Gráfico 18: Interacción fácil y con fluidez



Fuente: Cuestionario de Opinión– Anexo II, Pregunta 2

Análisis: La navegación por el sitio para un 91,37% de los encuestados fue fácil y con una gran fluidez por los distintos canales de información que contiene el portal, mientras que un 8,63% del total de encuestados muestra que tuvo dificultad en la navegación por el portal web. Se confirma que en su mayor parte el sitio es fácil de usar y es fluido al mostrar los contenidos multimedia.

PREGUNTA 3: ¿Cree Ud. que toda la información propuesta en las diferentes publicaciones del portal tiene calidad?

Cuadro 14: Calidad de las publicaciones

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	184	93,40%
NO	13	6,60%
TOTAL	197	100%

Fuente: Cuestionario de Opinión– Anexo II, Pregunta 3

Gráfico 19: Calidad de las publicaciones



Fuente: Cuestionario de Opinión– Anexo II, Pregunta 3

Análisis: Con un porcentaje del 93,40% del total de encuestados indican que la información planteada en el portal web es de calidad y tiene variedad, mientras que un 6,60% cree que la información propuesta es insuficiente para este tipo de publicaciones. Se confirma que la mayor parte de encuestados piensa que la información del sitio es de calidad.

PREGUNTA 4: ¿Cree Ud. que la cantidad de información propuesta podría cumplir sus expectativas de información?

Cuadro 15: Cantidad de la información

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	178	90,36%
NO	19	9,64%
TOTAL	197	100%

Fuente: Cuestionario de Opinión– Anexo II, Pregunta 4

Gráfico 20: Cantidad de la información



Fuente: Cuestionario de Opinión– Anexo II, Pregunta 4

Análisis: Del total de personas encuestadas en un alto porcentaje 90,36% indica que la cantidad de información que se encuentra en el sitio es suficiente para suplir las necesidades de información, por otra parte y en un porcentaje mucho menor con un 9,64% indica que la cantidad de información no abastece las expectativas de

información. Se concluye que la mayor parte de encuestados considera que la información es suficiente para satisfacer las expectativas de información.

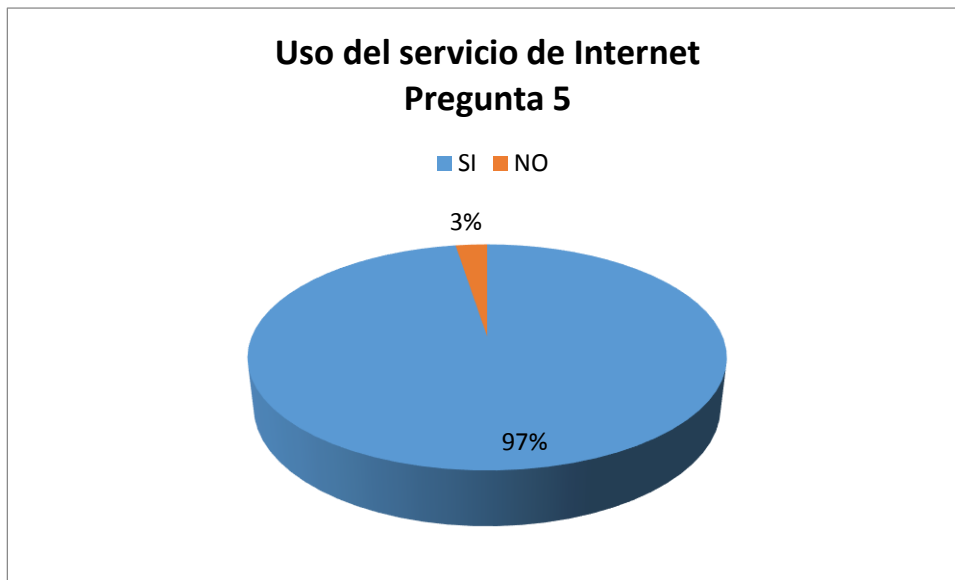
PREGUNTA 5: ¿Usa actualmente el servicio de internet para fines informativos o de consulta académica?

Cuadro 16: Uso del servicio internet

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	192	97,46%
NO	5	2,54%
TOTAL	197	100%

Fuente: Cuestionario de Opinión– Anexo II, Pregunta 5

Gráfico 21: Uso del servicio de Internet



Fuente: Cuestionario de Opinión– Anexo II, Pregunta 5

Análisis: El 97,46% de los encuestados considera que esta herramienta le será útil con fines académicos, mientras que un 2,54% considera que este servicio no lo usa con fines académicos. Se deduce que en un alto porcentaje de los encuestados usa este servicio con fines académicos.

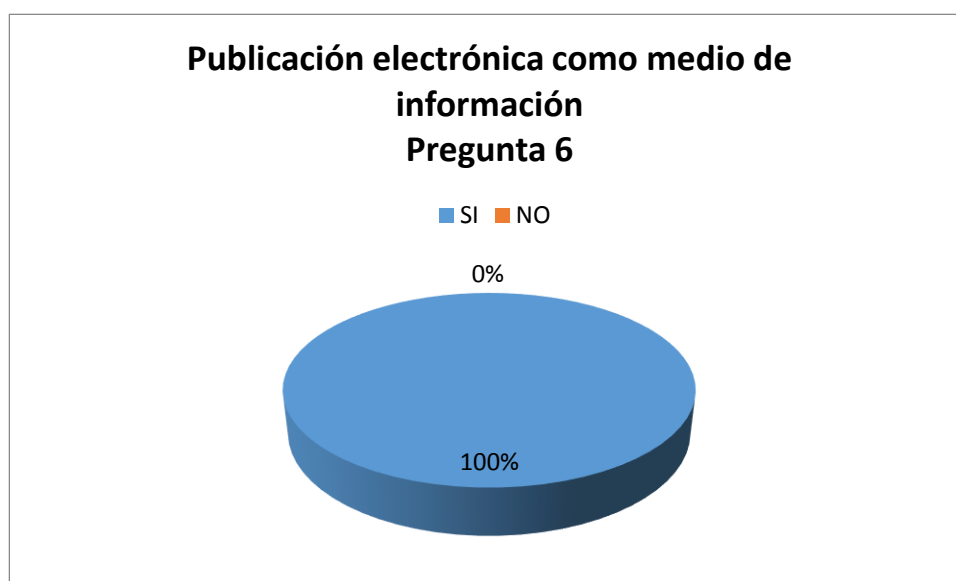
PREGUNTA 6: ¿Esta publicación electrónica podría transformarse para ud. en un nuevo medio de consulta e información?

Cuadro 17: Publicación electrónica como medio de información

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	197	100%
NO	0	0%
TOTAL	197	100%

Fuente: Cuestionario de Opinión– Anexo II, Pregunta 6

Gráfico 22: Revista electrónica como medio de consulta



Fuente: Cuestionario de Opinión– Anexo II, Pregunta 6

Análisis: El 100% de los encuestados considera que esta plataforma será utilizada como un nuevo medio de consulta.

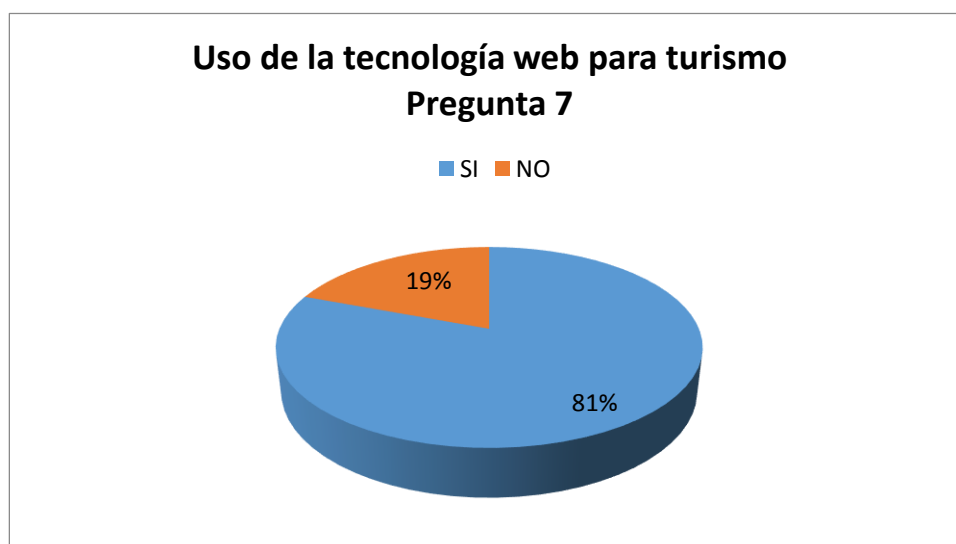
PREGUNTA 7: De acuerdo a su criterio, ¿la propagación de la tecnología web, sobre la cual está construida la revista electrónica, provocará un elevado incremento en el sector turístico?

Cuadro 18: Uso de la tecnología web para turismo

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	159	80,71%
NO	38	19,29%
TOTAL	197	100%

Fuente: Cuestionario de Opinión– Anexo II, Pregunta 7

Gráfico 23: Uso de la tecnología web sobre otros medios



Fuente: Cuestionario de Opinión– Anexo II, Pregunta 7

Análisis: Un 80,71% considera que este tipo de plataformas ayudan al incremento del sector turístico, mientras que un 19,29% considera que este tipo de sistemas con contribuyen al incremento del turismo en el cantón. Se concluye que la mayor parte de los encuestados considera que este sistema influirá en el incremento del sector turístico.

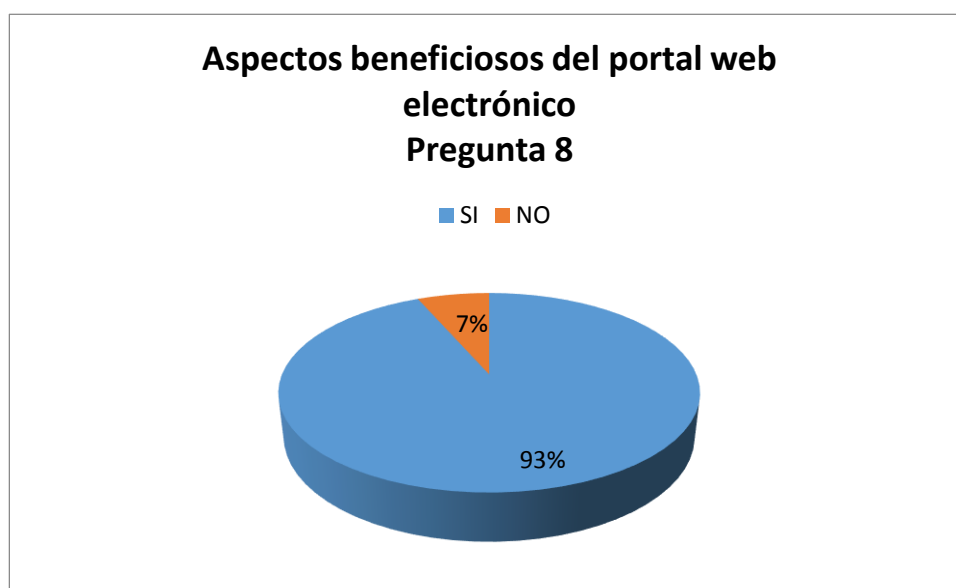
PREGUNTA 8: ¿Existe uno o varios aspectos beneficiosos que presente esta publicación electrónica en relación a una publicación impresa?

Cuadro 19: Aspectos beneficiosos del portal web electrónico

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	184	93,40%
NO	13	6,60%
TOTAL	197	100%

Fuente: Cuestionario de Opinión– Anexo II, Pregunta 8

Gráfico 24: Aspectos beneficiosos del portal web electrónico



Fuente: Cuestionario de Opinión– Anexo II, Pregunta 8

Análisis: Con un porcentaje del 93,40% considera que la publicación electrónica brinda al menos un beneficio sobre la publicación impresa. Con un 6,60% del total de encuestados considera que este tipo de publicación no aporta con ningún beneficio sobre las publicaciones impresas. Como conclusión diríamos que en la mayor parte de encuestados opina que este tipo de publicación tiene beneficio sobre una publicación impresa.

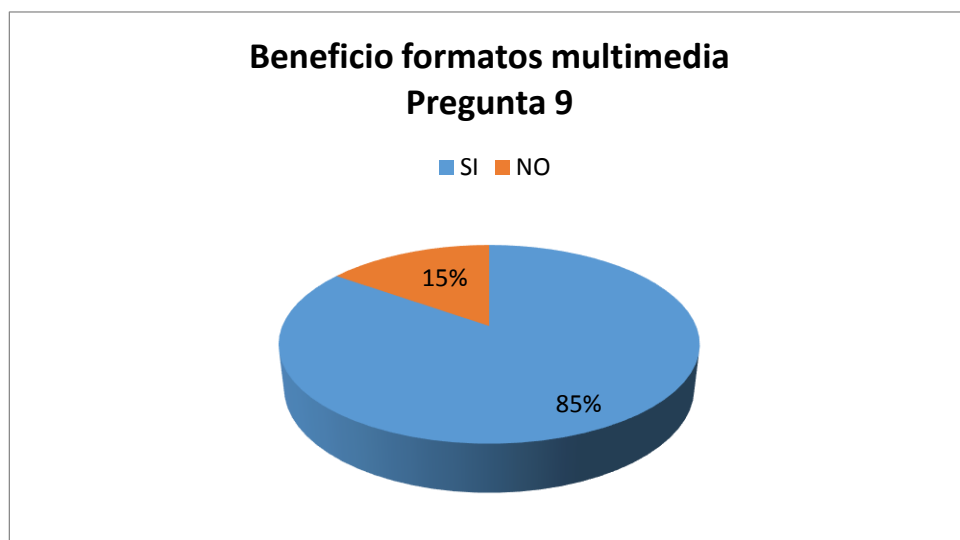
PREGUNTA 9: ¿Los contenidos multimediales con los cuales se presentan las publicaciones muestran beneficio alguno a los usuarios del portal web?

Cuadro 20: Beneficio formatos multimedia

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	167	84,77%
NO	30	15,23%
TOTAL	197	100%

Fuente: Cuestionario de Opinión– Anexo II, Pregunta 9

Gráfico 25: Beneficio formatos multimedia



Fuente: Cuestionario de Opinión– Anexo II, Pregunta 9

Análisis: El 84,77% del total de encuestados piensa que los contenidos multimediales aportan algún beneficio a los usuarios del portal web, por otra parte un 15,23% piensa que los contenidos multimediales no aportan con ningún beneficio a los usuarios. Se concluye que la mayor parte de los encuestados cree que los contenidos multimediales aportan al usuario algún beneficio.

PREGUNTA 10: ¿El cantón Tena Parroquia Misahualli no posee un servicio de información que suplante de manera eficaz la funcionalidad del presente proyecto?

Cuadro 21: Varios servicios de información

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	163	82,74%
NO	34	17,26%
TOTAL	197	100%

Fuente: Cuestionario de Opinión– Anexo II, Pregunta 10

Gráfico 26: Varios servicios de información



Fuente: Cuestionario de Opinión– Anexo II, Pregunta 10

Análisis: El 82,74% considera que en el cantón Tena parroquia Misahualli no existe ninguna publicación que suplante a la presentada. Mientras que un 17,26% piensa que algún medio puede suplantar al proyecto presentado en esta tesis. Se concluye que en su mayor parte del total de encuestados piensa que en la parroquia Misahualli no existe un proyecto que suplante al presentado.

4.1.2. Comprobación de hipótesis

Refiriéndonos a la hipótesis del presente proyecto llegamos a concluir que la creación de la plataforma web multimedia si influye directamente en el desarrollo turístico del cantón Tena, parroquia Misahuallí y que el posterior uso que le den sus habitantes a la plataforma se constituya como un medio de consulta puesto que sus habitantes poseen los conocimientos necesarios para hacer uso de la misma.

HIPOTESIS PLANTEADA

La implementación de una revista multimedia de la parroquia Misahuallí fomentará el uso del servicio de información de internet en sus habitantes.

4.2. ANALISIS DE RESULTADOS DE LA ENCUESTA

4.2.1. TERMINOLOGÍA DE ANÁLISIS

Independiente: Web multimedia

Dependiente: Uso del servicio de información de internet

4.2.2. TABULACIÓN INTEGRADA DE RESULTADOS

VI (Variable Independiente)

Cuadro 22: Tabulación de datos – Variable independiente

ITEM \ RESPUESTAS	SI	NO	TOTAL
1	197	0	197
2	180	17	197
3	184	13	197
4	178	19	197
TOTAL	739	49	788

Fuente: Conteo de respuesta, Preguntas 1 a la 4 – Cuestionario de Opinión – Anexo II

VD (Variable Dependiente)

Cuadro 23: Tabulación de datos – Variable dependiente

ITEM \ RESPUESTAS	SI	NO	TOTAL
5	192	5	197
6	197	0	197
7	159	38	197
8	184	13	197
9	167	30	197

10	163	34	197
TOTAL	1062	120	1182

Fuente: Cuento de respuesta, Preguntas 5 a la 10 – Cuestionario de Opinión – Anexo II

4.2.3. RESULTADO DE LAS VARIABLES

Cuadro 24: Resultado de las variables

RESPUESTAS VARIABLES	SI	NO	TOTAL
	V.I	739	49
V.D	1062	120	1182
TOTALES	1821	149	1970

Fuente: Cruce de información, Cuadros 22 y 23

4.2.4. VERIFICACIÓN DE LA HIPÓTESIS

Para proceder con el análisis estadístico, se tomarán en consideración los datos de la Cuadro N° 24 para la aplicación de los cálculos estadísticos pertinentes de Chi cuadrado.

4.2.4.1. Modelo Lógico

Ho: La implementación de un portal web multimedia del cantón Misahualli fomentará la promoción y difusión turística en la parroquia.

Ha: La implementación de un portal web multimedia del cantón Misahualli no fomentará la promoción y difusión turística en la parroquia.

4.2.4.2. Nivel de significancia

El nivel de significancia es el error que se puede cometer al rechazar la hipótesis H_0 siendo verdadera. El nivel de significancia con el que se trabajó es de 5% o 0,05, lo que indica que hay una probabilidad del 95% o 0,95 de que la hipótesis H_0 sea verdadera

4.2.4.3. Elección de la prueba estadística chi cuadrado

$$\chi^2 = \sum \frac{(O - E)^2}{E}$$

En donde:

Σ = Sumatoria

O= datos observados

E= datos esperados

4.2.4.4. Cálculo del grado de libertad

El grado de libertad es igual a la multiplicación del número de las filas menos uno por el número de las columnas menos uno así (Ver Tabla 4.3.):

$$Gl = (F - 1)(C - 1)$$

$$Gl = (2 - 1)(2 - 1)$$

$$Gl = (1)(1)$$

$$Gl = 1$$

Donde:

Gl= grados de libertad

C= Columnas de la tabla

F= Fila de la tabla

Entonces se tiene que $Gl= 1$; y el nivel de significación $\alpha=0,05$; en la tabla H de distribución Chi cuadrado que equivale a 3,84 (Ver Anexo IV) ; por lo tanto:

$$\chi^2 = \text{crítico} = 3,84$$

4.2.4.5. Cálculo Matemático

Se evalúa la hipótesis H_a , se concluye, que no hay asociación entre las dos variables, para ello se calcula el chi cuadrado comprobando los valores obtenidos especialmente con los de la distribución teórica, dados los totales obtenidos en los que no existe ninguna asociación entre las variables.

Cuadro 25: Cálculo del chi-cuadrado

O	E	O – E	(O – E)²	(O – E)² /E
739	728,4	25,6	655,36	0,90
49	59,6	-25,6	655,36	11,00
1062	1092,6	-25,6	655,36	0,60
120	89,4	25,6	655,36	7,33
TOTAL (X1)				19,83

Fuente: Análisis estadístico de resultados – Cuestionario de Opinión – Anexo II

De acuerdo con los resultados obtenidos en los cuestionarios presentados y específicamente en los de sección abierta tenemos un evidente interés de la población en contar con una plataforma de este tipo para que apoye a la promoción y difusión turística del cantón Tena parroquia Misahualli. También se indica un gran interés por los contenidos presentados en esta publicación que a futuro se espera funcione como una fuente de consulta académica y principalmente en el sector turístico, evidentemente esta plataforma lleva muchas ventajas dentro de sí en relación a una publicación impresa, su fácil uso y acceso ilimitado muestra la gran capacidad que nos puede brindar este tipo de plataformas.

Los resultados muestran que actualmente el portal está siendo visitado así lo demuestra el creciente incremento en el contador de visitas publicado en la web el cual nos ayuda a verificar tal aseveración, se concluye que la web está siendo utilizada para los fines creados.

Cabe indicar que un sector de la muestra estaría interesado en que el portal contenga otros tipos de información, esto ya dependerá de futuras administraciones del portal web, que se encontrara a cargo de técnicos del GAD Municipal del cantón Tena.

4.3. DECISIÓN FINAL

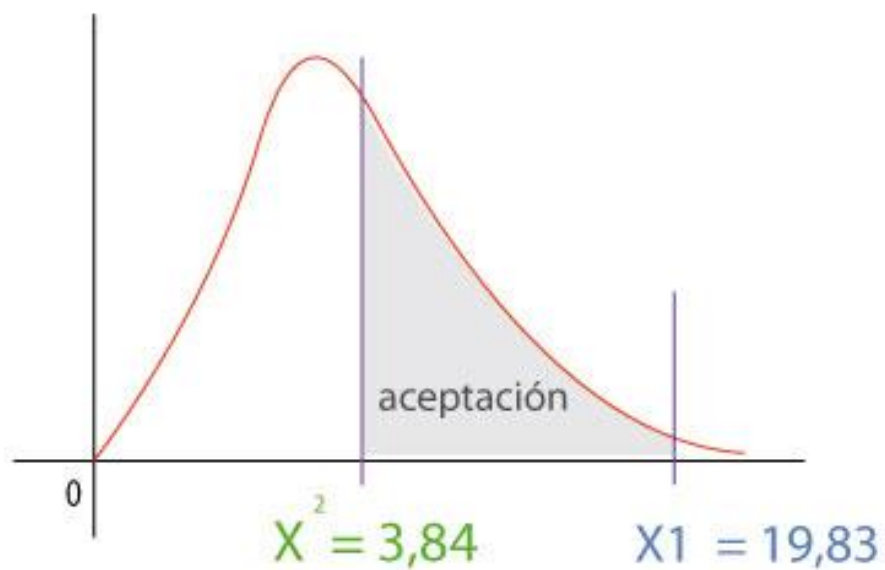
Regla de decisión: Si el valor del chi-cuadrado calculado (X_1) es menor o igual que el chi-cuadrado crítico (x^2) entonces se acepta la hipótesis H_a , caso contrario no se la acepta.

El valor $X_1 = 19,83$ es mayor a $x^2 = 3,84$ y de acuerdo a lo establecido se acepta la hipótesis H_0 , es decir se considera que: La implementación de un portal web

multimedia del cantón fomentará la promoción y difusión turística del cantón Tena parroquia Misahualli el desarrollo turístico, socio-económico y el uso del servicio de información de internet en sus habitantes.

4.4. REPRESENTACIÓN GRÁFICA DE RESULTADOS

Gráfico 27: Representación Gráfica de Resultados



Fuente: Análisis estadístico de resultados

CAPITULO V

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. CONCLUSIONES

- A pesar de que en el cantón Tena parroquia Misahuallí existen medios de comunicación impresos es importante destacar la visión que tienen sus habitantes respecto al desarrollo turístico de la región y están convencidos que el auge tecnológico y el uso de internet ayudara al crecimiento de este territorio, por eso es notorio la necesidad de contar con una plataforma de este tipo que parte de funcionar las 24 horas del día los 7 días de la semana la reducción en costo de impresión prácticamente se reduce a cero sin contar con los otros múltiples beneficios que puede brindar un proyecto de esta clase.
- El portal web multimedia que se desarrolló para el canto Tena parroquia Misahualli fue construido con éxito con una plataforma CMS que facilitara la publicación de nuevos contenidos de manera rápida y sencilla.
- Los distintos tipos de formatos multimedia brinda al usuario un entorno mas agradable en la navegabilidad por el portal web, es importante aclarar que un portal web no debe ser medido solo por el uso de recursos multimediales sino también por la cantidad y calidad de información que brinde al usuario del sistema.
- Se puede evidenciar que la aceptación de la plataforma es favorable en el aspecto de la incrementación turística del sector mediante el contador de visitas ubicado en el portal podemos dar fe que se está ingresando al portal web ya sea para realizar alguna consulta sea esta de nivel académico o turístico, se espera que en poco tiempo se incremente la afluencia de turistas a la región.

5.2. RECOMENDACIONES

- Con la creación de esta plataforma se espera que se proyecte con mayor eficacia la identidad turística del sector y así potencializar el uso este tipo de herramientas, tomando en cuenta que dependerá de la administración del portal que esta siga funcionando y brindando un servicio de calidad a la colectividad y al turismo en general.
- Todos los servicios de información turísticas planteadas en el sitio deberán ser repotenciados, que se mejore cada vez más la calidad visual del portal web con cambios periódicos en la imagen y contenidos del portal web
- La construcción de un proyecto digital mucho más completo sería crucial para la parroquia, se debería aprovechar todos sus atractivos turísticos con el fin de construir una plataforma total que funcione en cualquier tipo de dispositivo independiente del sistema que determinado usuario utilice y así tener una mega plataforma turística.

DESARROLLO DEL PORTAL WEB MULTIMEDIA - METODOLOGÍA

A continuación se detalla la metodología aplicada en el desarrollo de la página web multimedia de la parroquia de Misahuallí. Las actividades integradas en ésta metodología corresponden, de manera general, a una metodología de desarrollo de software estándar, pero aplicados en su manera más simple.

1. RECOPIRAR INFORMACIÓN

La investigación bibliográfica se la realizó con base en el estudio de varios documentos las cuales se detalla en la bibliografía del documento. En lo que se refiere a la parte grafica de video y fotografía son exclusivos del autor.

1.1. Definir contenidos

De acuerdo a la investigación se clasifica la información del portal en las siguientes secciones:

- Grupos Artísticos
- Grupos Gastronomía
- Historia
- Costumbres

La información de texto y fotografía han sido obtenidas, mismas que formaran parte de las “publicaciones”. Se obtiene una base de fotografías y videos del cantón Tena parroquia Misahualli las cuales están consideradas bajo el apartado de Multimedia. Las imágenes (serán visualizadas con un componente interactivo) las cuales se encontraran alojadas bajo los siguientes álbumes:

- Comercial
- Religioso
- Aventura
- Natural
- Antiguo
- Artesanal

De manera general, se insertaran tres páginas tipo que forman partes de los portales web estándar:

- Políticas de Privacidad
- Quienes somos
- Condiciones de Uso

De acuerdo a los motivos antes mencionados, se vinculara un formulario de contáctanos y vínculos a redes sociales (módulos interactivos).

Como un complemento se construye un módulo de manera interactiva que permita la visualización de alguna información del portal web de manera similar a una revista impresa.

1.2. Requerimientos del proyecto

Los distintos requerimientos que se necesita para la construcción del portal web se los ha categorizado en tres grupos:

REQUERIMIENTOS BÁSICOS

Forman parte de este primer grupo requerimientos elementales que debe cumplir un portal web.

Funcionalidades

- Menú principal
- Menú secundario
- Galería multimedia
- Formulario de contacto
- Enlaces a redes sociales

Secciones o Páginas informativas

- Quienes Somos
- Aspectos Culturales
- Gastronomía
- Grupos Artísticos
- Costumbres
- Historia
- Condiciones de Uso
- Políticas de Privacidad
- Contáctenos
- Multimedia
- Fotos
- Videos

REQUERIMIENTOS ESPECÍFICOS

Se especifican aquellos requerimientos esenciales para cumplir con el objeto principal de la presente tesis

Funcionalidades

- Revista digital [complemento o plugin]

Secciones o Páginas informativas

- Web

REQUERIMIENTOS DE NAVEGABILIDAD

Se concentraran las secciones/páginas informativas en dos menús:

Menú Principal: visualmente el más desarrollado gráficamente, alojara los siguientes ítems

- Quienes Somos
- Aspectos Culturales
- Revista
- Multimedia
- Contáctenos

Menú Secundario: vínculos diseñados con poca estilización gráfica, se contempla la siguiente información:

- Condiciones de Uso
- Políticas de Privacidad

2. DISEÑO

2.1. Definir la estética del sitio

El diseño general del portal web corresponderá concretamente con la plantilla seleccionada en internet.

2.2. Definición de Logotipo

La elaboración del arte de la identidad del portal web es construida por el autor de esta tesis, diseño que refleja el principal atractivo del catón Tena parroquia Misahualli diseño que se ha publicado en formato PNG y hexadecimal de los colores corporativos:

Gráfico 28: Logo MISAHUALLI Turístico



Fuente: Archivo jpg - diseño corporativo del MISAHUALLIturistico.com

2.3. Colores Corporativos

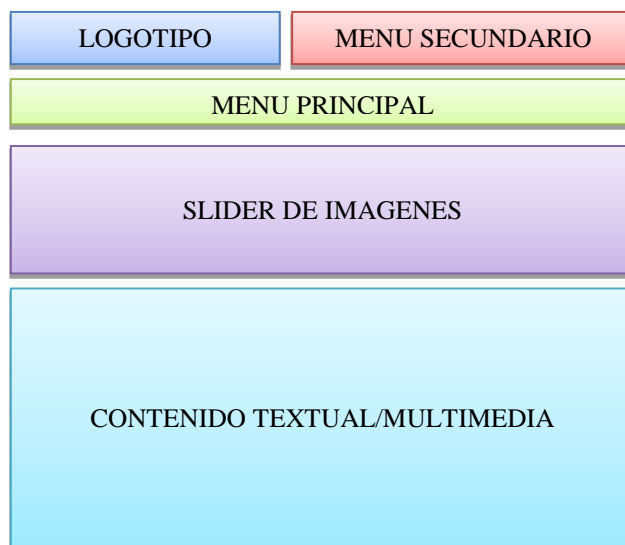
GRIS: # cdcddc

BLNACO: # ffffff

2.4. Establecer la estructura

Con la finalidad de dar cumplimiento ciertas especificaciones de la web se pone a consideración la siguiente diagramación estándar para el portal web:

Gráfico 29: Estructura de portal web

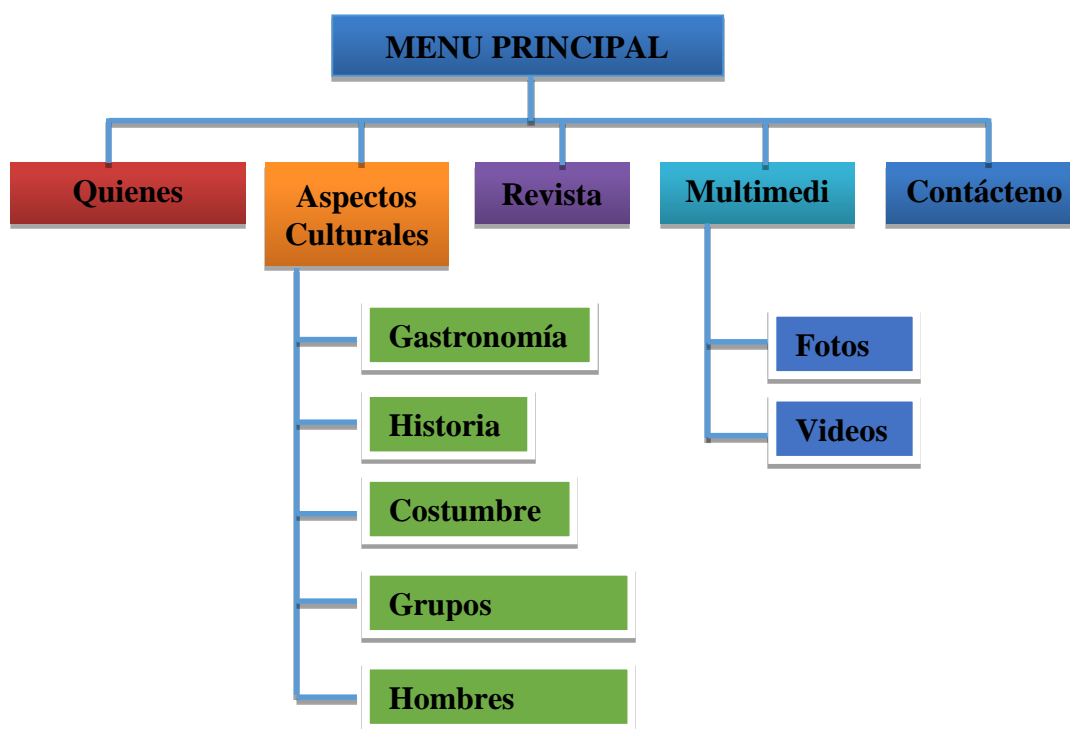


Fuente: Archivo jpg - diseño estructural de MISAHUALLIturistico.com

Delimitada la estructura visual necesaria para la correcta búsqueda de una plantilla web que se ajuste a las necesidades del proyecto, se definen los siguientes vínculos que forman parte de los menús del mismo:

- *Menú principal:* Quienes somos, Aspectos culturales, Revista, Multimedia y Contáctenos. “Aspectos culturales” presentará un submenú con los siguientes ítems: Gastronomía, Grupos Artísticos, Costumbres, Historia. Multimedia contiene un submenú con los siguientes ítems: Fotos, Videos.

Gráfico 30: Estructura de portal web



Fuente: Archivo jpg – diseño de navegación de MISAHUALLIturistico.com

- *Menú secundario:* Políticas de privacidad, Condiciones de uso.

3. DESARROLLO

3.1. Elegir CMS a utilizar

La correcta selección del administrador de contenidos radica principalmente en la experiencia que se tiene en el manejo de los mismos y buscando un CMS que cumpla con el objetivo principal de la tesis y que nos brinde la versatilidad necesaria y desde luego basando en varias consultas bibliográficas y contando con la opinión de un profesional en la rama de sistemas se llegó a la conclusión que WordPress es la mejor opción para el desarrollo del portal web multimedia.

3.2. Determinar nombre de dominio acorde al diseño del logotipo

Basándonos en el análisis de disponibilidad de nombres de dominio realizado en el servidor de godaddy <https://es.godaddy.com/> y al ámbito del desarrollo de la plataforma /funcionalidad del portal web así como también el diseño del logotipo, se tomó como nombre de dominio para el portal web el siguiente **misahuallituristico.com**.

3.3. Comprar hosting y nombre de dominio

Con la finalidad que persigue el presente trabajo se adquirió el dominio de misahuallituristico.com en el servidor godaddy. El hosting o también conocido como espacio en disco fue comprado a la empresa Godaddy, servidor que viene auto cargado el gestor de contenidos WordPress, CMS utilizado para el desarrollo de la tesis.

3.4. Instalar del CMS en el servidor web

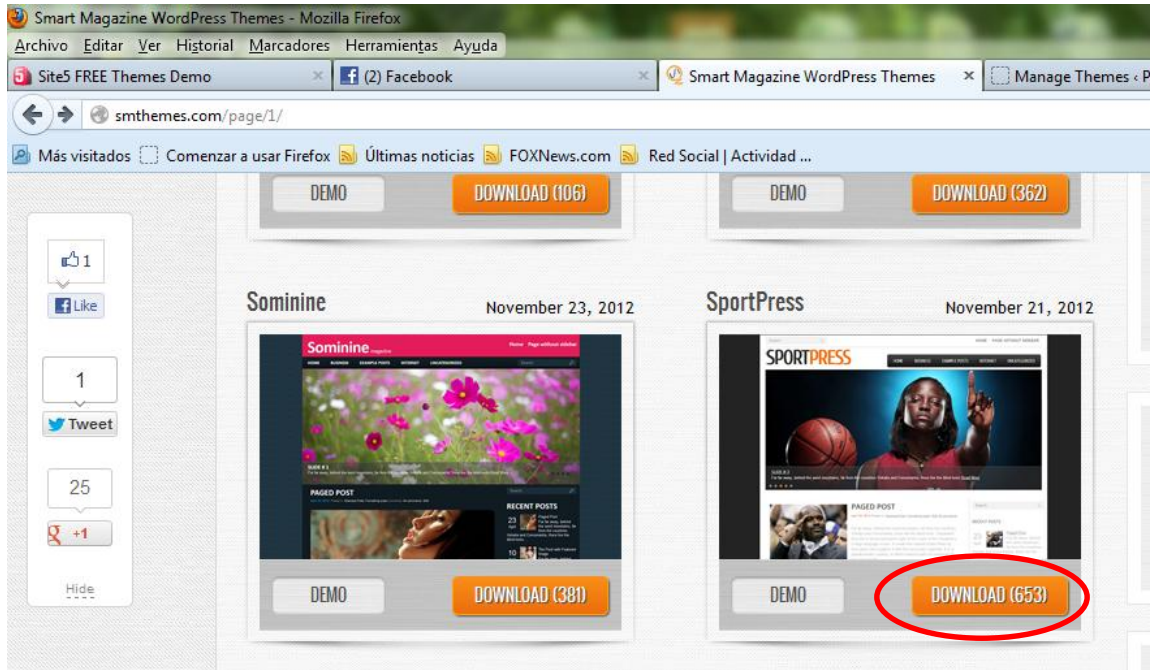
El proceso de instalación de CMS WordPress tuvo la asesoría del técnico en sistemas, con el fin de conseguir una correcta instalación del paquete informático. Posterior a la instalación del CMS se recibe la información referente a cuenta de administrador del portal web y del CMS Wordpress, para la configuración del sitio.

3.5. Instalar plantilla web

INSTALAR DISEÑO PLANTILLA WEB DEL INTERNET

Posterior a una búsqueda minuciosa de una plantilla o tema que se ajuste a las necesidades del proyecto que sea atractivo visualmente y de fácil manejo se selecciona y descarga la plantilla SPORTPRESS que se encuentra alojada en la siguiente página web <http://smthemes.com/page/1/>

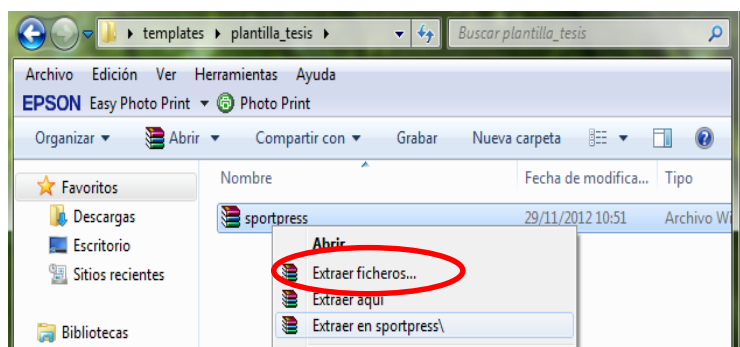
Gráfico 31: Descarga template sitio web



Fuente: Captura de pantalla – página web smthemes.com/página/1/

En la descarga del archivo se obtiene un formato comprimido .RAR. Se extrajo el contenido del archivo en una carpeta que lleva su mismo nombre para ser utilizado en el siguiente paso.

Gráfico 32: Descomprimir archivo descargado



Fuente: Captura de pantalla –computador personal

SUBIR LA PLANTILLA WEB AL SERVIDOR

Para el proceso de subir la plantilla al servidor nos ayudamos con un paquete informático que se encarga de la administración de archivos vía FTP, denominado FILEZILLA. Este programa lo encuentran de manera gratuita en la web y su manejo es muy sencillo.

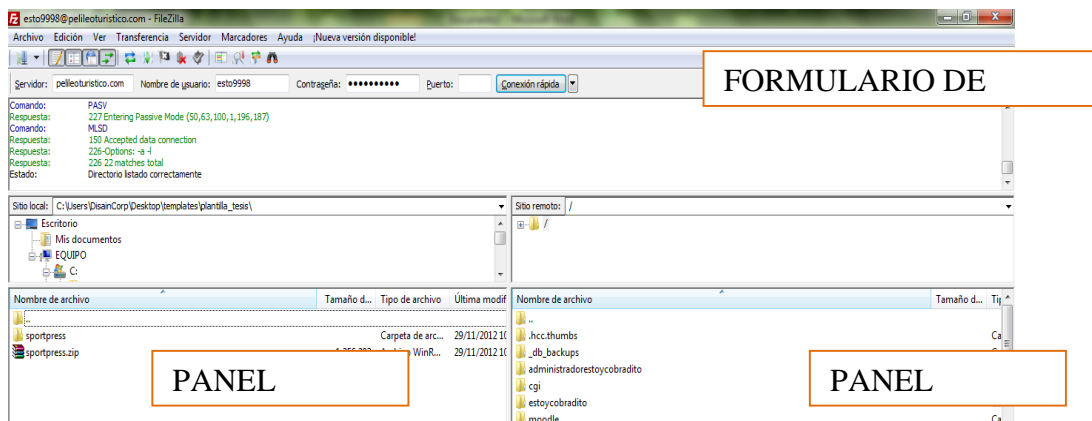
Las credenciales requeridas para la publicación de la plantilla por medio de este sistema han sido proporcionadas por la empresa prestadora del servicio de Hosting

Cuando logramos una conexión con el servidor automáticamente se nos muestra un listado de archivos en paneles distintos:

PANEL DERECHO: archivos del servidor

PANEL IZQUIERDO: archivos del computador personal

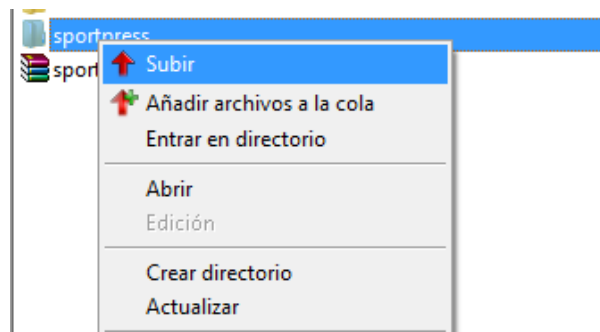
Gráfico 33: Subir archivo con FILEZILLA



Fuente: Captura de pantalla –computador personal

El directorio donde se instalará las plantillas en WordPress es: **misahuallituristico.com/wp-content/themes/**. Procedemos a seleccionar este directorio en el panel derecho. Se selecciona la carpeta SPORTPRESS en el computador personal y dando clic derecho sobre éste archivo procedemos a seleccionar la opción “Subir”.

Gráfico 34: Proceso de subida del archivo



Fuente: Captura de pantalla –computador personal

Procedemos a la verificación que la plantilla fue subida con éxito al servidor únicamente ingresando al administrador de WordPress por medio de la siguiente URL: <http://misahuallituristico.com/wp-admin>.

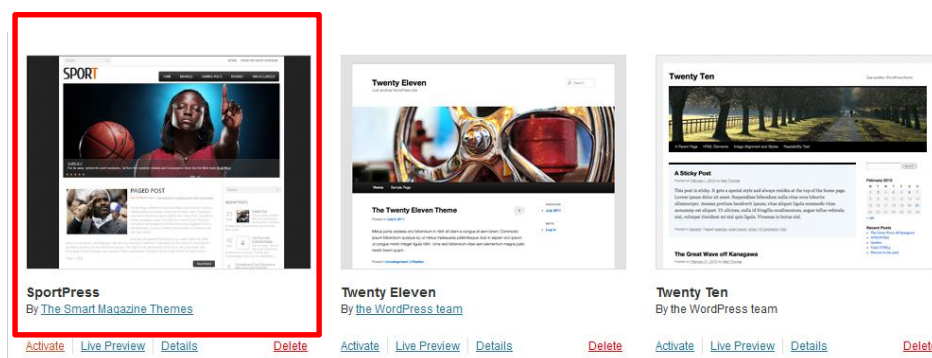
Gráfico 35: Ingreso al administrador



Fuente: Captura de pantalla – Administrador Wordpress de MISAHUALLituristico.com

Procedemos a seleccionar la opción “Appearance”-> Themes y la plantilla que seleccionamos deberá ser visible dentro de los templetos que se muestren en este panel.

Gráfico 36: Panel de activación templates



Fuente: Captura de pantalla – Administrador Wordpress de MISAHUALLituristico.com

ACTIVAR Y MODIFICAR LA PLANTILLA A TRAVÉS DE LA INTERFAZ DEL ADMINISTRADOR

Posteriormente procedemos a la activación del tema seleccionado, damos clic en activar el tema anteriormente subido al servidor. Este theme tiene la particularidad de contar con un menú para personalizar la apariencia del sitio web y poder adaptarla fácilmente a las necesidades del proyecto.

Gráfico 37: Personalizar template



Fuente: Captura de pantalla – Administrador Wordpress de MISAHUALLituristico.com

Mediante el siguiente menú se realizó la modificación de la siguiente información que viene por defecto definida en la plantilla seleccionada:

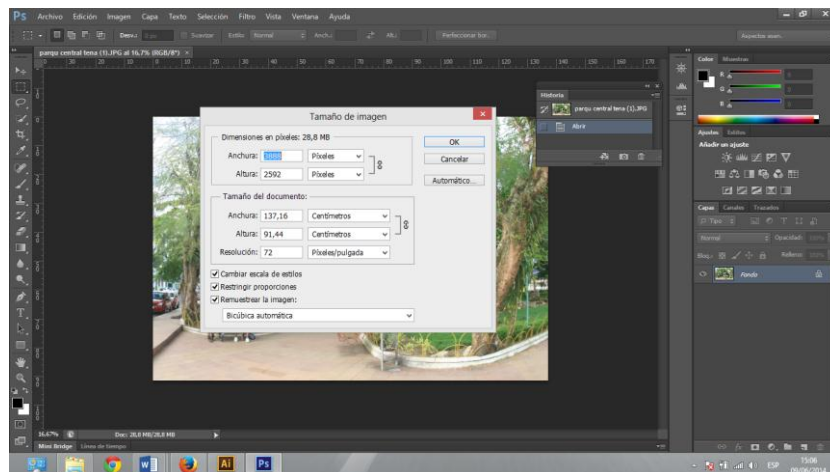
- Título de la página
- Logo
- Imágenes del slider del index
- Formulario de contacto
- Traducciones (idioma por defecto Inglés)

Posteriormente detallamos algunas de las actividades que tienen un tratamiento específico de la información.

Imágenes del slider del index

Para el cambio de las imágenes del slider se procedió a la variación de tamaños de las fotos de la localidad a ser publicadas en este apartado para este fin se utilizó el paquete grafico Adobe Photoshop Cs6.

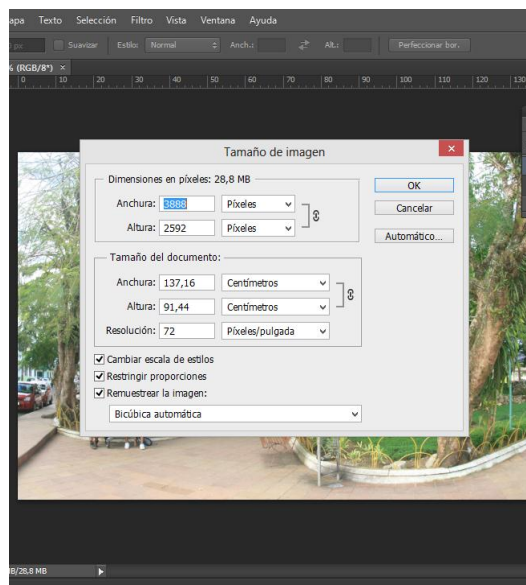
Gráfico 38: Pantalla Adobe Photoshop



Fuente: Captura de pantalla – computador Personal

Por medio de la opción “editar imágenes” y las subcategorías “cambiar tamaño” y “recortar” se ajustaron las imágenes a 1000px de ancho y 400px de alto.

Gráfico 39: Cambio de dimensiones de imágenes



Fuente: Captura de pantalla – computador Personal

Posteriormente, en la opción SLIDER, se tuvo que eliminar todas las imágenes cargadas por defecto en el template y se procedió a subir las imágenes deseadas, haciendo clic en el botón UPLOAD.

Gráfico 40: Publicar imágenes en el slider

Fuente: Captura de pantalla – Administrador Wordpress de MISAHUALLIturistico.com

Luego aparecerá una ventana flotante donde se han introducido se han introducido los datos que corresponden a cada imagen a ser publicada, por ejemplo, se coloca un título, se redacta una descripción, se indica a que página se vinculara la imagen. En el siguiente

paso, se selecciona el botón “Add slide” y se termina con el proceso individual de una imagen. Este proceso se debe repetir con todas las imágenes a ser publicadas en el slider.

Gráfico 41: Añadiendo Sliders



Fuente: Captura de pantalla – Administrador Wordpress de MISAHUALLiturstico.com

Traducciones

En la sección traducciones o “Translations” podemos identificar en el idioma solicitado los mensajes que se presente en el portal web actualmente se mostraran los mensaje en idioma ingles y posteriormente los podemos modificar a español o podemos modificarlo al idioma de preferencia nuestro.

Gráfico 42: Cambiando traducciones del template

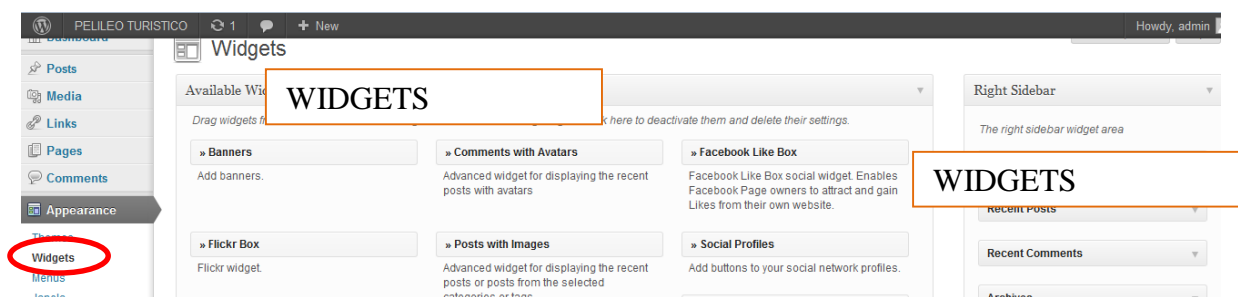


Fuente: Captura de pantalla – Administrador Wordpress de MISAHUALLiturstico.com

Uno de los aspectos importantes a tomar en cuenta en el idioma que deben ser definidos son los encabezados de los contenidos del panel derecho del portal web los mismos que actualmente están en inglés.

Para poder modificarlos al español, hacemos clic en la opción “Appearance->Widgets”, posterior a lo cual aparece una ventana con un listado de widgets disponibles (parte central) y los widgets instalados en sus respectivos sidebar (parte derecha).

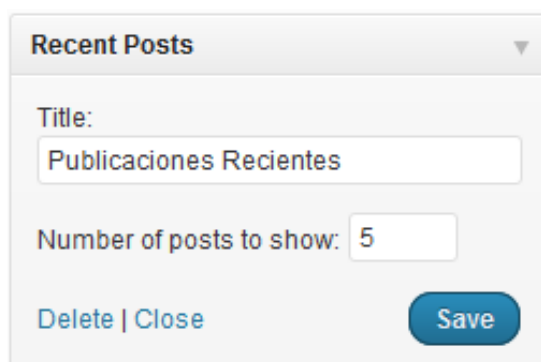
Gráfico 43: Configurando widgets



Fuente: Captura de pantalla – Administrador Wordpress de MISAHUALLituristico.com

Al hacer clic en la flecha que se muestra hacia abajo de cualquier widget instalado se desplegará un formulario en el cual se insertará únicamente el título a ser mostrado en la página (en reemplazo al texto en inglés).

Gráfico 44: Configurando Widgets



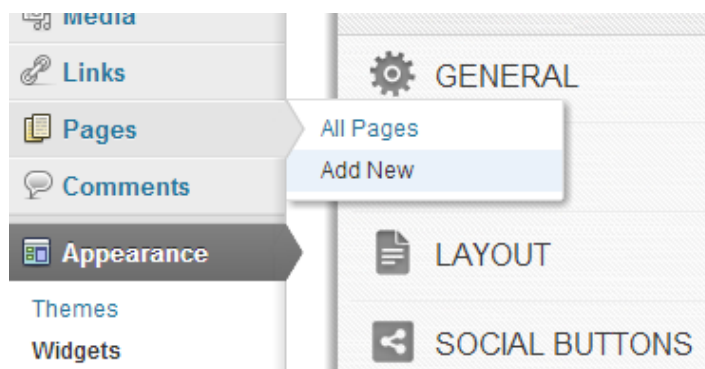
Fuente: Captura de pantalla – Administrador Wordpress de MISAHUALLituristico.com

CREAR PÁGINAS

- Quienes Somos
- Políticas de Privacidad
- Contáctenos
- Condiciones de Uso
- Galería (Categoría que incluye varias publicaciones con sus respectivas fotografías)

Para proceder a insertar las paginas mediante wordpress se dio clic la opción “Pages->Add New”

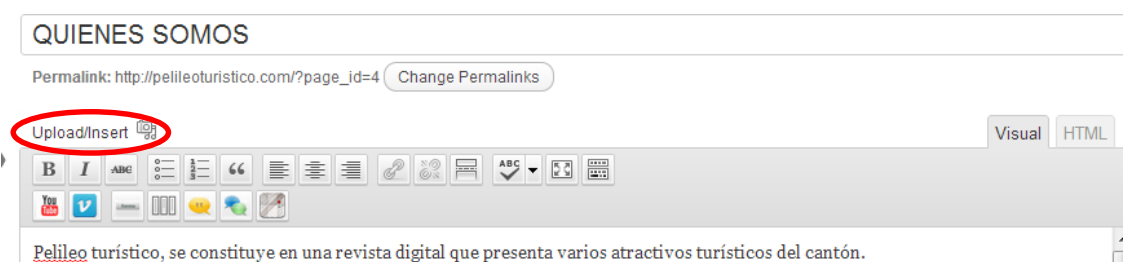
Gráfico 45: Añadiendo nueva pagina



Fuente: Captura de pantalla – Administrador Wordpress de MISAHUALLIturistico.com

En la pantalla que se mostrara posteriormente se visualizara un formulario en el cual se debe ingresar los siguientes datos por página: Título, Contenido, Imágenes (haciendo clic en la opción UPLOAD).

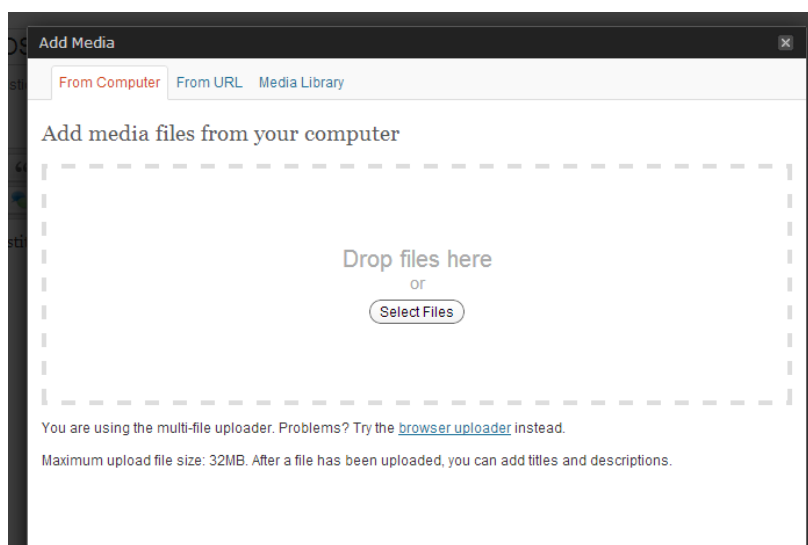
Gráfico 46: Opción “Upload/Insert”, para incrustar imagen



Fuente: Captura de pantalla – Administrador Wordpress de MISAHUALLIturistico.com

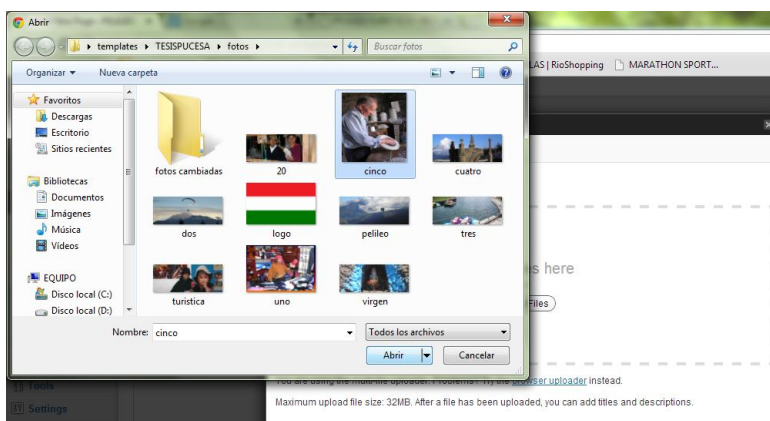
Cuando seleccionemos la opción UPLOAD, se presentó una pantalla flotante, en la cual se deberá seleccionar las fotografías que formen parte de esta página.

Gráfico 47: “Add Media“



Fuente: Captura de pantalla – Administrador Wordpress de puertomisahualli.com

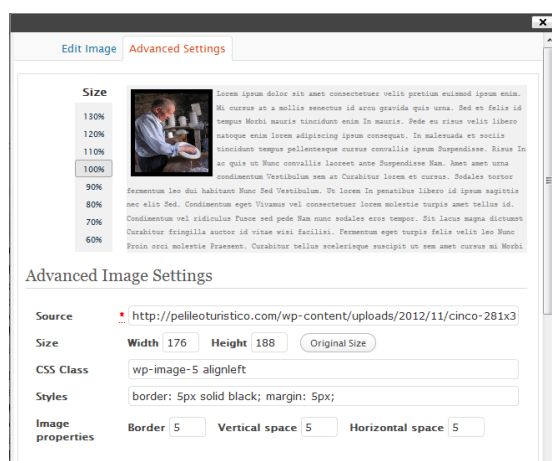
Gráfico 48: Escoger una imagen a añadir mediante “Add Media”



Fuente: Captura de pantalla – Administrador Wordpress de MISAHUALLituristico.com

Naturalmente se puede proceder a la modificación de la información de la imagen a través de esta pantalla, no obstante las únicas variaciones que se han realizado son para darle un aspecto más estético al portal. En este caso: alineación (izquierda o derecha, esto depende de como se desee que se alinea la imagen respecto al texto), Borde- Espaciado Horizontal y Vertical (5px en cada opción), y tamaño.

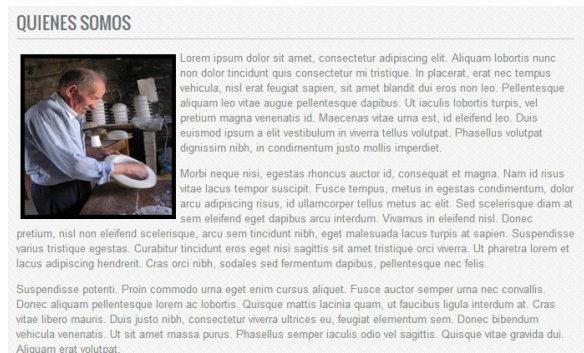
Gráfico 49: Configuraciones avanzadas



Fuente: Captura de pantalla – Administrador Wordpress de MISAHUALLituristico.com

A continuación se visualiza como quedaría la primera página del portal web, “Quienes Somos” se observa a continuación:

Gráfico 50: Vista de página creada

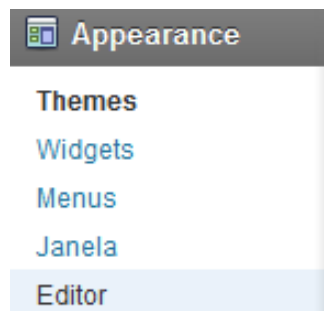


Fuente: Captura de pantalla – Administrador Wordpress de MISAHUALLiturstico.com

Un aspecto básico y notorio en cada una de las publicaciones es que el texto deberá estar debidamente justificado por lo que, luego de realizar una investigación en internet, se requerirá la modificación de la hoja de estilos CSS de la plantilla, y se añadirá a la etiqueta “body” la siguiente línea: **text-align:justify**, lo cual significa que el texto se alineará justificadamente en todo el sitio.

Para lograr este objetivo se procede a seleccionar la siguiente opción “Appearance-> Editor”, el cual abrirá una ventana con el código CSS.

Gráfico 51: Editando CSS



Fuente: Captura de pantalla – Administrador Wordpress de MISAHUALLiturstico.com

Procedemos a añadir el texto indicado anteriormente tal como se muestra en la figura y se procede a actualizar el archivo:

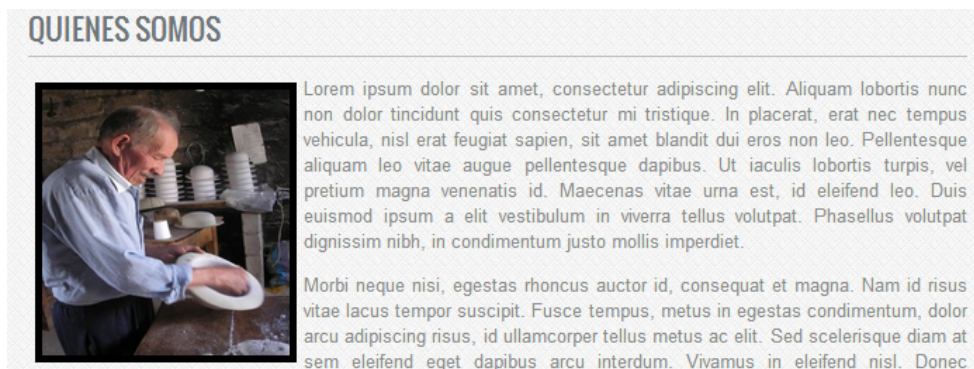
Gráfico 52: Configuración de CSS

```
body {  
    background:url(images/top.png) 50% top repeat-x;  
    color:#8c8c8c;  
    font-family: Arial;  
    text-align:justify;  
}  
a {  
    color:#98b01a;  
}  
a:hover {  
    color:#6c7d13;  
}  
h1, h2, h3, h4, h5, h6, a.post_ttl {  
    color:#6f767a;  
    text-decoration:none;
```

Fuente: Captura de pantalla – Administrador Wordpress de MISAHUALLiturstico.com

Posterior mente el aspecto visual de la página se visualiza así:

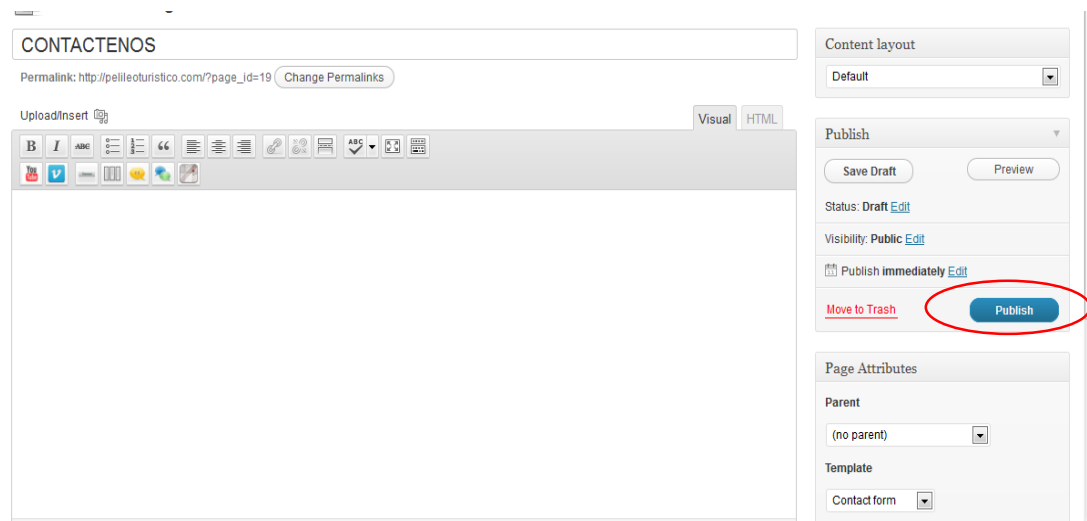
Gráfico 53: Visualización del cambio del estilo



Fuente: Captura de pantalla – Administrador Wordpress de MISAHUALLiturstico.com

Procedemos con la inserción del formulario de contacto para el portal web, y se deberá seguir el mismo procedimiento indicado anteriormente en la publicación de una página la información que se debe ingresar en el sitio es la que a continuación se detalla: Título (CONTACTENOS) y Template (CONTACT FORM), seleccionaremos la opción requerida en la página ya que esta plantilla ya tiene una codificación interna que permite su visualización.

Gráfico 54: Página de contacto



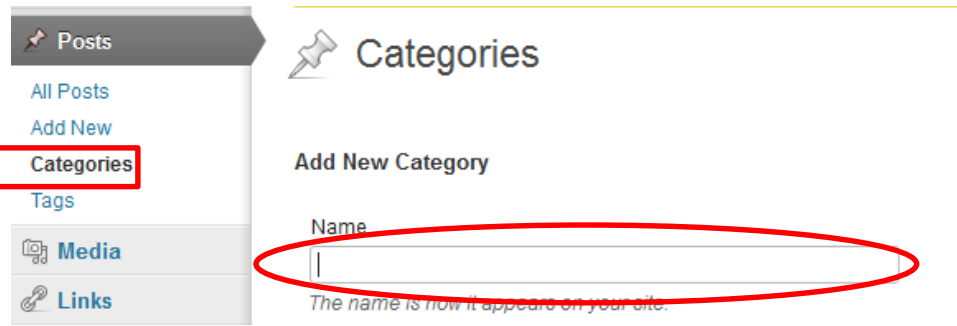
Fuente: Captura de pantalla – Administrador Wordpress de MISAHUALLIturistico.com

Siguiendo el mismo proceso se deberá crear el resto de páginas especificadas en el listado inicial. Para las publicaciones de galerías, revista y videos se aguarda por la instalación de plugins específicos para su funcionamiento.

En el caso que se desee agrupar varias publicaciones bajo una misma denominación las cuales se puedan usar a futuro con un vínculo para acceder a ellas se deberá hacer uso de las “Categorías”. Como ejemplo tenemos el caso de la categoría Galería, la cual albergara varias galerías de imágenes.

Procederemos a crear la categoría “Galería”, daremos clic en la opción “Posts->Categories” ingresamos el nombre de la categoría dentro del formulario. Se hace clic en “Add new category”. Automáticamente se presentara en el listado de las categorías del portal.

Gráfico 55: Creando una nueva categoría

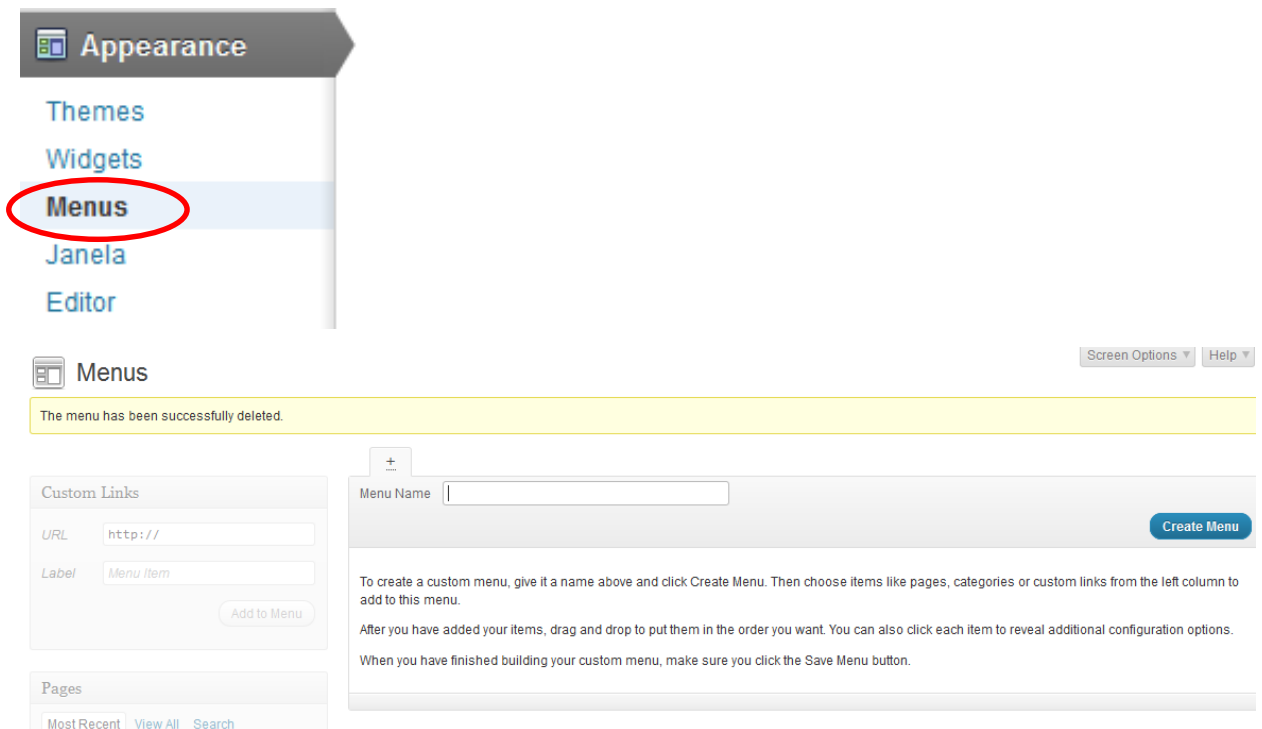


Fuente: Captura de pantalla – Administrador Wordpress de MISAHUALLIturistico.com

CREAR LOS MENÚS PRINCIPAL Y SECUNDARIO

Para la creación de los menús secundarios nos ubicamos en la opción “Appearance->Menus”.

Gráfico 56: Creación y Configuración de menús



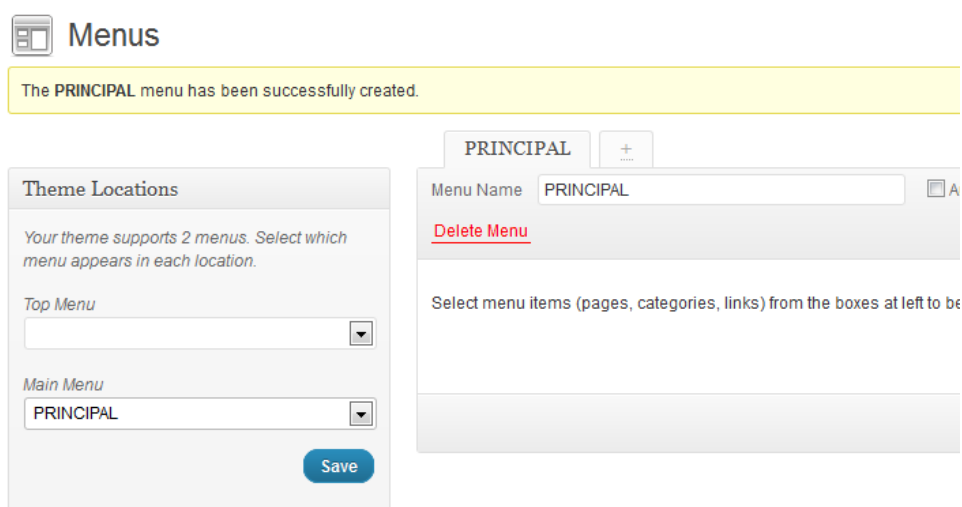
Fuente: Captura de pantalla – Administrador Wordpress de MISAHUALLIturistico.com

La plantilla que hemos descargado nos permite tener dos opciones de menú claramente identificados en el portal: “Main Menu” o menú principal y “Top Menu” o menú superior.

Para la creación de menús en el portal web se sigue un proceso relativamente sencillo. En primer lugar tenemos que definir el nombre para cada menú en el campo “Menu Name” y se hace clic en el botón “Create Menu”. Para el caso de nuestro portal se debe crear dos tipos de menús “PRINCIPAL” Y “SUPERIOR”, uno a la vez.

Posteriormente a la creación del menú número uno (principal), se lo elige del listbox de la sección “Theme Locations->Main Menu” y se hace clic en el botón “Save”, permitiendo así que los ítems que están ubicados dentro de este menú e visualicen como parte del menú principal del portal web.

Gráfico 57: Elaboración de menú “Principal”



Fuente: Captura de pantalla – Administrador Wordpress de MISAHUALLIturistico.com

Para asignar correctamente los menús a cada ítem se lo realiza mediante las secciones inferiores a “Themes Locations”, dentro de la que se listan por categorías todas las publicaciones/categorías/enlaces que sean posibles a crearse en el portal web, como “Pages” y “Categories”.

Dentro de la clasificación que se plantea como menús del portal web fueron establecidos según el siguiente listado:

Cuadro 26: Menús, sus elementos y tipos de recursos

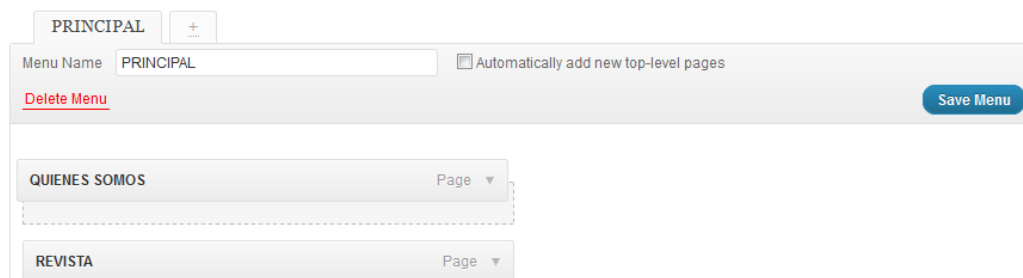
MENU PRINCIPAL	TIPO DE RECURSO
Quienes Somos	PAGINA
Aspectos Culturales	ENLACE #
Hombres Ilustres	CATEGORIA
Gastronomía	CATEGORIA
Grupos Artísticos	CATEGORIA
Costumbres	CATEGORIA
Historia	CATEGORIA
Revista	PAGINA
Multimedia	ENLACE #
Fotos	CATEGORIA
Videos	PAGINA
Contáctanos	PAGINA
Políticas de Privacidad	PAGINA
Condiciones de Uso	PAGINA
Mapa del Sitio	PAGINA

Fuente: Elementos del menú principal - MISAHUALLIturistico.com

Debemos seleccionar las páginas que formaran parte del primer menú seleccionando el botón “Add to Menu”. Posteriormente se podrán ver los ítems dentro del panel del menú seleccionado los cuales podrán ser reorganizados solo con seleccionarlos y arrastrarlos a la ubicación. Si deseáramos asignarlos como parte de un submenú se los arrastra hacia la

derecha y se los suelta. Para proceder a guardar los cambios efectuados en el se selecciona el botón “Save Menú”.

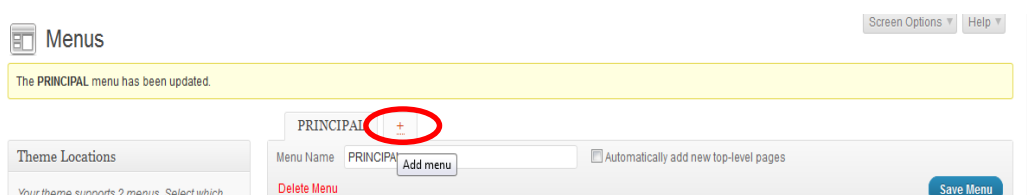
Gráfico 58: Configurando de menú “Principal”



Fuente: Captura de pantalla – Administrador Wordpress de MISAHUALLiturstico.com

En la creación del segundo menú se selecciona la opción “Add menu +” y se procede de la misma manera que el anterior.

Gráfico 59: Incluir nuevo menú



Fuente: Captura de pantalla – Administrador Wordpress de MISAHUALLiturstico.com

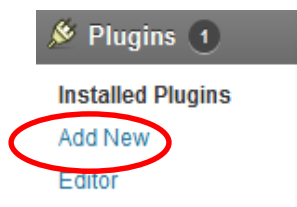
INSTALAR Y CONFIGURAR PLUGINS DEL FORMULARIO DE CONTACTO, REDES SOCIALES Y MULTIMEDIA

Formulario de Contacto

Continuando con la configuración del portal web procedemos a instalar un plugin que nos servirá para el desarrollo del formulario de contacto, favorablemente este tipo de plantilla ya viene incluido dentro de sí un formulario de contacto base (Opción SportPress->Contact Form).

Para proceder a instalarlo se utilizó la opción “Plugins->Add New”.

Gráfico 60: Añadiendo un plugin

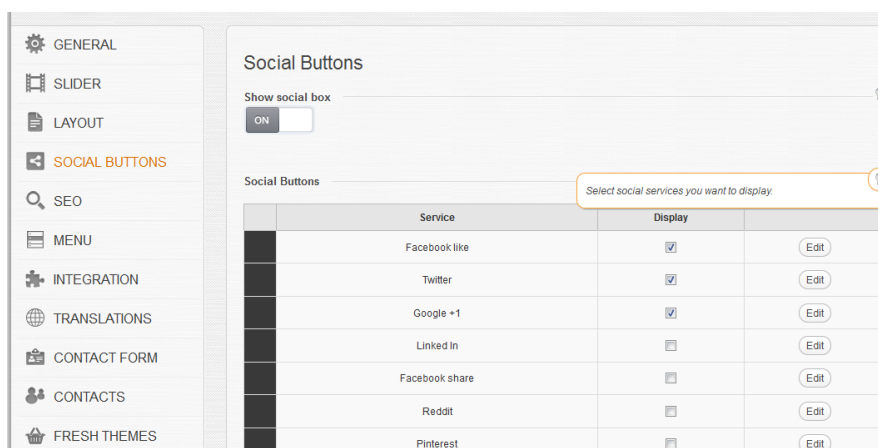


Fuente: Captura de pantalla – Administrador Wordpress de MISAHUALLIturistico.com

Redes Sociales

Dentro del desarrollo del portal web tenemos contemplado la creación de páginas en redes sociales de igual manera la plantilla utilizada ya viene cargada con un plugin base para lo que se refiere a los vínculos con las distintas plataformas sociales, este plugin permite compartir información con plataformas como Facebook, Twitter etc.

Gráfico 61: Configurando de botones sociales en el template



Fuente: Captura de pantalla – Administrador Wordpress de MISAHUALLIturistico.com

Al incluir dentro del portal web el botón de “Facebook Share” de manera instantánea se lo puede visualizar directamente en el sitio web:

Gráfico 62: Redes Sociales



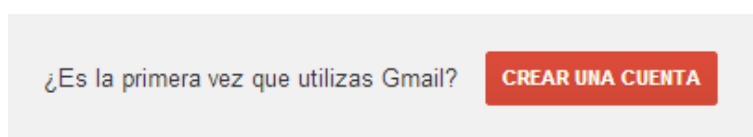
Fuente: Captura de pantalla – Administrador Wordpress de MISAHUALLIturistico.com

Multimedia

REPRODUCCION DE VIDEOS: Para lograr una efectiva reproducción procedemos a crear una galería de videos para este efecto nos ayudares con el servidor de alojamiento de videos YouTube, para lo cual Wordpress nos permite instalar un plugin que extraiga los videos desde Youtube y se los pueda visualizar directamente en el portal web: TubePress.

Procedemos a crear una cuenta en la página web google, es decir, es decir procedemos a crear un correo electrónico en gmail por medio de la siguiente URL <http://www.gmail.com>.

Gráfico 63: Opción “Crear una cuenta” en Gmail / Google



Fuente: Captura de pantalla – www.gmail.com

Debemos ingresar la información solicitada en el formulario de registro de la plataforma, teniendo como nombre de usuario misahuallituristico.

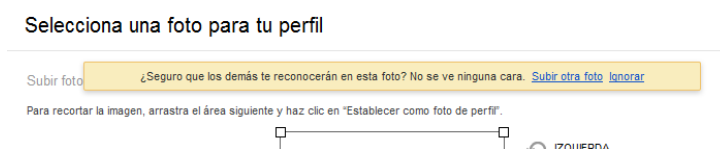
Gráfico 64: Formulario de registro, cuenta google



Fuente: Captura de pantalla – www.gmail.com

De manera opcional la plataforma nos solicita subir una imagen para el perfil de usuario de manera lógica publicaremos la imagen del logotipo diseñado.

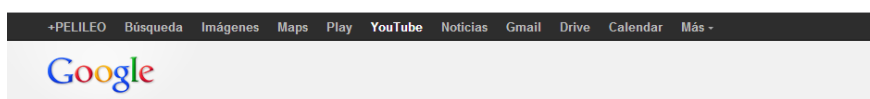
Gráfico 65: Subir una foto de perfil a la cuenta



Fuente: Captura de pantalla – www.gmail.com

Al crear la cuenta de manera correcta encontraremos un menú en la parte superior de la página que nos brinda varias opciones de navegación. Dentro de las opciones antes mencionadas encontraremos la opción que nos permitirá subir los videos a la plataforma de publicación “Youtube”.

Gráfico 66: Pantalla post-configuración de la cuenta

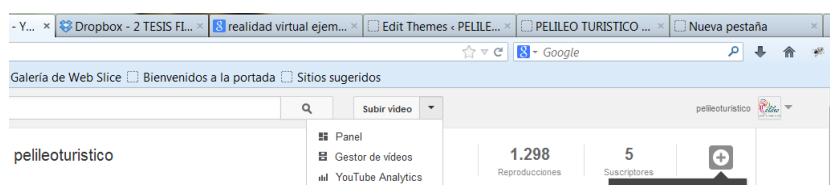


¡Te damos la bienvenida, PELILEO!
Ahora puedes buscar, crear y compartir en muchos productos de Google. Accede a tu nueva cuenta en la esquina superior derecha (haz

Fuente: Captura de pantalla – www.gmail.com

Posteriormente encontramos la opción de “Subir video”, se encontrara también una sub categoría con el nombre “Gestor de videos”, opción que nos permite la selección de videos alojados en nuestro computador para poder ser subidos a la plataforma.

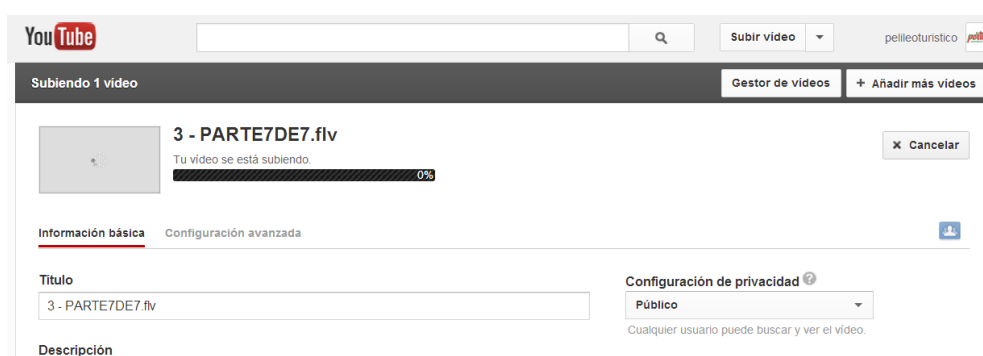
Gráfico 67: Opciones de gestión cuenta / videos



Fuente: Captura de pantalla – www.youtube.com

Al momento de escoger la opción gestor de videos la plataforma nos indica que debemos seleccionar los videos que se desean cargar a la cuenta de Youtube, tomando en cuenta que el tiempo máximo de duración de un video no debe sobrepasar los 15 min para que estos sean incrustados en Youtube de manera eficaz.

Gráfico 68: Subiendo videos a la cuenta

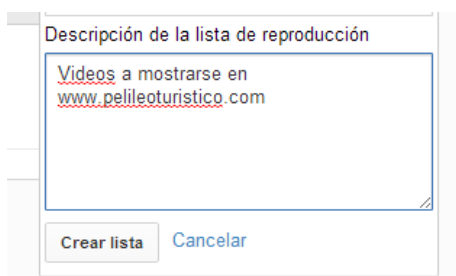


Fuente: Captura de pantalla – www.youtube.com

Para que los videos seleccionados sean visualizados en el portal web misahualturístico.com procedemos a crear una lista de reproducción que en primer lugar incluya a los videos más “relevantes” a ser mostrados en la página. A esta lista de videos

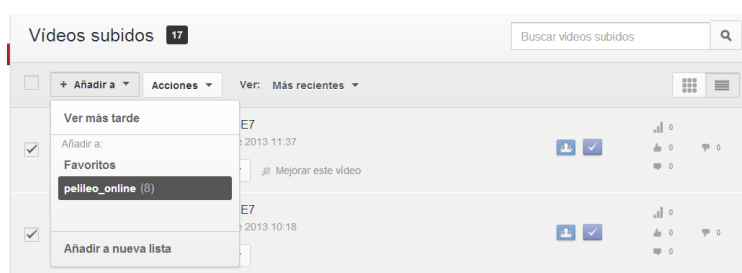
lo etiquetamos con el nombre misahualli_online y procedemos con la selección de los videos a incluir.

Gráfico 69: Creando lista de reproducción en cuenta youtube



Fuente: Captura de pantalla – www.youtube.com

Gráfico 70: Cargando videos a la cuenta

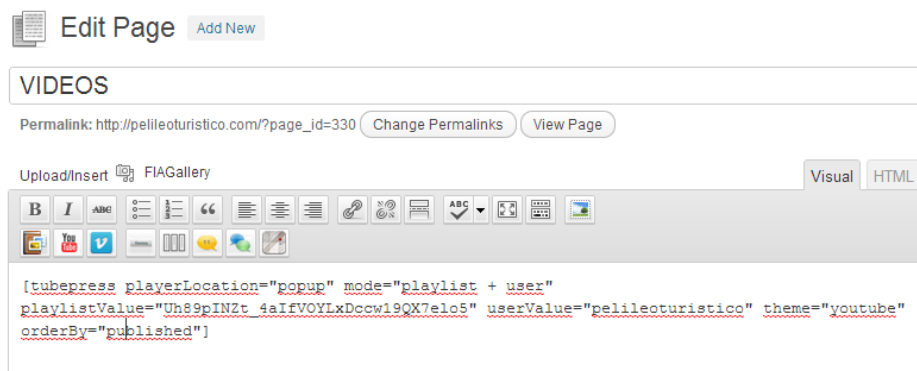


Fuente: Captura de pantalla – Administrador Wordpress de MISAHUALLIturistico.com

Para que los videos subido a la cuenta de Youtube se reproduzcan en el portal web procedemos a instalar en WordPress el plugin Tubepress siguiendo el mismo esquema que lo realizamos con los plugins anteriores, procedemos a activar el plugin que posteriormente será vinculado directamente con la cuenta de Youtube . Para proceder a vincular el contenido este plugin con la galería de videos añadiremos en la pagina shortcode al contenido y se actualiza:

```
[tubepress playerLocation="popup" mode="playlist + user" playlistValue="Uh89pINZt_4aIfVOYLxDccw19QX7elo5" userValue="misahuallituristico" theme="youtube" orderBy="published"]
```

Gráfico 71: Vinculación de la página de videos con la cuenta de youtube y el plugin TubePress

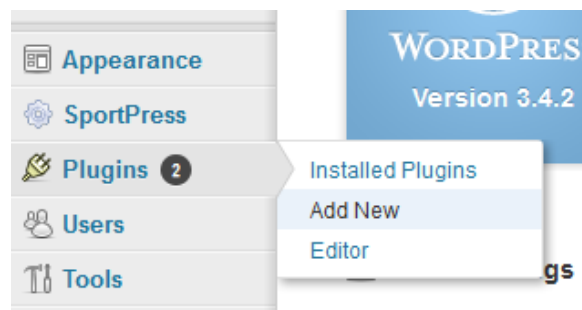


Fuente: Captura de pantalla – Administrador Wordpress de MISAHUALLIturistico.com

GALERIA DE FOTOS: Para crear una atractiva galería de videos se buscó entre muchos plugins la mejor opción, se optó por el plugin “GRAN FIAGallery” por sugerencia de varios webmanter encontrados en varios portales web.

Damos clic en “Plugins->Add New” y localizamos el plugin por su nombre.

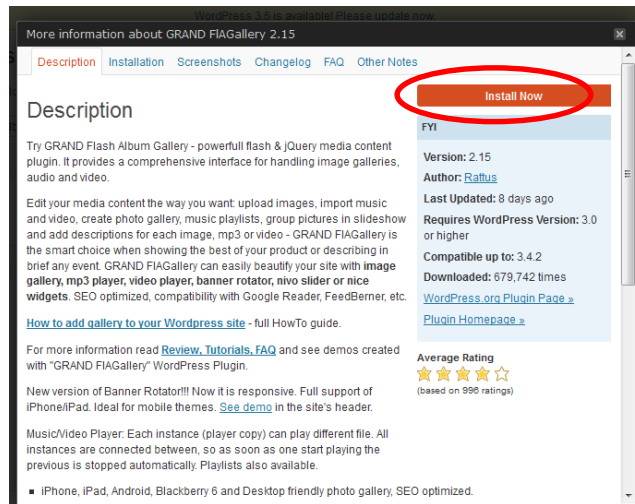
Gráfico 72: Opción para añadir plugin (Galería Multimedia)



Fuente: Captura de pantalla – Administrador Wordpress de MISAHUALLIturistico.com

Como no observa ninguna alerta de incompatibilidad entre el plugin y el CMS se procede con la instalación del mismo.

Gráfico 73: Ventana de instalación de plugin



Fuente: Captura de pantalla – Administrador Wordpress de MISAHUALLiturstico.com

Procedemos a activar el plugin, el cual se visualizara en el listado de plugins del portal web.

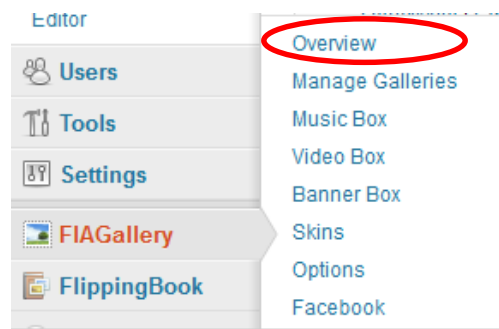
Gráfico 74: Activación de plugin



Fuente: Captura de pantalla – Administrador Wordpress de MISAHUALLiturstico.com

Ahora el plugin aparecerá como una nueva opción en el panel general de la parte izquierda de la página, con el nombre “FIAGallery”. A través de este plugin se gestionara la administración de la galería de imágenes. Debemos seleccionar la opción “Manage Galleries”.

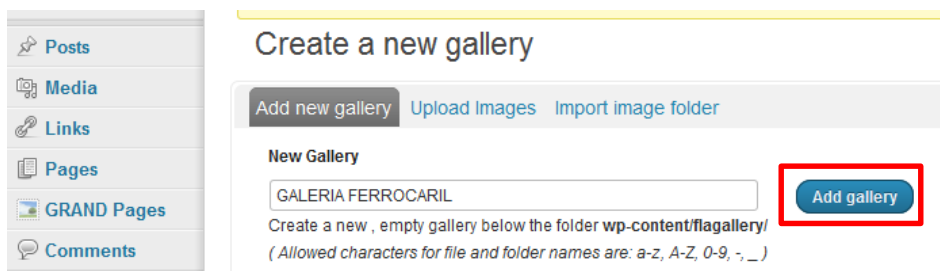
Gráfico 75: Opción de Administración de Galerías



Fuente: Captura de pantalla – Administrador Wordpress de MISAHUALLIturistico.com

De forma instantánea se nos muestra una pantalla para la creación de la galería escogemos un nombre y posteriormente damos clic a la opción “Add gallery”.

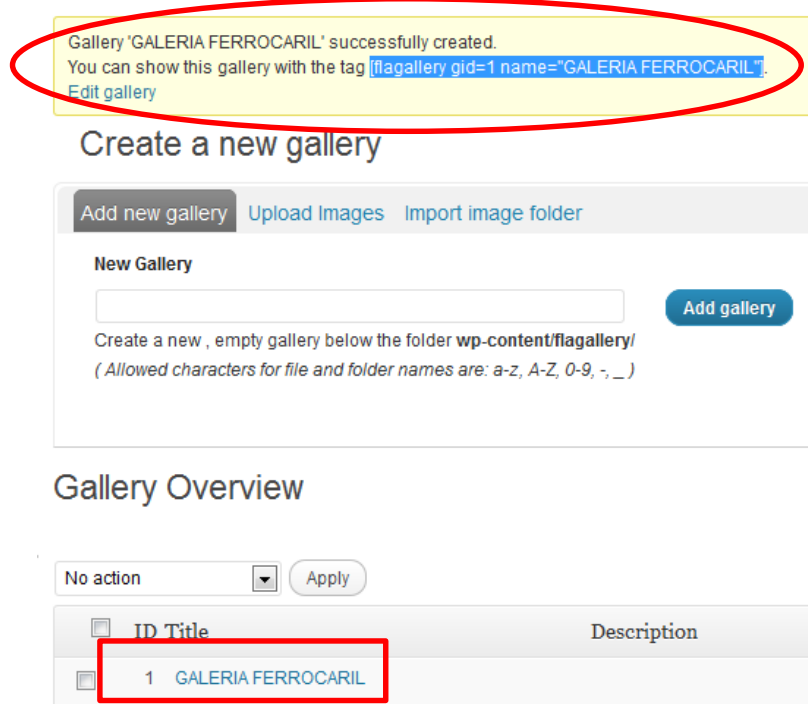
Gráfico 76: Formulario de creación de una nueva galería



Fuente: Captura de pantalla – Administrador Wordpress de MISAHUALLIturistico.com

Se nos mostrara una ventana con un mensaje de proceso realizado con éxito y se visualizara la nueva galería en el panel inferior de “Gallery Overview”.

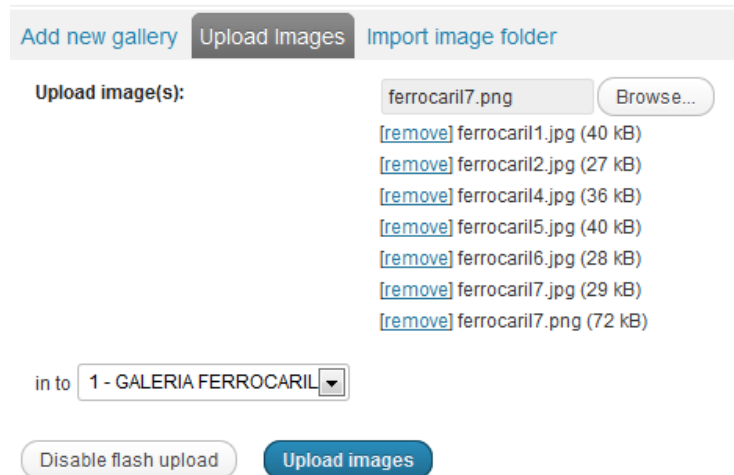
Gráfico 77: Opciones de configuración de nueva galería



Fuente: Captura de pantalla – Administrador Wordpress de MISAHUALLIturistico.com

Para insertar imágenes en la galería creada damos clic en el nombre de la galería y automáticamente se nos presentara una pantalla donde debemos seleccionar las imanes que van a formar parte de esta galería, seguidamente damos clic en el botón “Browse” para ubicar las imágenes deseada. Luego hacemos clic “Upload images” para que las imágenes suban al CMS.

Gráfico 78: Formulario de subida simultánea de varias imágenes a la galería

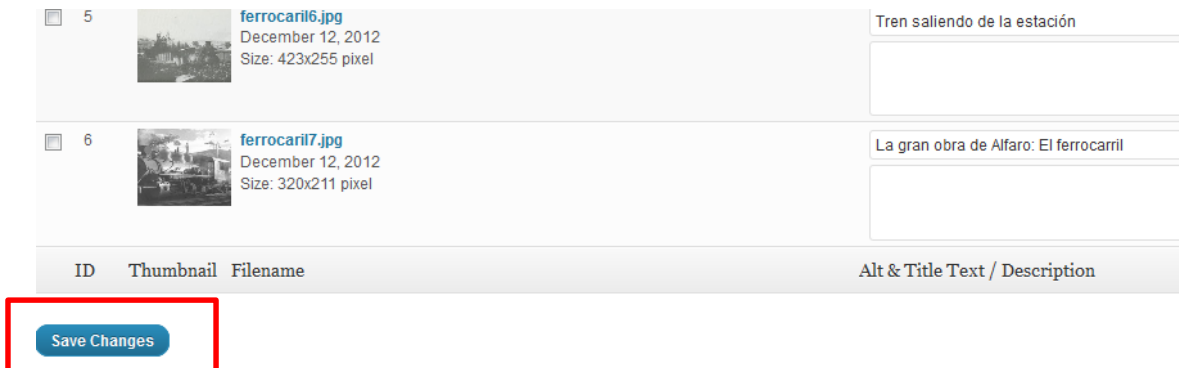


The screenshot shows the WordPress media upload interface. At the top, there are three tabs: "Add new gallery", "Upload Images" (which is active), and "Import image folder". Below the tabs, there is a section for "Upload image(s):" with a text input field containing "ferrocaril7.png" and a "Browse..." button. Below this, a list of uploaded images is shown, each with a "[remove]" link and the filename and size: "ferrocaril1.jpg (40 kB)", "ferrocaril2.jpg (27 kB)", "ferrocaril4.jpg (36 kB)", "ferrocaril5.jpg (40 kB)", "ferrocaril6.jpg (28 kB)", "ferrocaril7.jpg (29 kB)", and "ferrocaril7.png (72 kB)". Below the list, there is a dropdown menu labeled "in to" with the selected option "1 - GALERIA FERROCARIL". At the bottom, there are two buttons: "Disable flash upload" and "Upload images".



Fuente: Captura de pantalla – Administrador Wordpress de MISAHUALLIturistico.com

A cada una de las imágenes se las etiqueta con un título/descripción y se procede a guardar los cambios.

Gráfico 79: Opciones de configuración de imágenes



The screenshot shows the WordPress media gallery configuration interface. It displays two image entries in a table. The first entry has ID 5, filename "ferrocaril6.jpg", date "December 12, 2012", size "423x255 pixel", and alt text "Tren saliendo de la estación". The second entry has ID 6, filename "ferrocaril7.jpg", date "December 12, 2012", size "320x211 pixel", and alt text "La gran obra de Alfaro: El ferrocarril". Below the table, there is a "Save Changes" button highlighted with a red box.

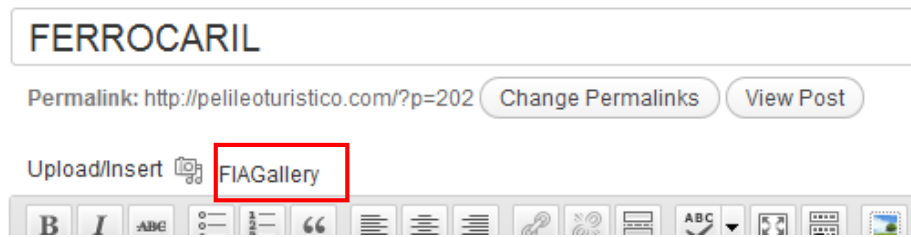
ID	Thumbnail	Filename	Alt & Title Text / Description
5		ferrocaril6.jpg December 12, 2012 Size: 423x255 pixel	Tren saliendo de la estación
6		ferrocaril7.jpg December 12, 2012 Size: 320x211 pixel	La gran obra de Alfaro: El ferrocarril

Fuente: Captura de pantalla – Administrador Wordpress de MISAHUALLIturistico.com

Para que las galerías subidas al CMS sean visibles al usuario es necesario la creación de posts o publicaciones dentro de la categoría “Galería”; una publicación por cada galería.

Como primer paso: el título. Para que la galería se al presente post se debe seleccionar la opción “FIAGallery” del menú superior.

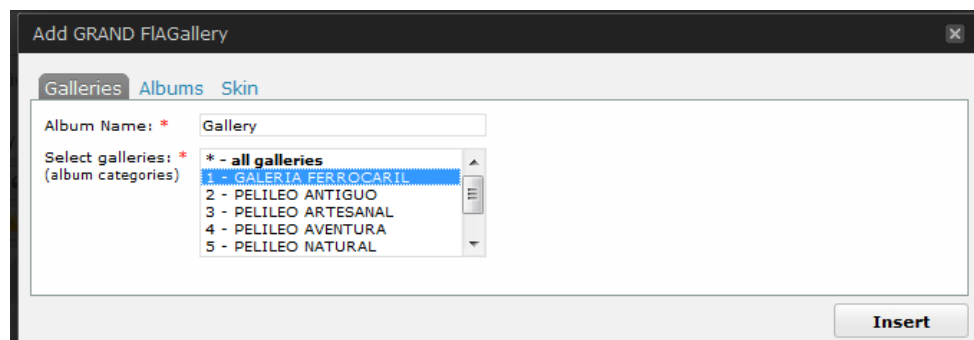
Gráfico 80: Opción para vincular una galería a un post



Fuente: Captura de pantalla – Administrador Wordpress de MISAHUALLIturistico.com

Se procede con la selección de la galería del listbox y se da clic en Insert.

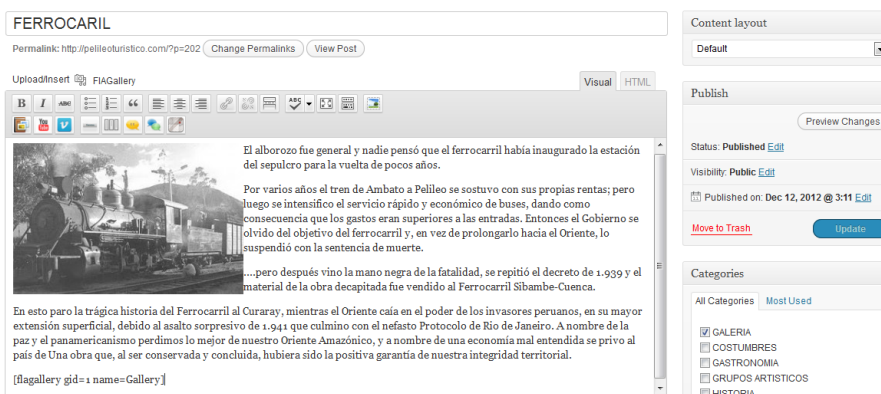
Gráfico 81: Selección de galería GRAND FIAGallery



Fuente: Captura de pantalla – Administrador Wordpress de MISAHUALLIturistico.com

El texto que se ha insertado se lo visualizará de la siguiente forma: **[flagallery gid=1 name=Gallery]**. Se inserta antes imagen y descripción de la galería. Damos clic en la categoría “GALERIA” y se hace clic en el botón Publicar.

Gráfico 82: Shortcode para inserción de galería GRAND FIAGallery

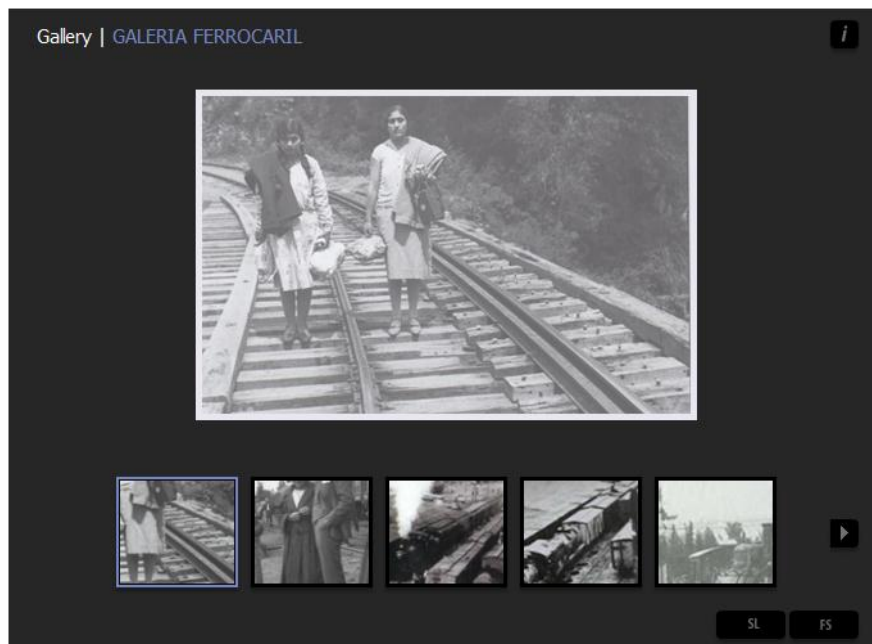


Fuente: Captura de pantalla – Administrador Wordpress de MISAHUALLiturstico.com

El pocreso deberea ser el mismo con todas las galerias a ser publicadas en el sitio web.

Las galerias se visualizaran de la siguiente forma:

Gráfico 83: Visualización de galería GRAND FIAGallery



Fuente: Captura de pantalla – Administrador Wordpress de MISAHUALLiturstico.com

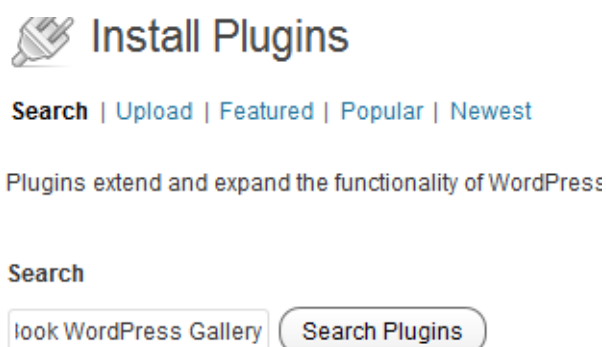
CREAR PÁGINA DE LA REVISTA

Para la creación de un Flipp Book de los atractivos turísticos de Misahualli es necesario crear una página estándar. El proceso es el mismo de la creación de una página (visto anteriormente), el contenido de la página deberá quedar vacío con el fin de que aquí funciones el plugin que alojara al FlipBook.

3.6. Instalación del plugin de revista digital

Dentro del panel de instalación de plugins se localizara el que hace referencia a una revista digital el cual será alojado por la siguiente denominación “FlippingBook WordPress Gallery”.

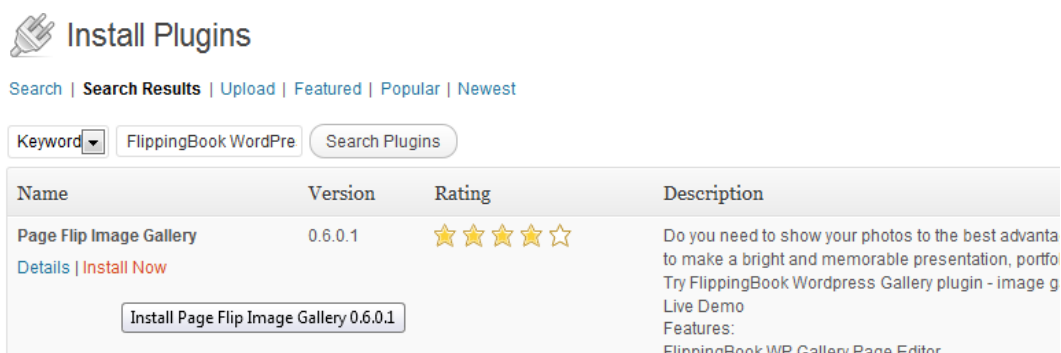
Gráfico 84: Buscador de plugins



Fuente: Captura de pantalla – Administrador Wordpress de MISAHUALLIturistico.com

De forma instantanea parecera el plugin con un enlace que permitira su instalación.

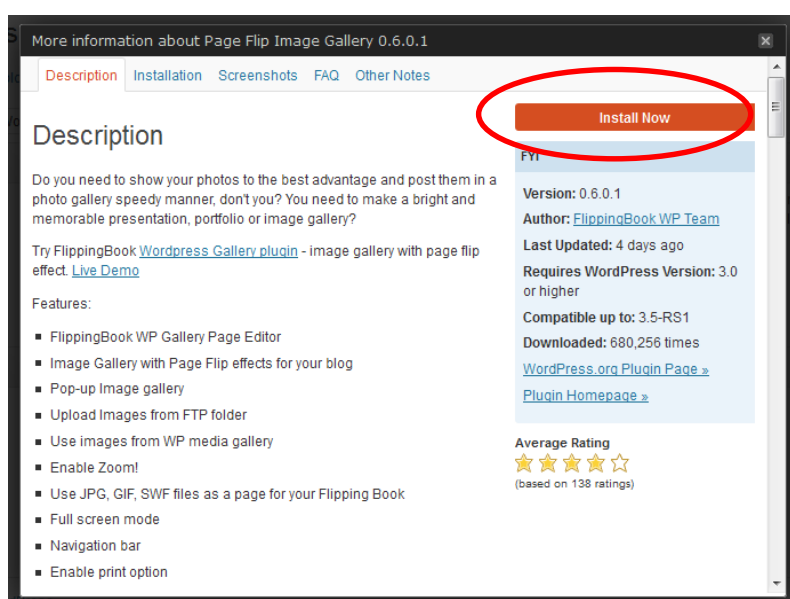
Gráfico 85: Opciones del listado de plugins



Fuente: Captura de pantalla – Administrador Wordpress de MISAHUALLituristicom

Es muy necesario antes de proceder con la instalación del plugin verificar la compatibilidad del mismo con el CMS con el fin de que su funcionamiento sea el correcto.

Gráfico 86: Ventana para instalar plugin



Fuente: Captura de pantalla – Administrador Wordpress de MISAHUALLituristicom

Si no existe ningún inconveniente entre la versión del plugin y la del CMS se da clic “Install Now” y el plugin se lo activa por medio de “Activate Plugin”.

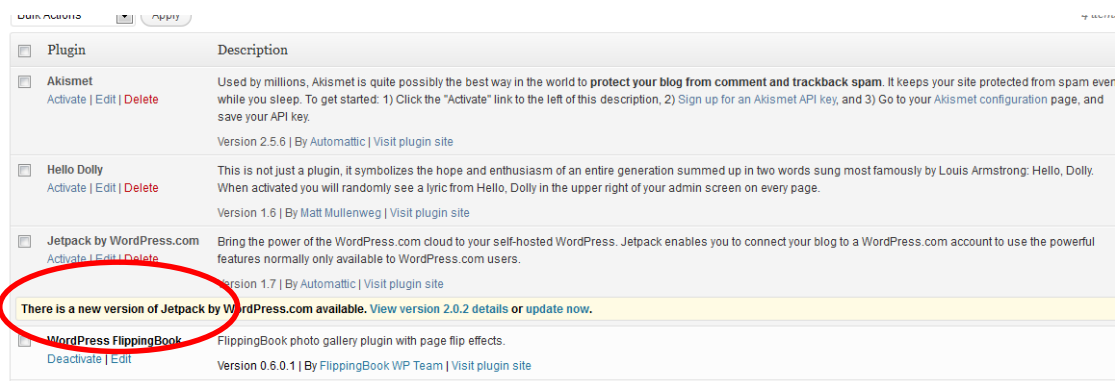
Gráfico 87: Ventana para activar plugin



Fuente: Captura de pantalla – Administrador Wordpress de MISAHUALLIturistico.com

Posteriormente se visualiza el plugin en el listado en la lista. Los plugins activos se le mostrara en un tomas más claro que aquellos que no lo están.

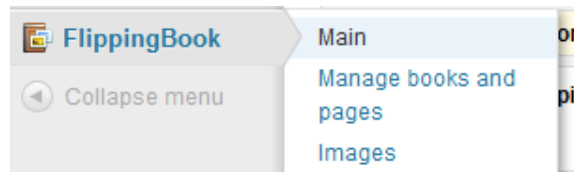
Gráfico 88: Visualización de plugin activado



Fuente: Captura de pantalla – Administrador Wordpress de MISAHUALLIturistico.com

La correcta instalacion del pugin hace que se vosualice un nuevo item en el panel principal de WordPress denominado “FlippingBook”, Por medio de este se lograra la eficiaz getion de la creacion de la revista tipo FlippBook de los atractivos turisticos de canton Misahualli y la posterior subida de imágenes al servidor.

Gráfico 89: Opciones del menú FlippingBook

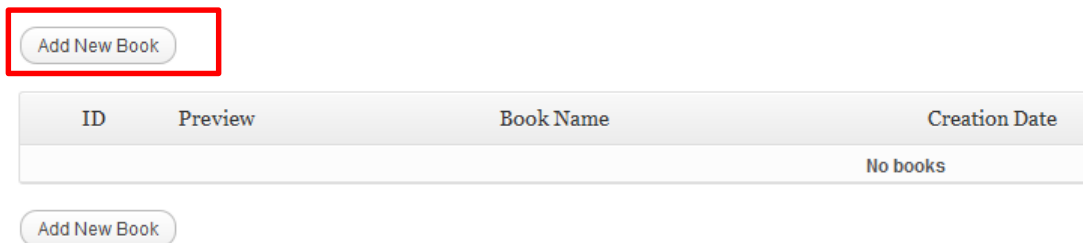


Fuente: Captura de pantalla – Administrador Wordpress de MISAHUALLIturistico.com

Procedemos con la selección de la opción “Manage books and pages” por medio de la cual se crea la revista y las páginas que formarán parte de la misma. Se da clic en el botón “Add New Book”.

Gráfico 90: Opciones para añadir un nuevo libro

Manage books and pages



Fuente: Captura de pantalla – Administrador Wordpress de MISAHUALLIturistico.com

Procedemos a ubicar un nombre en la casilla “Book name”; para el caso se escribe “REVISTA”. Se modificó el ancho de la revista a 600 píxeles para su mejor visualización.

Gráfico 91: Propiedades de un libro FlippingBook

Book properties

Book name
The name is how the book appears on admin panel.

Stage Width
Defines the width of the book background area in pixels or percents (%).


Stage Height
Defines the height of the book background area in pixels.

Width
Defines the book width in pixels.

Fuente: Captura de pantalla – Administrador Wordpress de MISAHUALLIturistico.com

Para darle un aspecto más estilizado a nuestra revista procedemos con el cambio de imagen de fondo de tapiz seleccionaremos una imagen de la galeria “Misahualli Aventura” en el campo “Background Image”.

Gráfico 92: Cambios en las opciones de configuración

Background Image 

default
This parameter is the t

Upload Background Image

You can upload your ov

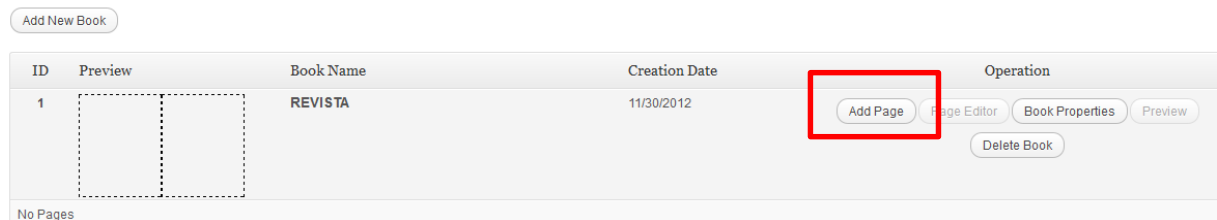
Fuente: Captura de pantalla – Administrador Wordpress de MISAHUALLIturistico.com

Procedemos a dar clic “Add Book”.

De forma automática el plugin instalado nos redirecciona a la opción de “Manage Books and Pages”, donde se encuentra ya alojada la revista. Añadiremos las correspondientes páginas de la revista por medio de la opción “Add Page”.

Gráfico 93: Opción para añadir una nueva página en la revista

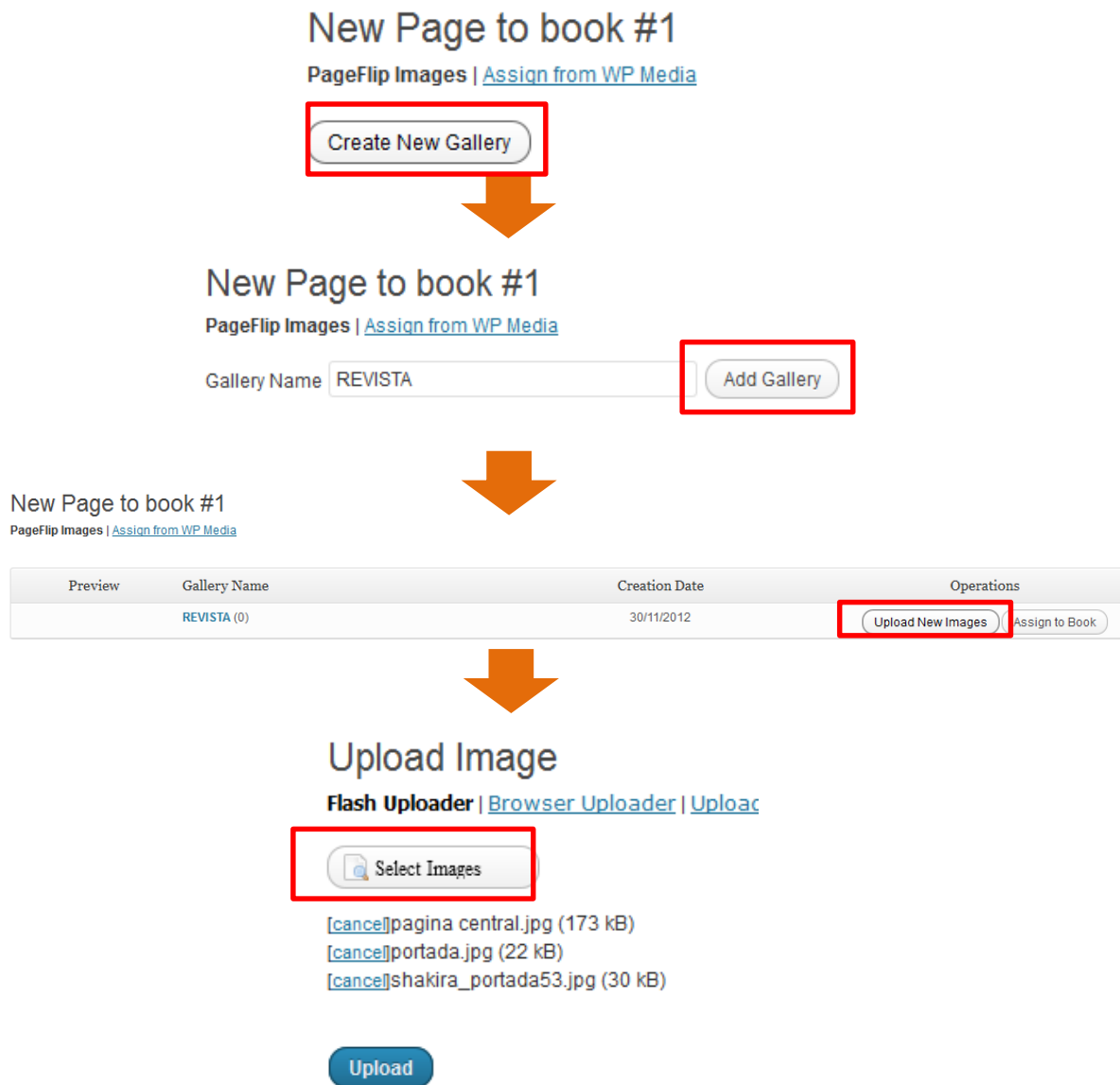
Manage books and pages



Fuente: Captura de pantalla – Administrador Wordpress de MISAHUALLiturstico.com

Posteriormente crearemos una nueva galería fotográfica por medio de la opción “Create New Gallery”, esta galería también deberá llevar el nombre “REVISTA”. A esta galería le insertaremos todas y cada una de las imágenes que formarán parte de nuestra revista, por medio de la opción “Upload New Images”.

Gráfico 94: Proceso para crear una nueva galería

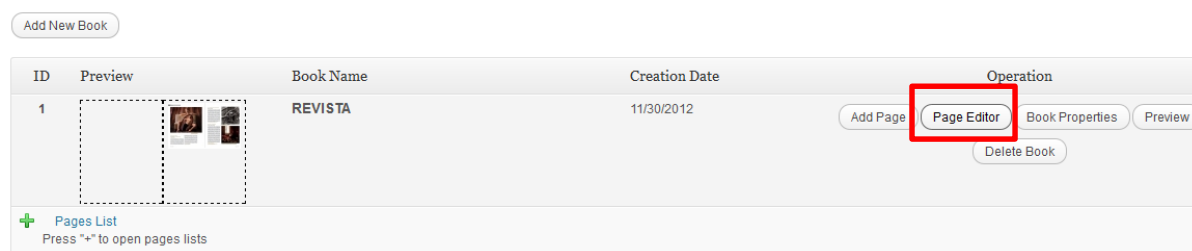


Fuente: Captura de pantalla – Administrador Wordpress de MISAHUALLIturistico.com

Veamos a continuación como se visualiza la revista:

Gráfico 95: Menú de gestión de revistas - editor de páginas “Page Editor”

Manage books and pages

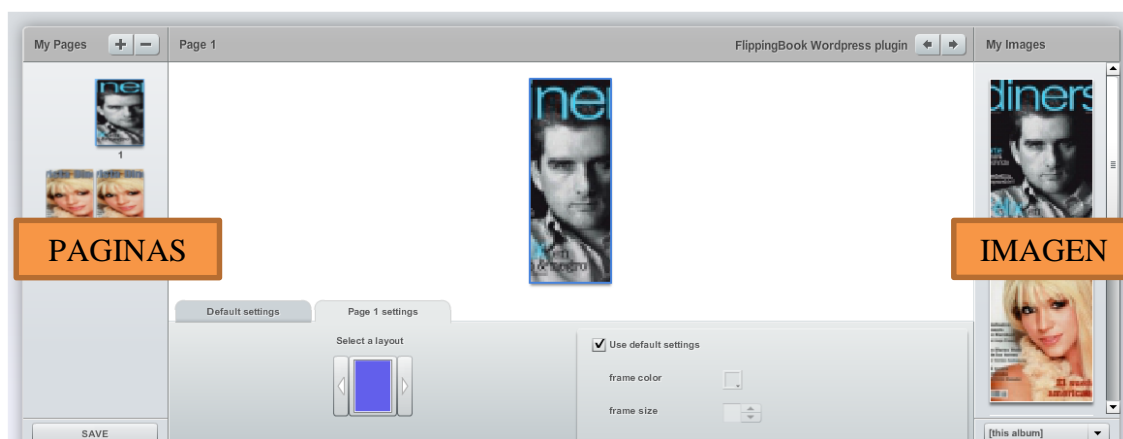


Fuente: Captura de pantalla – Administrador Wordpress de MISAHUALLituristico.com

Para una correcta administración de nuestra revista y la correcta ubicación tanto de portada como contraportada y paginas internas debemos irnos a la opción “Page Editor”.

La opción “Page editor” nos brinda la capacidad de crear, eliminar mis páginas de la misma forma me permite el tratamiento de imágenes para asignarla en un página determinada.

Gráfico 96: Ventana de manipulación de imágenes cargadas



Fuente: Captura de pantalla – Administrador Wordpress de MISAHUALLituristico.com

Vamos hacer visible nuestra revista nos vamos a la página previamente construida “REVISTA” y procedemos a editar su contenido:

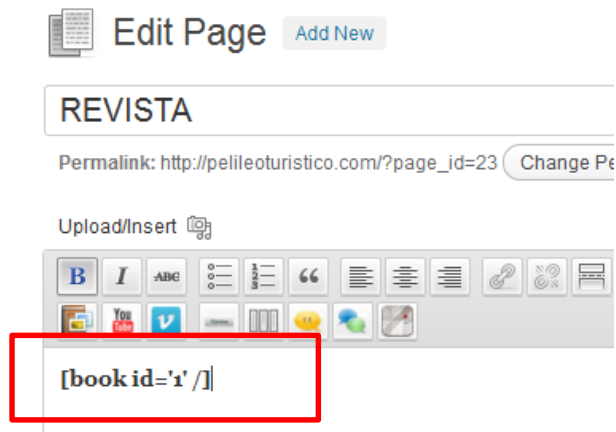
Gráfico 97: Página “Revista” dentro del listado general de páginas



Fuente: Captura de pantalla – Administrador Wordpress de MISAHUALLIturistico.com

De manera muy sencilla añadiremos un shortcode `[book id="1"/]` al contenido de la página y la actualizamos.

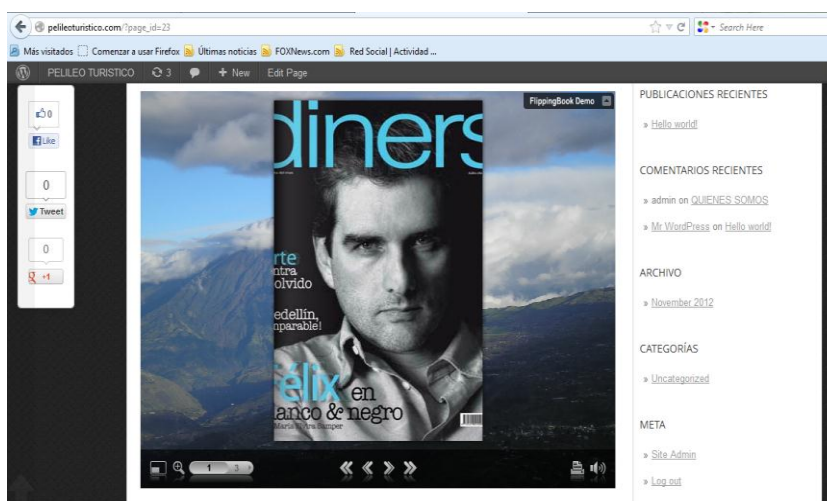
Gráfico 98: Shortcode para vincular una publicación con una revista



Fuente: Captura de pantalla – Administrador Wordpress de MISAHUALLIturistico.com

El FlippBook o revista se la podrá ver como sigue:

Gráfico 99: Visualización de la revista

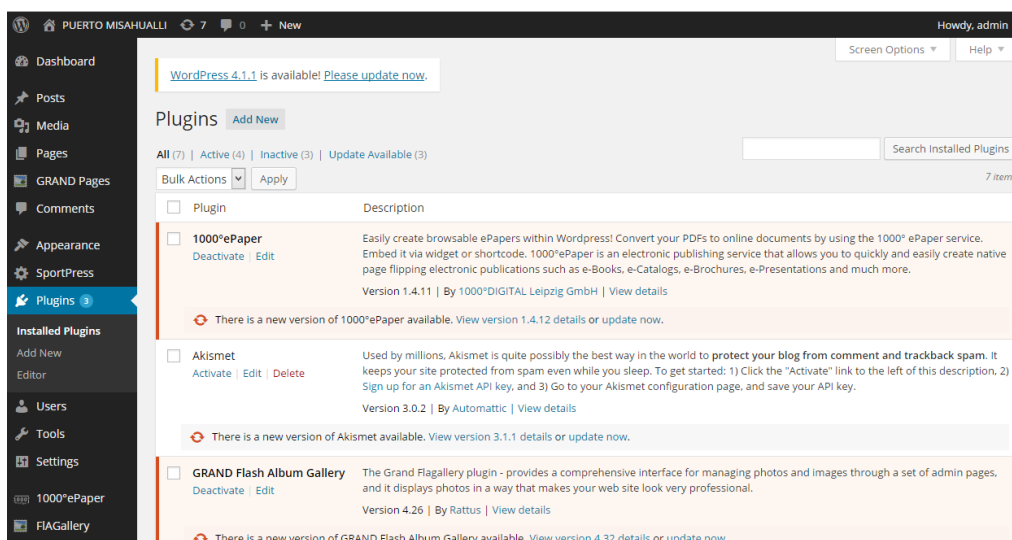


Fuente: Captura de pantalla – Administrador Wordpress de MISAHUALLIturistico.com

INSTALACIÓN DE UN CONTADOR DE VISITAS

Dentro del panel de instalación de plugins en el menú principal de la portada hacemos clic en el botón plugin.

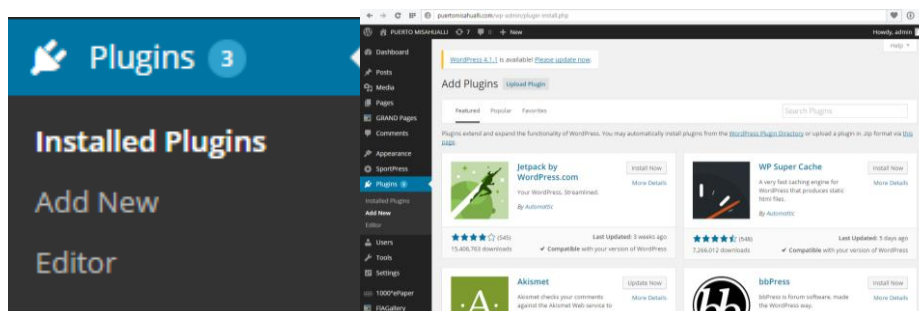
Gráfico 100: Instalación del contador de visitas



Fuente: Captura de pantalla – Administrador Wordpress de MISAHUALLIturistico.com

Posteriormente hacemos clic en la opción Add new plugin y se nos desplegará en la pantalla las plugins que se encuentran al momento en portal web de la siguiente manera.

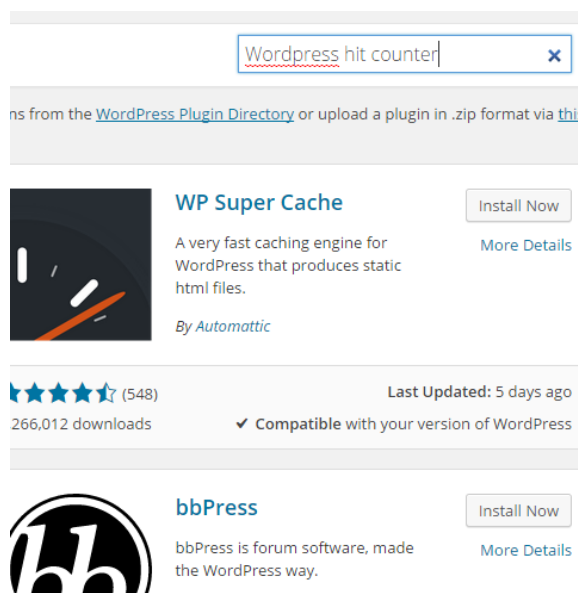
Gráfico 101: Instalación del contador de visitas - 2



Fuente: Captura de pantalla – Administrador Wordpress de MISAHUALLIturistico.com

Seguidamente nos ubicamos en la casilla de buscador de plugins y colocamos el nombre del plugin que deseamos instalar para el sitio web “Wordpress Hit Counter” y le damos un enter para que empiece la búsqueda.

Gráfico 102: Búsqueda del contador de visitas

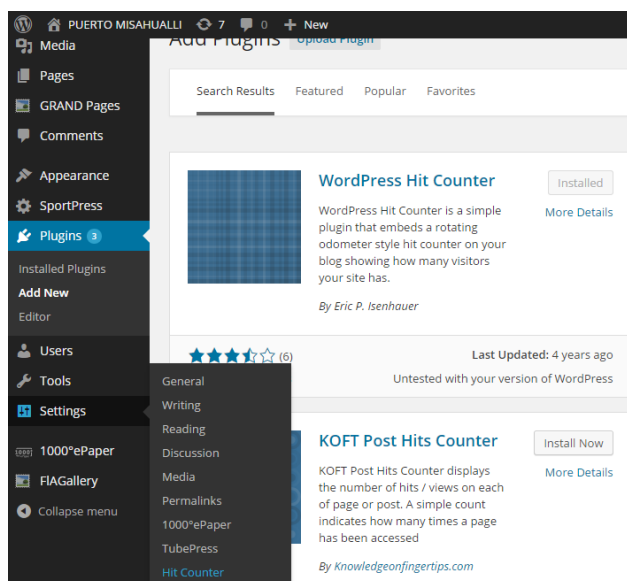


Fuente: Captura de pantalla – Administrador Wordpress de MISAHUALLIturistico.com

Luego nos aparecerá en la pantalla en nombre del plugin seleccionado y le damos clic en instalar como muestra la figura.

Nos ubicamos luego en la pestaña settings del menú principal del administrador de contenidos, seleccionamos el plugin “Wordpress Hit Counter”.

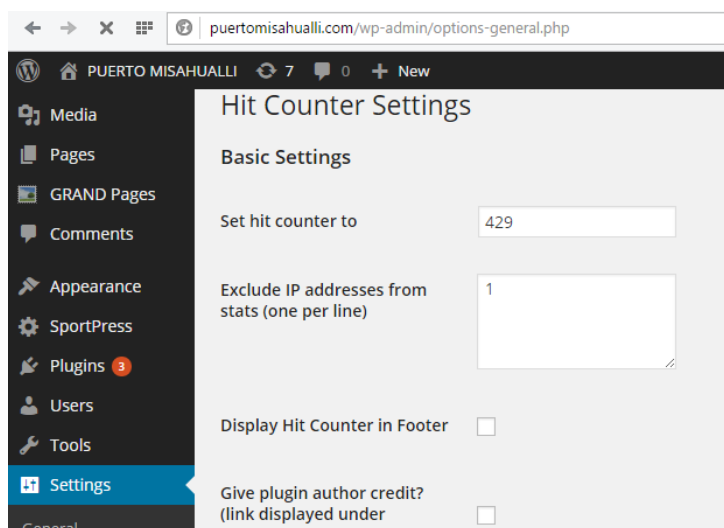
Gráfico 103: Configuración del contador de visitas



Fuente: Captura de pantalla – Administrador Wordpress de MISAHUALLIturistico.com

Ingresamos al panel de configuración del plugin donde seleccionaremos la posición que deseamos tenga este contador en el portal web, tenemos varios diseños de contador y seleccionares el que más se adecúe al diseño de nuestro portal.

Gráfico 104: Configuración del contador de visitas -2

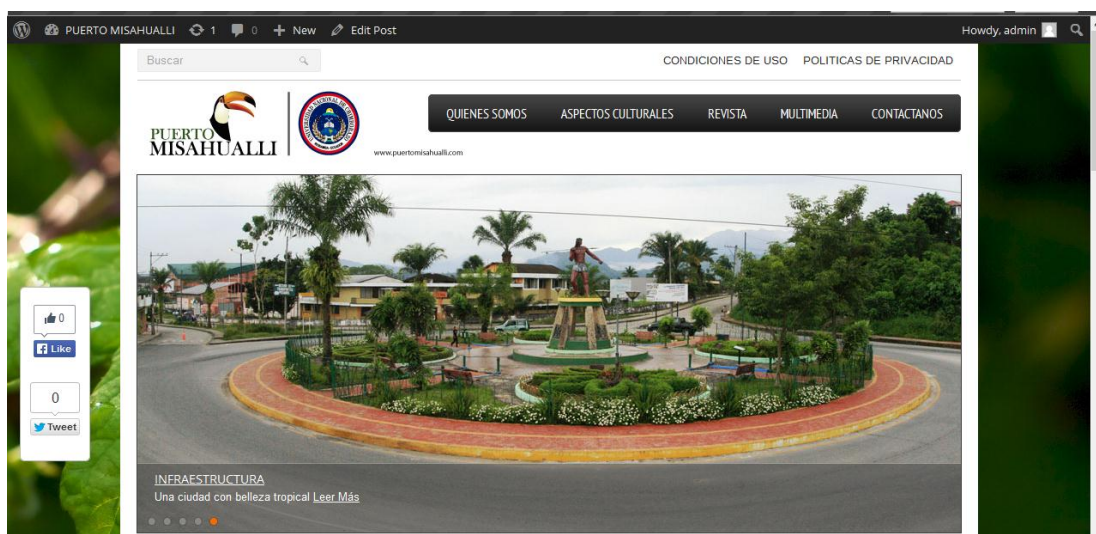


Fuente: Captura de pantalla – Administrador Wordpress de MISAHUALLIturistico.com

Seleccionamos el diseño que deseamos para el contador y posteriormente le damos clic en “sabe”, y visualizamos los cambios en el portal web.

La revista multimedia presenta temas variados respecto a la parroquia Misahuallí. Se ha clasificado estos contenidos dentro de varios menús: Aspectos Culturales, Multimedia y Revista.

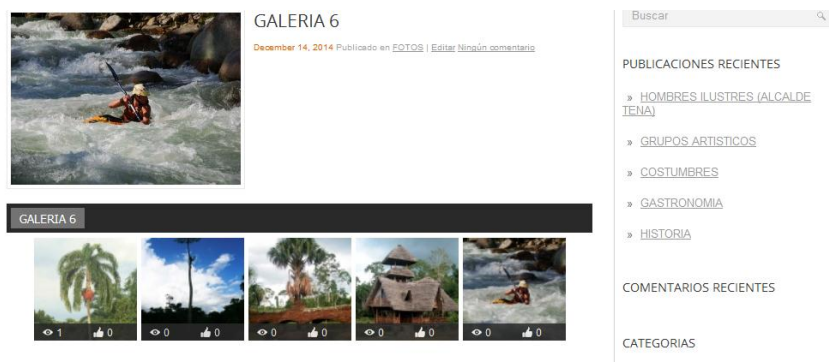
Gráfico 105: Visualización del index de la revista multimedia online



Fuente: Captura de pantalla – Administrador Wordpress de puertomisahualli.com

Se han provisto elemento interactivos como sliders de contenidos, formularios de comentarios y contáctanos, galería de fotos y videos

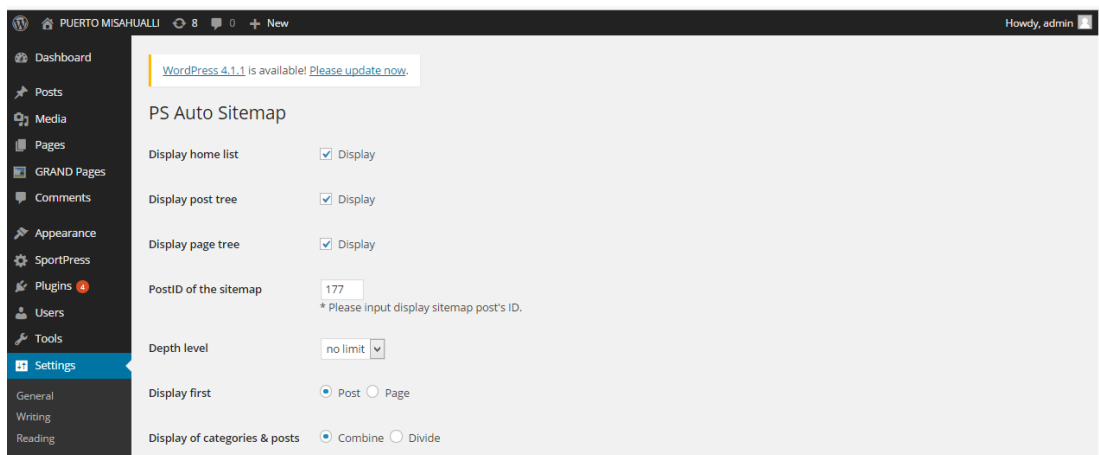
Gráfico 106: Visualización de la galería de imágenes



Fuente: Captura de pantalla – Administrador Wordpress de puertomisahualli.com.

A efectos de incorporar un mapa del sitio, como referencia para la navegación del usuario, se procedió a la instalación del plugin PS Auto Sitemap.

Gráfico 107: Plugin PS Auto Sitemap – Mapa del Sitio



Fuente: Captura de pantalla – configuraciones del plugin PS Auto Sitemap

El plugin automáticamente genera la estructura del sitio en una página previamente generada: “Mapa del Sitio”, tal como se observa en el gráfico 108.

Gráfico 108: Mapa del Sitio – Página web

MAPA DEL SITIO

■ PUERTO MISAHUALLI

■ ATRACTIVOS

- » CENTRO DE PRODUCCION DE MARIPOSAS
- » CAVERNA EL DUENDE
- » CASCADA ALTO PUSUNO
- » BOSQUE VENEZIA
- » JARDIN BOTANICO AMARUM KAUSAI

■ COSTUMBRES

- » COSTUMBRES

■ FOTOS

- » GALERIA 7
- » GALERIA 6
- » GALERIA 5
- » GALERIA 4
- » GALERIA 3
- » GALERIA 2
- » GALERIA 1

Buscar

PUBLICACIONES RECIENTES

- » [HOMBRES ILUSTRES \(ALCALDE TENA\)](#)
- » [GRUPOS ARTISTICOS](#)
- » [COSTUMBRES](#)
- » [GASTRONOMIA](#)
- » [HISTORIA](#)

COMENTARIOS RECIENTES

CATEGORIAS

- » [ATRACTIVOS](#) (5)
- » [COSTUMBRES](#) (1)
- » [FOTOS](#) (7)
- » [GASTRONOMÍA](#) (1)
- » [GRUPOS ARTÍSTICOS](#) (1)
- » [HISTORIA](#) (1)

Fuente: Captura de pantalla – Mapa del Sitio de la página web

Luego de finalizado el proyecto fue necesaria la realización de una encuesta de opinión, cuya estructura se encuentra detallada en el Anexo II.

La población y muestra adoptadas fueron las mismas que las de calculadas en la sección 2.2. Sin embargo el método de muestreo aplicado para este caso fue el muestreo por conveniencia, debido a la necesidad de utilizar el departamento de computación para la realización de una navegación general por el portal elaborado, según lo definido en el Anexo III. Se seleccionaron como participante a los trabajadores de GAD Municipal del cantón Tena.

4. ACTUALIZACIONES

La actualización del contenido del proyecto gracias al alcance que nos brinda el haber trabajado con un CMS es muy extensa de tal modo que de este proceso se encargara directamente el GAD MUNICIPAL DEL CANTON TENA proyecto que será entregado en nivel de donación a la institución antes nombrada, ellos serán los encaradas de asignar profesionales de la rama para la actualización informativa, de imágenes y videos del portal web.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Chías, J. (1995). Marketing Público. Por un Gobierno y una Administración al servicio público. McGraw-Hill Interamericana de España, Madrid.
- Esparza, D., Flores T., Diego I (2011, julio 21). Elaboración de una guía didáctica virtual para los procesos de hilatura de fibras largas. Recuperado del Repositorio Digital de la Universidad Técnica del Norte: <http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/730/3/04%20IT%20001%20CAPI%20TULO%20II.pdf>
- FactorSim (2015). Creamos e-learning. Recuperado de <http://webdesdecero.com/que-es-un-cms-y-para-que-sirve/>
- Fundación Parque Científico y Tecnológico de Albacete. (2012). Estudio de los sistemas de gestión de contenidos web. Análisis de las mejores soluciones del mercado (2012). Recuperado de http://www.bilib.es/uploads/media/estudio_sistemas_gestion_contenidos_web_cms.pdf
- Gutiérrez, A. (1997). Educación multimedia y nuevas tecnologías. Ediciones de la Torre: España.
- Hernández Sampieri, Roberto. "Metodología de la Investigación". Editorial McGraw Hill Interamericana. México. 1994. Págs. 66
- Lancaster, F. (1983). Evaluación y medición de los servicios bibliotecarios. México: UNAM.
- Marcos, C., Belloni, E. (2003). Herramientas y Metodologías de Análisis y Diseño Estructurado. Recuperado de: <http://www.monografias.com/trabajos-pdf2/herramientas-metodologias-analisis-diseno-estructurado/herramientas-metodologias-analisis-diseno-estructurado.pdf>

- Marqués, P. (2011). Multimedia Educativo: Clasificación, Funciones, Ventajas, Diseño de Actividades. Recuperado de: <https://posgradouat.files.wordpress.com/2011/05/multimedia-educativo.pdf>
- Osborn, Hugh (1990). Media Computers, Motivation and Informal Education. Gutenberg.
- Salinas, J. (1999): La comunicación audiovisual en los nuevos canales. En Cabero, J., Bartolomé, A., Marqués, P., Martínez, F. y Salina, J. (1999): Medios audiovisuales y Nuevas Tecnologías para la Formación en el s.XXI. Diego Marín-Edutec, Murcia. ISBN 84-95095-51-3
- Setién, E. (1986). Servicios de información. Ciudad de La Habana, Editorial Pueblo y Educación.
- Solanelles, S. (2003). El mercadeo y los servicios de información. Recuperado de http://bvs.sld.cu/revistas/aci/vol11_4_03/aci06403.htm
- Turoff, M., Hiltz, R. (1982). The Electronic Journal: A Progress Report. Recuperado de: <http://eies.njit.edu/~turoff/Papers/ElectronicJournal.htm>
- Vaughan, T. (1994). Todo el poder de la Multimedia. Segunda Edición. Editorial McGraw Hill : México

BIBLIOGRAFÍA

- Acerenza, M. A. (2005). *Promoción turística: un enfoque metodológico*. Trillas.
- Cantallops, A. S. (2002). *Marketing turístico*. Ediciones pirámide.
- Hassan, Y., Martín Fernández, F. J., & Iazza, G. (2004). *Diseño web centrado en el usuario: usabilidad y arquitectura de la información*. Hipertext. net.

ANEXOS

ANEXO I - Encuesta de Opinión Preliminar

ESTIMADO ENTREVISTADO:

El presente cuestionario de opinión forma parte de un estudio sobre el tema:

"Las Tic's en la promoción y difusión turística de la parroquia Misahualli en el 2012",
investigado por el Sr. Diego Montenegro, previo a la obtención del título de Licenciado
en Diseño Gráfico.

- Los datos que se obtengan serán de estricta confidencialidad.
- Se agradece su valioso aporte y colaboración proporcionada.

OBJETIVO

Obtener información que permita determinar las oportunidades de mercado de una web
multimedia de la parroquia Misahualli.

RECOMENDACIONES

- Por favor no escriba su nombre.
- Únicamente nos interesa su opinión de carácter personal y seriamente expresados
ante cada proposición que se le presenta.

INDICACIÓN

Lea cuidadosamente cada una de las proposiciones que se le presenta y marque con una
(x) en la respuesta que refleje su verdadero modo de sentir y pensar.

Se agradece que no deje ninguna sin contestar.

1. ¿Conoce que existe una revista digital del cantón MISAHUALLI?

Si

No

¿Cuáles? _____

2. ¿Se sentiría más a gusto al tener una revista digital y que pueda ver y escuchar la información?

Si

No

¿Porqué? _____

3. ¿Mejoraría en el cantón la comunicación, con una revista digital?

Si

No

¿Porqué? _____

4. ¿Dispone de un computador para que Ud. pueda utilizar y ver la revista en casa?

Si

No

5. ¿Influiría en la educación el disponer de un recurso digital con información?

Si

No

¿Cómo? _____

6. ¿Destina dinero en la compra de revistas impresas del medio para su información?

Si

No

7. ¿Cree que sea necesario mejorar la información utilizando reproducción de imágenes en video, audio?

Si

No

8. ¿Estaría en posibilidades de adquirir una revista en multimedia por el costo de: 1 dólar o 2 dólares?

Si

No

9. ¿La difusión de esta revista mejoraría el turismo?

Mucho

Poco

Nada

¿Porqué? _____

10. ¿Qué temas cree que sería necesarios para informar en esta revista?

Cultura

Turismo

Historia

ANEXO II - Cuestionario de Opinión Efectuado a varios Ciudadanos del Cantón MISAHUALLI

PRESENTACION

ESTIMADO ALUMNO/A:

El presente cuestionario de opinión forma parte de un estudio sobre el tema:

"Las Tic's en la promoción y difusión turística de la parroquia Misahualli cantón Tena provincial del Napo en el año 2012", investigado por el Sr. Diego Montenegro, previo a la obtención del título de Lic. Diseño Grafico.

- Los datos que se obtengan serán de estricta confidencialidad.
- Se agradece su valioso aporte y colaboración proporcionada.

OBJETIVO

Obtener información que permita determinar si la creación de una revista multimedia del cantón Misahualli fomentará el uso del servicio de información de internet en sus habitantes.

RECOMENDACIONES

- Por favor no escriba su nombre.
- Únicamente nos interesa su opinión de carácter personal y seriamente expresados ante cada proposición que se le presenta.

INDICACIÓN

Lea cuidadosamente cada una de las proposiciones que se le presenta y marque con una (x) en la respuesta que refleje su verdadero modo de sentir y pensar.

Por favor justifique cada respuesta proporcionada en los espacios correspondientes.

Se agradece que no deje ninguna sin contestar.

1. A lo largo de su recorrido por el portal web, ¿pudo observar la presencia de recursos multimedia (video, audio, imágenes, texto, animaciones)?

Si

No

¿Cuáles? _____

2. ¿La interacción con los diferentes elementos presentados en el navegador (enlaces, botones, animaciones) fue sencilla y fluída?

Si

No

¿Por qué? _____

3. ¿Considera que la información desplegada en las diferentes publicaciones del portal es de calidad?

Si

No

¿Por qué? _____

4. ¿Considera que el volumen de información desplegado podría cumplir sus demandas de información?

Si

No

¿Por qué? ¿En qué porcentaje? _____

5. Utiliza actualmente el internet con fines informativos o de consulta académica?

Si

No

¿En que actividades? _____

6. ¿Esta revista electrónica podría constituirse para ud. en un nuevo medio de consulta?

Si

No

¿Por qué? _____

7. Según su criterio, ¿el auge de la tecnología web, sobre la cual está desarrollada la revista electrónica, provocará una inclinación hacia este medio de información por sobre otros medios impresos que circulan en la región?

Si

No

¿Por qué? _____

8. ¿Existe uno o varios beneficios que presente esta revista electrónica en relación a una impresa?

Si

No

¿Cuáles? _____

9. ¿Los formatos multimedia en los que se presentan los contenidos presentan beneficio alguno a quien se encuentra usando el portal web?

Si

No

Si su respuesta fue sí

¿Cuál(es)? _____

10. ¿El cantón carece de algún servicio de información que supla eficientemente la funcionalidad del presente proyecto?

Si

No

Si su respuesta fue no ¿A cuál(es) medio(s) se refiere?_____

ANEXO III - Pasos de Navegación Guiada por la Web Multimedia

INGRESO AL PORTAL WEB:

1. Digite la dirección de internet <http://www.misahualli.com> en el navegador de su elección.

VISUALIZACIÓN DE LAS SECCIONES PRINCIPALES DEL PORTAL

2. Diferencie las secciones de menú principal, menú secundario, logotipo, slider de imágenes, sección de contenido principal.

NAVEGACIÓN INTERNA DEL PORTAL.

3. Ingrese a las categorías del sitio y visualice el contenido de una publicación de cada uno.
4. Encuentre la publicación “Cascada San Rafael”. Valore la dificultad que significó hallar este contenido.

VERIFICACIÓN DE LAS FUNCIONALIDADES ADICIONALES DEL PORTAL

5. Ingrese un comentario en cualquier publicación de su agrado.
6. Ingrese un comentario general del sitio en el formulario de contáctanos.
7. Navegue por la revista incrustada en el sitio.

ANEXO IV - Tabla de Distribución Chi cuadrado

TABLA 3-Distribución Chi Cuadrado χ^2

P = Probabilidad de encontrar un valor mayor o igual que el chi cuadrado tabulado, v = Grados de Libertad

v/p	0.001	0.0025	0.005	0.01	0.025	0.05	0.1	0.15	0.2	0.25	0.3	0.35	0.4	0.45	0.5
1	10.8274	9.1404	7.8794	6.6349	5.0239	3.8415	2.7055	2.0722	1.6424	1.3233	1.0742	0.8735	0.7083	0.5707	0.4549
2	13.8150	11.9827	10.5965	9.2104	7.3778	5.9915	4.6052	3.7942	3.2189	2.7726	2.4079	2.0996	1.8326	1.5970	1.3863
3	16.2660	14.3202	12.8381	11.3449	9.3484	7.8147	6.2514	5.3170	4.6416	4.1083	3.6649	3.2831	2.9462	2.6430	2.3660
4	18.4662	16.4238	14.8602	13.2767	11.1433	9.4877	7.7794	6.7449	5.9886	5.3853	4.8784	4.4377	4.0446	3.6871	3.3567
5	20.5147	18.3854	16.7496	15.0863	12.8325	11.0705	9.2363	8.1152	7.2893	6.6257	6.0644	5.5731	5.1319	4.7278	4.3515
6	22.4575	20.2491	18.5475	16.8119	14.4494	12.5916	10.6446	9.4461	8.5581	7.8408	7.2311	6.6948	6.2108	5.7652	5.3481
7	24.3213	22.0402	20.2777	18.4753	16.0128	14.0671	12.0170	10.7479	9.8032	9.0371	8.3834	7.8061	7.2832	6.8000	6.3458
8	26.1239	23.7742	21.9549	20.0902	17.5345	15.5073	13.3616	12.0271	11.0301	10.2189	9.5245	8.9094	8.3505	7.8325	7.3441
9	27.8767	25.4625	23.5893	21.6660	19.0228	16.9190	14.6837	13.2880	12.2421	11.3887	10.6564	10.0060	9.4136	8.8632	8.3428
10	29.5879	27.1119	25.1881	23.2093	20.4832	18.3070	15.9872	14.5339	13.4420	12.5489	11.7807	11.0971	10.4732	9.8922	9.3418
11	31.2635	28.7291	26.7569	24.7250	21.9200	19.6752	17.2750	15.7671	14.6314	13.7007	12.8987	12.1836	11.5298	10.9199	10.3410
12	32.9092	30.3182	28.2997	26.2170	23.3367	21.0261	18.5493	16.9893	15.8120	14.8454	14.0111	13.2661	12.5838	11.9463	11.3403
13	34.5274	31.8830	29.8193	27.6882	24.7356	22.3620	19.8119	18.2070	16.9848	15.9839	15.1187	14.3451	13.6356	12.9717	12.3398
14	36.1239	33.4262	31.3194	29.1412	26.1189	23.6848	21.0641	19.4062	18.1508	17.1169	16.2221	15.4209	14.6853	13.9961	13.3393
15	37.6978	34.9494	32.8015	30.5780	27.4884	24.9958	22.3071	20.6030	19.3107	18.2451	17.3217	16.4940	15.7332	15.0197	14.3389
16	39.2518	36.4555	34.2671	31.9999	28.8453	26.2962	23.5418	21.7931	20.4651	19.3689	18.4179	17.5646	16.7795	16.0425	15.3385
17	40.7911	37.9462	35.7184	33.4087	30.1910	27.5871	24.7690	22.9770	21.6146	20.4887	19.5110	18.6330	17.8244	17.0646	16.3382
18	42.3119	39.4220	37.1564	34.8052	31.5264	28.8693	25.9894	24.1555	22.7595	21.6049	20.6014	19.6993	18.8679	18.0860	17.3379
19	43.8194	40.8847	38.5821	36.1908	32.8523	30.1435	27.2036	25.3289	23.9004	22.7178	21.6891	20.7638	19.9102	19.1069	18.3376
20	45.3142	42.3358	39.9969	37.5663	34.1696	31.4104	28.4120	26.4976	25.0375	23.8277	22.7745	21.8265	20.9514	20.1272	19.3374
21	46.7963	43.7749	41.4009	38.9322	35.4789	32.6706	29.6151	27.6620	26.1711	24.9348	23.8578	22.8876	21.9915	21.1470	20.3372
22	48.2676	45.2041	42.7957	40.2894	36.7807	33.9245	30.8133	28.8224	27.3015	26.0393	24.9390	23.9473	23.0307	22.1663	21.3370
23	49.7276	46.6231	44.1814	41.6383	38.0756	35.1725	32.0069	29.9792	28.4288	27.1413	26.0184	25.0055	24.0689	23.1852	22.3369
24	51.1790	48.0336	45.5584	42.9798	39.3641	36.4150	33.1962	31.1325	29.5533	28.2412	27.0960	26.0625	25.1064	24.2037	23.3367
25	52.6187	49.4351	46.9280	44.3140	40.6465	37.6525	34.3816	32.2875	30.6752	29.3388	28.1719	27.1183	26.1430	25.2218	24.3366
26	54.0511	50.8291	48.2898	45.6416	41.9231	38.8851	35.5632	33.4295	31.7946	30.4346	29.2463	28.1730	27.1789	26.2395	25.3365
27	55.4751	52.2152	49.6450	46.9628	43.1945	40.1133	36.7412	34.5736	32.9117	31.5284	30.3193	29.2266	28.2141	27.2569	26.3363
28	56.8918	53.5939	50.9936	48.2782	44.4608	41.3372	37.9159	35.7150	34.0266	32.6205	31.3909	30.2791	29.2486	28.2740	27.3362
29	58.3006	54.9662	52.3355	49.5878	45.7223	42.5569	39.0875	36.8538	35.1394	33.7109	32.4612	31.3308	30.2825	29.2908	28.3361