



Trabajo de Grado para optar por el título de:

Licenciatura de Diseño Gráfico.

“Portal Web para promocionar el turismo en Puerto Plata, República Dominicana, 2018”

Sustentantes:

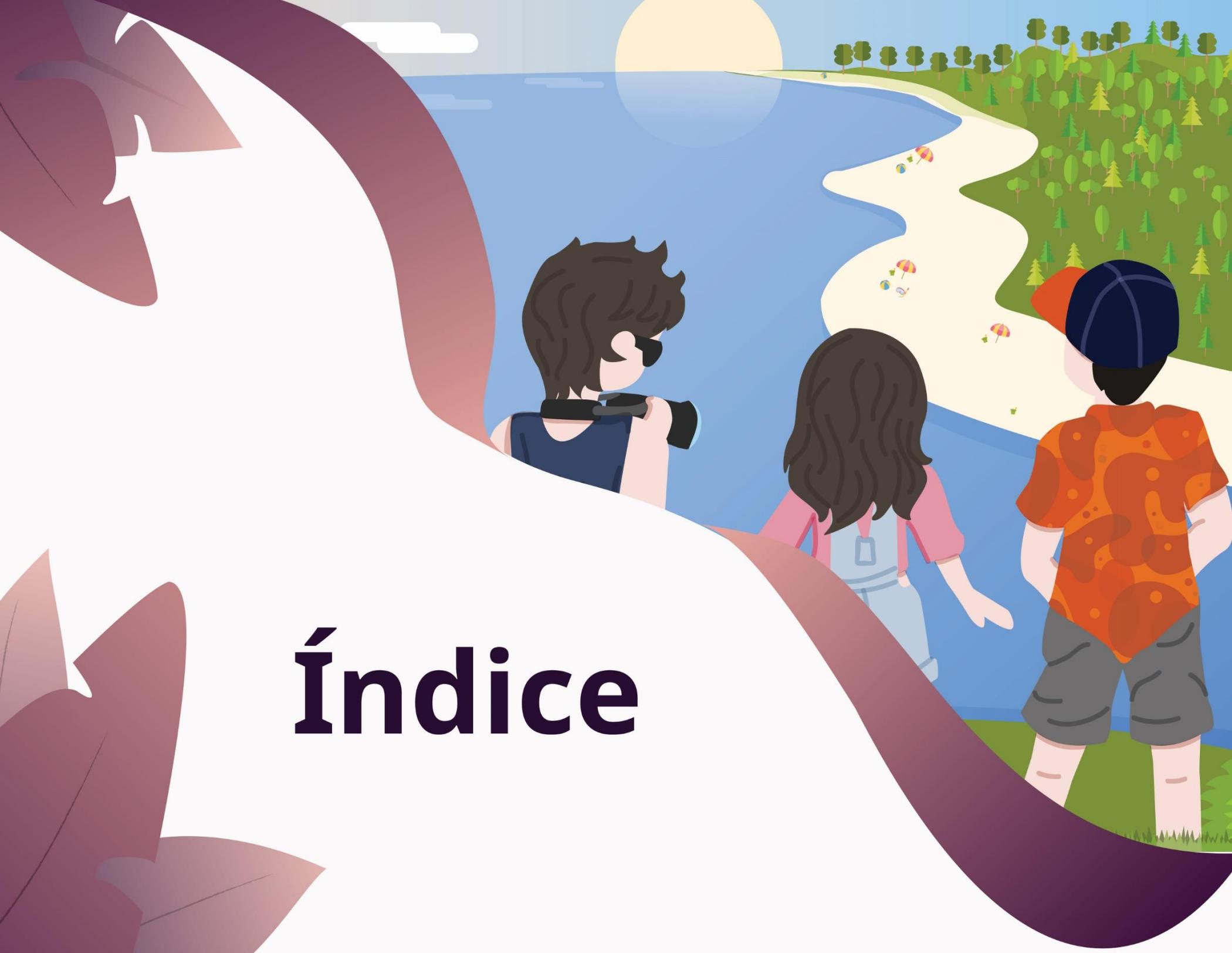
William Alexander Burgos García	2014-1912
Ashley Kevelier Minier	2015-0431
Edwin De Jesús Gómez Chez	2015-1073

Asesora:

Paloma Y. Phillips Carela

**Santo Domingo, Distrito Nacional
República Dominicana,
2018.**

Los conceptos expuestos en esta investigación son de exclusiva responsabilidad de su(s) autor(es).

An illustration of three people from behind, looking out over a lake at sunset. The person on the left is a man with dark hair and sunglasses, holding a camera. The person in the middle is a woman with long dark hair wearing a pink shirt and blue overalls. The person on the right is a man wearing a blue cap, an orange patterned shirt, and grey shorts. The lake is blue, and the sun is a large yellow circle on the horizon. The background shows a green hillside with trees and a sandy beach with colorful umbrellas. The scene is framed by large, stylized leaves in shades of purple and brown.

Índice



Capítulo Introdutorio

Agradecimientos

Dedicatorias

Introducción

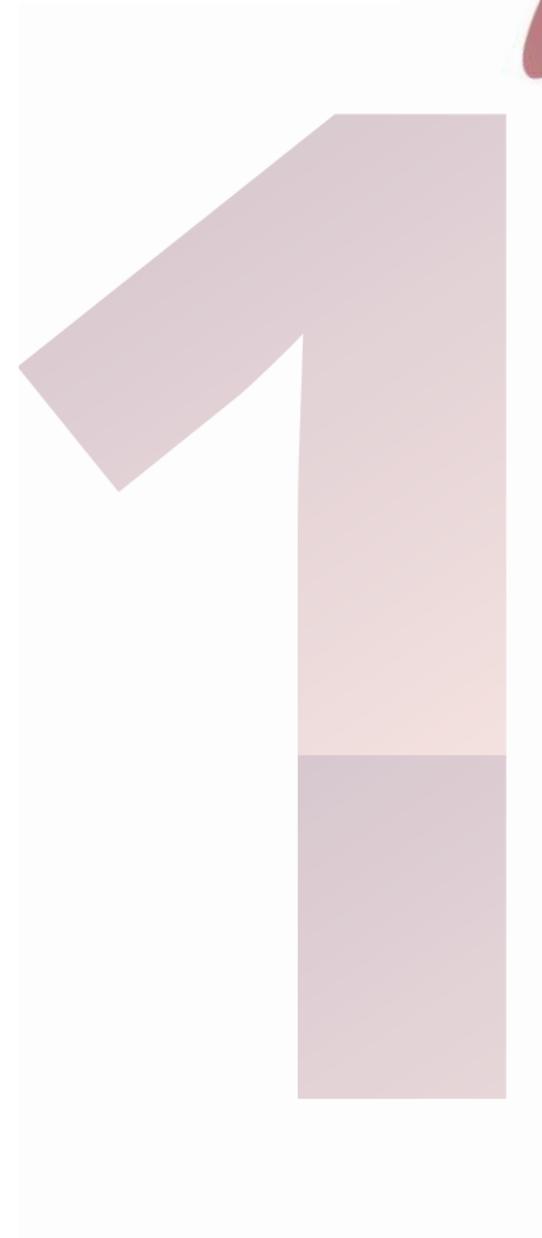
Justificación



Capítulo I:

Marco Metodológico

- 1.1 Planteamiento del problema
- 1.2 Justificación
- 1.3 Objetivos
 - 1.3.1 Objetivo general
 - 1.3.2 Objetivos específicos
- 1.4 Tipo de investigación
- 1.5 Método de investigación
- 1.6 Técnicas e instrumentos
- 1.7 Población y Muestra
- 1.8 Resultados de los instrumentos
- 1.9 Entrevista



Capítulo II:

Marco Teórico

2.1 Turismo

2.1.1 Conceptos

2.1.2 Origen y evolución

2.1.3 Tipos de turismo

2.2 Turismo como pilar económico en Rep. Dominicana

2.3 Herramientas del Turismo

2.3.1 Digitalización como herramienta potencial en el sector turismo

2.3.2 Sitios web de comparación de precios, productos y calidades

2.3.3 Herramientas de búsqueda y edición de información

2.3.4 Mapas y atlas interactivos

2.3.5 Planificación de viajes

2.4 Puerto Plata: La Novia del Atlántico

2.4.1 Geografía

2.4.2 Clima

2.4.3 Historia

Capítulo II:

Marco Teórico

2.5 Turismo en Puerto Plata: Explorando la Novia del Atlántico

2.5.1 Lugares históricos y culturales:

2.5.1.1 Parque La Puntilla

2.5.1.2 Catedral San Felipe Apóstol

2.5.1.3 Casa Museo Gregorio Luperón

2.5.1.4 Museo del Ámbar Dominicano

2.5.1.5 Parque Central de Puerto Plata

2.5.1.6 Ruinas de La Isabela

2.5.1.7 Museo Judío

2.5.1.8 Hacienda Cufa

2.5.2 Playas:

2.5.2.1 Playa La Ensenada

2.5.2.2 Playa Costambar

2.5.2.3 Playa Cabarete

2.5.2.4 Playa Alicia

Capítulo II:

Marco Teórico

2.5.2.5 Playa Dorada

2.5.2.6 Playa Sosúa

2.5.2.7 Long Beach

2.5.2.8 Playa Grande

2.5.3 Excursiones:

2.5.3.1 Reserva Marina de Manatíes de Estero Hondo

2.5.3.2 Loma Isabel de Torres y el Teleférico

2.5.4 Deportes Acuáticos:

2.5.4.1 Surf

2.5.4.2 Kitesurf

2.5.4.3 Buceo

2.5.4.4 Windsurf

2.5.5 Gastronomía:

2.5.5.1 Queso Geo

2.5.5.2 Bombón de Melao

2.5.5.3 “La Chula Mía”

Capítulo III:

Desarrollo del tema de investigación

3.1 Portal Web para promocionar el turismo en Puerto Plata:

3.1.1 Diseño UI/UX

3.1.2 Idiomas disponibles

3.1.3 Colores de la página

3.1.4 Análisis del logo actual

3.1.5 Propuesta de rediseño del logo

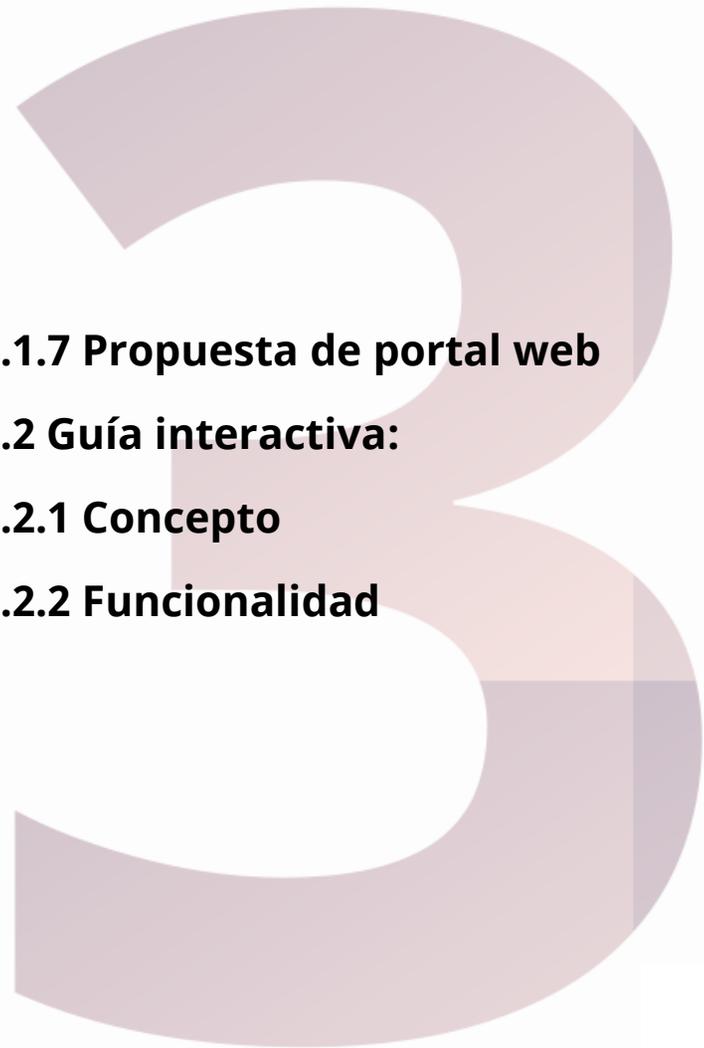
3.1.6 Íconos y sus significados

3.1.7 Propuesta de portal web

3.2 Guía interactiva:

3.2.1 Concepto

3.2.2 Funcionalidad





Capítulo

Anexos

Conclusiones

Recomendaciones

Bibliografía

Anexos



Agradecimientos

William Burgos:

Le agradezco a mi abuela Fufin, a mi tía Iris, a mis padres Iris, Edward, y William, todos creyeron en mí a pesar de que se me olvidan las cosas. El profesor Capella que me enseñó más que muchos, aunque fue mi primer cuatrimestre, al profesor Delforn que gracias a él encontré mi vocación, al profesor Francisco, la profesora, Natalia, la profesora Suanny, la profesora Carmen De Jesús, la profesora Evelyn Méndez, y la profesora Jenny Altagracia, el profesor Goris. Mis amigos que siempre creyeron en mí y me ayudaron a amanecer en los momentos difíciles.

Ashley Kevelier

En primer lugar, están mis padres Sofía y Edwin, y a mis familiares. No tengo palabras para expresar lo mucho que los aprecio y valoro su apoyo no sólo en el transcurso de mi carrera, sino siempre.

Agradezco a mis amigos de la universidad por estos 12 cuatrimestres de risas, corajes, estrés y más risas.

A los profesores Francisco Sánchez, Capella y Víctor Díaz Goris y a las profesoras Natalia Estrella, Evelyn Méndez, Suanny Rosario y Alexandra Hasbún.

También a nuestra asesora, Paloma Phillips, quien nos aconsejó y ayudó en el transcurso de este proyecto.

En nombre de mis compañeros también quiero agradecer a mi tía Raquel Fermín por guiarnos en nuestra travesía por Puerto Plata para poder realizar este trabajo.

También a los locales que amablemente cooperaron con proporcionarnos la información solicitada y a las personas que respondieron la encuesta.

Edwin Gómez:

A mi familia, que me crió en lo que soy hoy, a mis amigos que estuvieron ahí para ayudarme en el proceso y a los profesores de esta institución que me aconsejaron en el camino.

Dedicatoria especial a mi hermana Edwina Gomez, recuerda que vienes de una familia que te ama y quiere lo mejor para ti.

A vibrant, stylized illustration of a beach scene. The background is a light blue sky with a large yellow sun in the top right and a pink sun in the top right. A green palm tree trunk is visible on the right. In the foreground, there is a sandy beach with a red crab and a green beach chair. A large, dark purple, curved shape frames the scene from the top and right. The word "Dedicataria" is written in a bold, dark blue font in the center.

Dedicataria

Ashley Kevelier:

A mis padres y familiares. A mi amiga, Cindy Cuesta, quien es una de las personas más fuertes y maravillosas que he conocido. Es como la hermana mayor que nunca tuve.

William Burgos:

A mis padres Iris, Edward y William, a mi abuela Fufin y a mi tía Iris. Al Dr. Joe Allen, que en paz descansa.

Edwin Gómez:

A mis padres Edwin Gómez y Rossina Chez y a mis
hermanos Dewin y Yeimy.

Especialmente a mi hermana Edwina, recuerda que
tienes una familia que te ama y quiere lo mejor para ti.



Introducción

INTRODUCCIÓN

En el presente Proyecto de Grado se presenta un portal web para promocionar el turismo en la provincia de Puerto Plata, en el cual se implementará una guía turística interactiva y a la vez fácil de usar promoviendo las actividades turísticas de Puerto Plata, sin dejar de lado su valor cultural e histórico que son icónicos de esta provincia. Se presentará en primer lugar lo que compone el primer capítulo es el marco metodológico de esta investigación, que va desde el planteamiento de la problemática seguido por la justificación del mismo, luego se presenta el objetivo general y los específicos de este proyecto, el tipo de investigación realizada así como los métodos y las técnicas e instrumentos utilizados para obtener la opinión al respecto de una muestra cuidadosamente seleccionada y el resultado de los datos obtenidos gracias a los instrumentos acompañado del análisis de los mismos.

Para finalizar esta primera parte se presentan también las entrevistas realizadas a 3 locales centrados únicamente en la visita de turistas localizados en diferentes puntos turísticos en la provincia de Puerto Plata.

Pasando al marco teórico que es el segundo capítulo, se define ampliamente lo que es el turismo acompañado de un resumen del origen y evolución de este, también se hace mención de los diferentes tipos de turismo, los cuales varían mucho del motivo del viaje a realizar, se habla ampliamente del turismo como pilar económico de la República Dominicana y las herramientas con las cuales el turismo se maneja actualmente.

También se hace mención de la digitalización como una herramienta potencial en el sector turístico, a raíz de esto surgen páginas web dedicadas específicamente a promocionar destinos turísticos en base a precios, productos y calidades.

También están las herramientas de búsqueda, las cuales son páginas dedicadas a localizar hoteles o restaurantes y a la vez proporciona opiniones de los visitantes. Asociándose al área de los mapas y atlas interactivos, los cuales proporcionan al turista en cuestión una experiencia única en lo que sentido de orientación refiere y por último la planificación de viajes. Pasando con Puerto Plata, comúnmente conocida como “La Novia del Atlántico”, se da una breve introducción a lo que compone la geografía, clima e historia de la provincia.

Seguido de esto se presentan diversos destinos turísticos clasificados según su el propósito o característica de este, ya sean en lugares históricos y culturales, playas o excursiones. Se habla también de las actividades que se suelen practicar en las playas mencionadas y, por último, elementos gastronómicos de esta provincia.

Pasando al tercer capítulo el cual trata sobre el desarrollo del tema en cuestión, se presenta en qué consistirá el Portal Web hablando principalmente en qué consistirá el diseño UI/UX y la línea gráfica del mismo. También se hace mención de los idiomas disponibles de este portal, para así facilitar la comunicación para extranjeros y se explica el concepto y funcionalidad de la guía interactiva que estará incluida en el mismo.

Se concluye con las conclusiones de la investigación, en la cual se habla del desarrollo en total de este proyecto de grado. Luego se presentan las recomendaciones, que como dice su nombre, son los puntos de vista de los autores de este proyecto con relación a la implementación de este.

Para concluir, se encuentran las fuentes de documentación y referencias bibliográficas seguido de los documentos anexos.

A stylized illustration of a butterfly with large, yellow and orange wings and a dark brown body. The butterfly is positioned in the upper right quadrant of the page. The background is a warm, orange-to-yellow gradient. There are several purple leaves scattered around the butterfly, and a few small, white, circular bubbles or droplets are visible in the upper right area.

CAPÍTULO I

Marco Metodológico

CAPÍTULO I: MARCO METODOLÓGICO

1.1 Planteamiento del problema:

La República Dominicana tiene como uno de sus principales pilares económicos el sector turismo, gracias a sus recursos naturales y una cultura enriquecedora.

Si bien es cierto que la República Dominicana tiene varias zonas turísticas con sus atributos que las diferencian una de las otras, Punta Cana es conocida a nivel internacional gracias a la promoción e inversión que el sector turismo le ha proporcionado en estos últimos años descuidando las demás zonas.

Específicamente hablando, Puerto Plata se puede decir que ha sido la provincia más afectada, tomando en cuenta lo expresado en un artículo del Periódico Hoy (2009) en el cual se explica que en los 90s fue, después de Santo Domingo, la provincia con mayor cantidad de visitas turísticas al año representando un 30.79% del total de turistas que visitaban el país a finales del 1999.

Sin embargo, según datos estadísticos recientes del Banco Central de la República Dominicana (2018), específicamente, los datos correspondientes al año 2001, se demuestra que a inicios del nuevo milenio el incremento de visitas en Punta Cana fue bastante notorio hasta el punto de superar a Puerto Plata alcanzando más de 900,000 visitas en dicho año.

Ya para finales del 2008 el Banco Central de la Rep. Dominicana reportó que Puerto Plata apenas recibía el 14.14% de visitas por parte de turistas, siendo esto 577, 206 personas mientras que Punta Cana alcanzó 1, 826, 275 visitas turísticas para fines de ese año.

En la actualidad han surgido proyectos para relanzar Puerto Plata como destino turístico, lo cual ha proporcionado una mejoría notable, sin embargo, sigue sin ser suficiente comparado al crecimiento de las demás zonas turísticas.

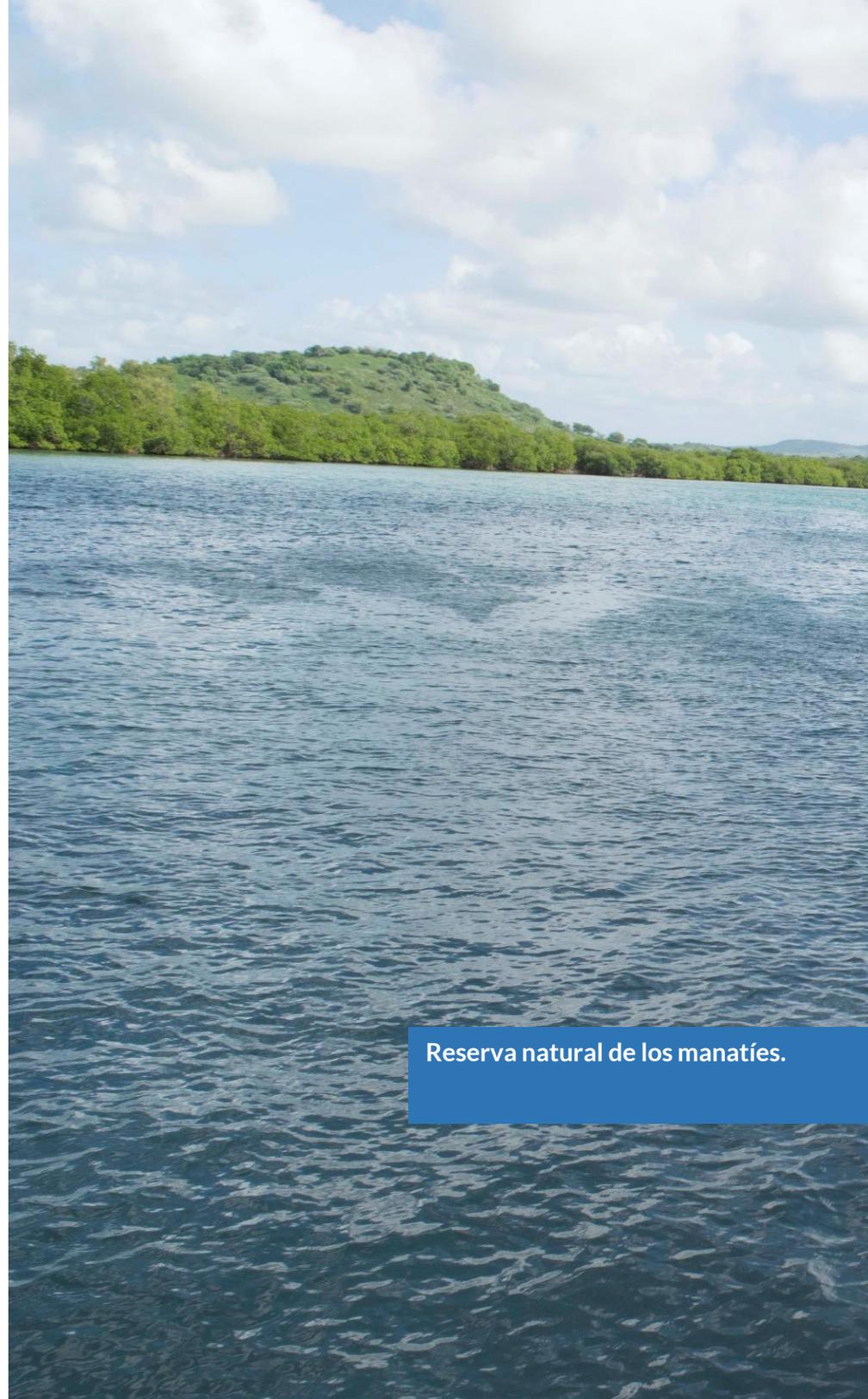
A finales del 2017 se registró un total de 3,659,285 visitas en Punta Cana mientras que Puerto Plata alcanzó 485,258 visitas tanto de residentes como de no residentes, comprobando que a pesar de los proyectos para motivar las visitas a dicha provincia no están siendo del todo atractivos considerando el potencial turismo que la misma tiene. Pasando a otros datos

pertenecientes al Banco Central, para finales de mayo del 2018 la totalidad de visitas en Puerto Plata es de 238,824 personas. Tomando en cuenta los resultados de años anteriores, se puede predecir que a finales de este Puerto Plata llegaría a las 500,000 visitas.

Sin embargo, los datos anteriores son de visitas registradas vía aérea. El Banco Central se encarga de registrar periódicamente la llegada de extranjeros, residentes y no residentes tanto de vía aérea como marítima.

A finales del 2017 Puerto Plata recibió un total de 488,880 visitas en su puerto, superando por mucho a las demás zonas del país las cuales cuentan con entradas marítimas. Pero, no se considera suficiente a comparación de las visitas que se reciben vía aérea, motivo por el cual en esta investigación se propone un proyecto que puede mejorar esta situación.

Tomando en cuenta los datos proporcionados en esta investigación se considera que aprovechar el alcance y poder que tiene Internet en la actualidad puede ayudar en el relanzamiento de Puerto Plata como destino turístico, utilizando los recursos necesarios para atraer visitas a través de un portal web, que, además de proporcionar información breve y concisa de la provincia, incluye una guía turística que pueda ser personalizada según los intereses del turista.



Reserva natural de los manatíes.

1.2 Justificación:

Al momento de elegir un destino para vacacionar o visitar, es de conveniencia el uso de una guía turística, la cual permite conocer sobre el lugar y sus puntos de atracción, relieve, cultura y gastronomía. Este representa un recurso que el turista puede usar como referencia al momento de trasladarse en un ambiente nuevo, y a la vez puede auxiliar en la toma de decisiones de tipo “¿Cuál lugar visitar?”, “¿Dónde está el hospital más cercano?”, entre otros. Teniendo conocimiento de las formas en las que se puede presentar una guía turística, dígase, un folleto o libro y a su vez considerando los avances tecnológicos actuales y la facilidad que tiene una persona de acceder a internet hoy en día, resulta conveniente el tener un portal web que a la vez tenga una guía turística debido a su fácil manejo, portabilidad e interactividad tomando en cuenta la independencia del turista.

Los portales web son uno de los recursos multimedia más usados hoy en día y puede ser utilizado para la presentación de cualquier tipo de servicio o producto y sus usos abarcan cualquier marca que desee tener una presencia en la mente de sus consumidores, por lo tanto, no es de extrañar que su aplicación al turismo sea aplicada ampliamente, principalmente en un país como República dominicana, el cual es tan conocido por este.

Entre todas las provincias con interés turístico podemos resaltar, Samaná, La Romana, pero sobre todo Puerto Plata, la cual según expresa Lorenzo Sancassani (2017), Director Provincial del Ministerio de Turismo en dicha provincia, ha sufrido un declive en estos últimos años a causa de diversos factores.

Puerto Plata posee un gran sinnúmero de atractivos turísticos los cuales pueden resultar de interés para turistas con distintos intereses, ya sean históricos como “La fortaleza San Felipe” o “La Casa Museo General Gregorio Luperón”, culturales como “El museo del Ámbar” o “El Anfiteatro de Puerto Plata”, vacacionales los cuales incluyen sus playas y hoteles o ecoturísticos como “La Loma Isabel de Torres” con sus escenarios montañosos en el fondo. Puerto Plata es caracterizada por su cultura que data de finales del siglo XIX y su casa al estilo victoriano.

Un portal web que no sólo se enfoque en brindar información, sino que incluya una guía turística representa una gran oportunidad para dejar conocer a Puerto Plata en su mayor expresión, no solo para extranjeros que buscan un destino turístico que visitar en la República Dominicana, si no hasta a los mismos dominicanos que deseen conocer más sobre su país.

No solo sería un gran recurso para reposicionar a Puerto Plata, sino una herramienta complementaria para devolverle el alto valor turístico que con el pasar de los años perdió.



Playa Sosúa.

1.3 Objetivos:

1.3.1 Objetivo general:

Diseñar un portal web para promover tanto a extranjeros como a residentes a visitar la provincia de Puerto Plata y vivir la experiencia turística que la misma ofrece acompañados de una novedosa guía turística completa en formato digital.

1.3.2 Objetivos específicos:

- Promocionar el potencial turístico de Puerto Plata.
- Identificar los puntos turísticos clave existentes en la provincia de Puerto Plata.
- Promover el valor arqueológico e histórico que la provincia de Puerto Plata ofrece al público.
- Diseñar una interfaz atractiva cumpliendo con las expectativas de las tendencias de diseño del momento.
- Diseñar una guía turística completa adaptada en su totalidad al formato digital.
- Comprobar que la utilización de elementos gráficos interactivos puede ser una herramienta clave en el diseño de guías turísticas digitales.

1.4 Tipo de investigación:

La investigación será índole exploratoria debido a que sugiere que se explore el entorno a investigar, en este caso, la provincia de Puerto Plata para estudiar y analizar sus elementos turísticos y culturales para así elaborar una guía turística con información confiable y actualizada.



1.5 Método de investigación:

Los métodos de investigación serán tres, inductivo, analítico y estadístico, de manera que la información será desarrollada en ese orden.

Primero, los datos obtenidos a través de encuestas, y revisión de documentación previa al tema, además de los tópicos que se desarrollarán en la investigación. Luego, se fragmentará y analizará en partes para estudiar cada aspecto de índole turístico y/o cultural, de esta manera se podrá demostrar la popularidad de Puerto Plata en el sector turismo y por ende justificar el por qué desarrollar un portal web para fomentar el turismo en esta provincia.

Para finalizar, se presentarán a través de gráficas los datos obtenidos apoyados en porcentajes e información de tipo cuantitativa para demostrar la opinión de la muestra y determinar los elementos a utilizar para la realización del proyecto explicado.

La investigación será de tipo no experimental debido a que no se pretende manipular las variables. Es decir, no se altera la variable independiente y sólo será observada para su análisis. Esto es porque la muestra representada por residentes y turistas extranjeros de la provincia de Puerto Plata será analizada y descrita. Se expondrán las causas del problema, por qué se debe de realizar el portal web y se propondrá una solución relacionada con el área de diseño que resuelva dicha problemática sin alterar las variables.

1.6 Técnicas e instrumentos:

Para la obtención de datos de esta investigación se emplearán las siguientes técnicas para obtener los mejores resultados:

- **Encuestas:** Serán orientadas hacia la obtención de información por parte de la muestra para determinar su opinión de la situación por la cual está atravesando Puerto Plata actualmente en el sector turismo.
- **Entrevistas:** Serán entrevistadas personas expertas en el tema, entre estos serían el “Resurgimiento del Turismo en Puerto Plata”, “El Turismo Digital en República Dominicana”, “Importancia de la multimedia en el sector turismo” para así tener información esencial para llevar a cabo la propuesta.



1.7 Población y Muestra:

1.7.1 Población:

La población está conformada por 1,593 personas residentes en la República Dominicana dentro del rango de edad de 21 a 35 años se seleccionaron 200, las cuales visitaron Puerto Plata por motivos recreativos. Estos datos están sustentados gracias a los reportes estadísticos que el Banco Central de la República Dominicana proporciona.

1.7.2 Muestra:

El muestreo empleado para la presente investigación es probabilístico. Según Hernández Sampieri (2010) este tipo de muestreo permite reducir el tamaño del error en la toma de muestras.



Tomando en cuenta que la población seleccionada consta de elementos limitados, según Martínez (2012) para sacar la muestra requerida se aplica la fórmula de poblaciones finitas de Cochran:

$$n = \frac{Z^2 pqN}{e^2 (N - 1) + Z^2 pq}$$

Donde:

n: Es la muestra deseada

N: Es el tamaño de la población

Z: Nivel deseado de confianza

p: Probabilidad de que ocurra el event

q: Probabilidad de que no ocurra el evento

e: Margen de error máximo aceptado

Parámetros	Valores
N	200
Z	1.960
P	50.00%
Q	50.00%
e	5.00%

Tamaño de muestra
"n" =

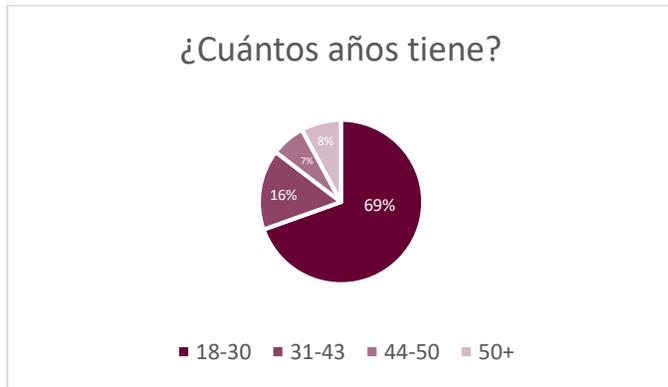
131.75

Como resultado de dicha fórmula quedó un total de **132** personas a encuestar.

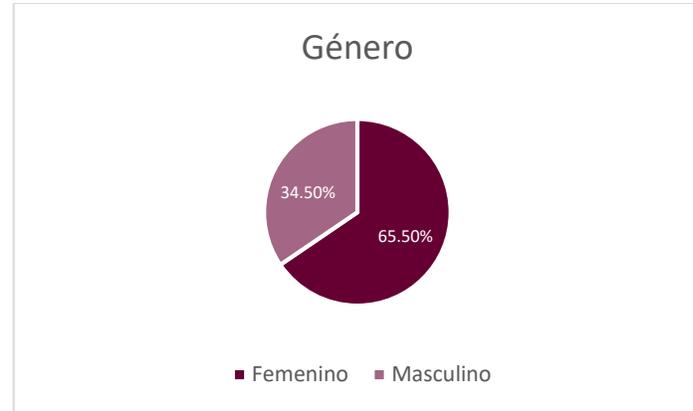
1.8 Resultado de los instrumentos y análisis de los resultados:

En la presente encuesta respondieron un total de **17** personas, una cifra por encima de la muestra estimada. Los cuales presentaron su opinión en base a sus conocimientos y experiencias.

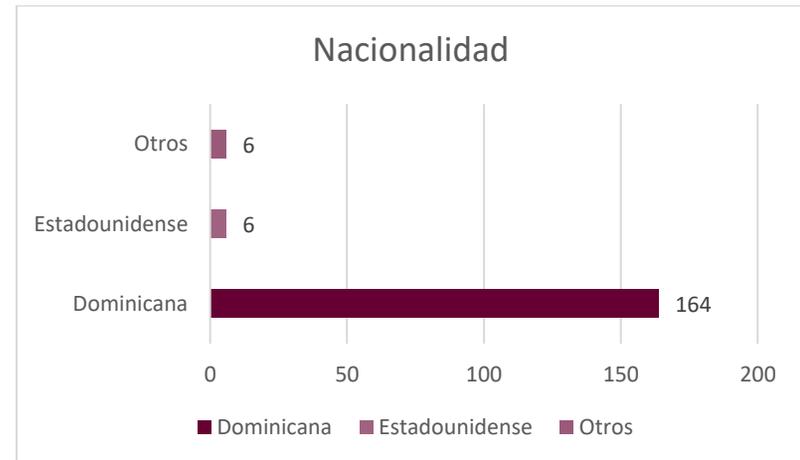
La encuesta fue completada en su totalidad en 6 días para tenerla certeza de no dejar ninguna respuesta fuera.



Se muestra que la edad que domina en este entre 18 a 30 años por un 69.5%.

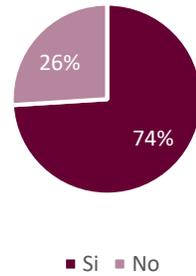


El género que predominó en esta encuesta es el femenino con un 65.5%.



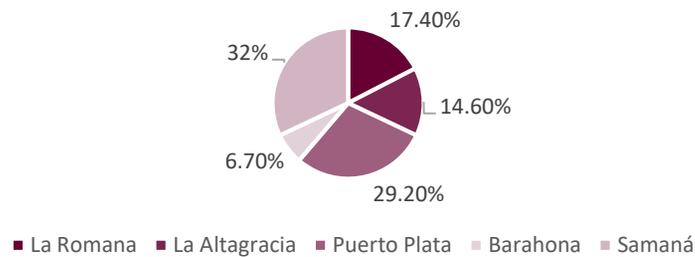
La nacionalidad que predomina es la dominicana con un total de 164 personas, siguiéndole Estados Unidos y Franceses.

¿Suele visitar lugares turísticos de República Dominicana?



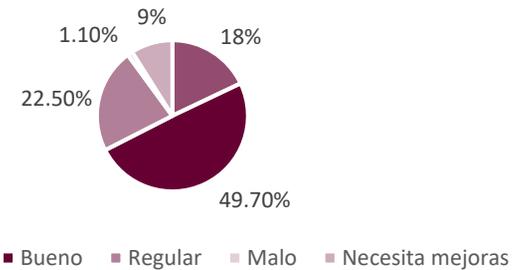
De la muestra seleccionada el 74% afirmó que suele visitar lugares turísticos del país.

De las siguientes provincias, ¿Cuál cree que tenga mayor potencial turístico actualmente?



Según los encuestados el lugar que tiene más potencial turístico es Samaná mientras que el que menos tiene es Barahona.

¿Cómo usted evalúa el potencial turístico de Puerto Plata en los últimos años?



Puerto Plata es considerada como un lugar "bueno" con relación a su potencial turístico con un total de 49.7%, pero también con un "muy bueno" con solo un 17.5%.

Opción regular para abajo especificar por qué

carece de experiencias nuevas, no presenta empeño en publicar que hay de interes en puerto plata y no presenta alguna atraccion para jovenes fuera de lo tradicional de una playa y algunos resorts

Por el abandono y descuido de los gobiernos

Pocas ofertas, cuando voy al éste me dan mucha opciones

Poca promoción

Falta desarrollo habitación al y acceso a los diferentes puntos a visitar.

Pues no se le a dado la propaganda suficiente.

Porque necesita más atención.

Yo digo que eso es por descuido y falta atención

Se necesita un cambio para el turismo tienes que mejorar la calidad en su servicio y limpieza

Por qué le falta más inversión de parte del turismo en esta zona, falta que se le exploté más turísticamente

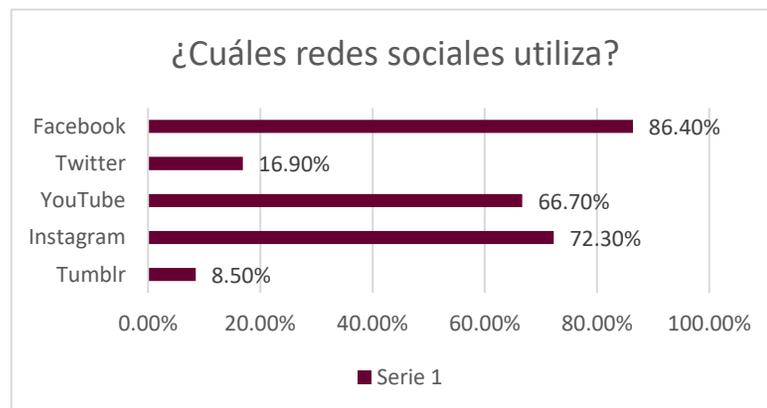
Mal manejo de los recursos

Todo ha estado generando de una excelente manera desde hace unos años mucho mas por la delincuencia y la higiene.

debido a que no se ven mejoras, los lugares aunque siempre seran los mismos, ya no llaman la atencion o por que no se esta tratando de mantener la cultura o el mismo problema que no aparecen mejoras o reacondicionamiento apreciable

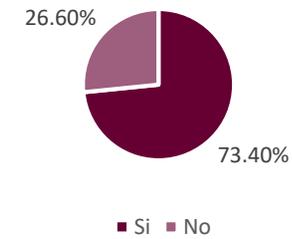
No creo que hayan innovado con el tiempo

Se resalta el descontento de los encuestados enfatizándose en la falta de atención, la higiene, la falta de innovación a los puntos turísticos ya existentes, la falta de publicidad, entre otros.



La red social más usada es Facebook, la segunda es Instagram, después Youtube, Twitter y por último Tumblr.

¿Ha utilizado páginas web para buscar información sobre un destino turístico en particular?

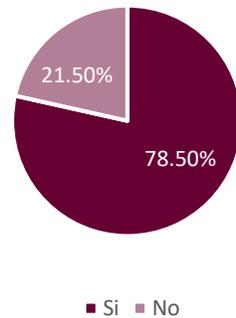


Los encuestados mayormente usan portales web para buscar información y han visto publicidad turística en el internet, también indica que un portal web definitivamente puede influir con la popularidad de Puerto Plata de forma positiva y que la puede reposicionar en el mercado.

Si su respuesta es no, especifique por qué

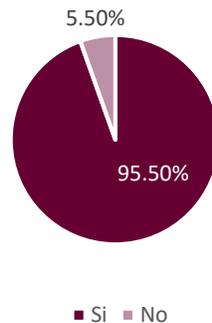
N/a

¿Ha visto publicidad turística online?



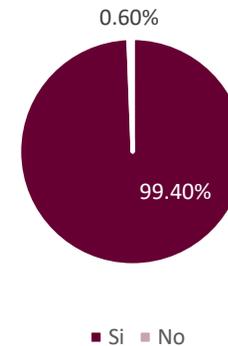
La gran mayoría expresa haber visto publicidad turística en línea.

Si le dio una evaluación regular al potencial turístico de Puerto Plata, ¿Considera que un Portal Web pueda contribuir a su reposicionamiento en el mercado turístico?



Con una mayoría de un 95.50%, se considera que efectivamente un Portal Web sería una buena herramienta para reposicionar a Puerto Plata.

¿Considera que el uso de página y portales web en el sector turismo puede influir en la popularidad de un destino o atracción turística en concreto?



Tomando en cuenta la última pregunta de esta encuesta, se considera que la opinión de la muestra es favorable a las intenciones que impulsaron este proyecto.

1.9 Entrevistas:

Se entrevistaron 3 locales localizados en Sosúa y Playa Dorada.

Hotel Sea Breeze

Calle Alejo Martínez #10, Sosúa, Puerto Plata, República Dominicana.

Entrevistado (a): Yulissa Gómez, Bartender.

¿Cuál es el aproximado de personas que recibe anualmente?

“Depende mucho de la temporada, no podría responder con certeza esa pregunta.”

¿Cuáles han sido las últimas promociones que usted ha escuchado con relación de Puerto Plata?

“No he escuchado muchas promociones últimamente.”

¿Cuáles medios usa para promocionar su negocio?

“Las redes sociales, Facebook.”

¿Mayormente, por cuál medio sus clientes se enteran de su local?

“Por las redes sociales y referencias personales.”



Entrada principal del hotel.

¿Cuáles son los puntos turísticos más visitados de Puerto Plata?

“Las playas.”

¿Su establecimiento usa Portales Web para su promoción?

“Sí.”

¿Está conforme con la cantidad de personas que visita su establecimiento anualmente en comparación con las demás provincias?

“No, deberían de venir más personas.”



Barra de cocteles situada en la entrada del hotel.



Piscina del hotel.

Le Petit François

Playa Dorada, Plaza El Pueblito, Puerto Plata, República Dominicana.

Entrevistados: Martha Sánchez, Coordinadora y José Castellanos, Mesero.

¿Cuál es el aproximado de personas que recibe anualmente?

“No estamos muy seguros, depende de la temporada. Aproximadamente llegan de 5 a 3 guaguas llenas de turistas.”

¿Cuáles han sido las últimas promociones que usted ha escuchado con relación de Puerto Plata?

“Puerto Plata ha sido olvidada en cuanto a promociones turísticas se refiere.”

¿Cuáles medios usa para promocionar su negocio?

“Internet.”

¿Mayormente, por cuál medio sus clientes se enteran de su local?

“Internet.”

¿Cuáles son los puntos turísticos más visitados de Puerto Plata?

“Todo lo incluido en la zona.”

¿Su establecimiento usa Portales Web para su promoción?

“Sí.”

¿Está conforme con la cantidad de personas que visita su establecimiento anualmente en comparación con las demás provincias?

“No, deben de venir más personas. El detalle está en que se han enfocado en promocionar otros lugares, Punta Cana, por ejemplo, pero Puerto Plata ha sido muy descuidado y no nos proporcionan muchos recursos.”



Vista general del restaurant.



Interior del restaurant.

Kite Legend School

Playa Chaparral Costa Dorada, 57000 Puerto Plata, República Dominicana.

Entrevistado: Gerald Domínguez

¿Cuál es el aproximado de personas que recibe anualmente?

“3 a 5 guaguas según la temporada.”

¿Cuáles han sido las últimas promociones que usted ha escuchado con relación de Puerto Plata?

“No he escuchado promociones.”

¿Cuáles medios usa para promocionar su negocio?

Internet.

¿Mayormente, por cuál medio sus clientes se enteran de su local?

“Internet, las redes sociales.”

¿Cuáles son los puntos turísticos más visitados de Puerto Plata?

“Chaparral, Plaza el Pueblito, Long Beach”

¿Su establecimiento usa Portales Web para su promoción?

“Sí.”

¿Está conforme con la cantidad de personas que visita su establecimiento anualmente en comparación con las demás provincias?

“No, para nada.”



An illustration of a woman with dark hair in a ponytail, wearing a light-colored sweater, sitting at a table and reading a book. A wine glass with red wine is on the table. The scene is set in a cafe or library with a striped cushion and a window in the background. Large, stylized autumn leaves in shades of purple and brown are overlaid on the left and bottom of the image.

CAPÍTULO II

Marco Teórico

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1 Turismo:

2.1.1 Conceptos:

Según Vélez (2017) el turismo se define como el fenómeno sociocultural de la contemporaneidad y herramienta de relación e intercambio social, así como promotor de una ciudadanía cosmopolita.

La ley de Turismo de Ecuador (Asamblea Nacional, 2002) lo define como el ejercicio de todas las actividades asociadas con el desplazamiento de personas hacia lugares distintos al de su residencia habitual sin ánimo de radicarse permanentemente en ellos.

Isidro A. Vera (Realidades del Turismo Local. Compilación de opiniones turísticas, 2018) expone que el turismo es entendido como una actividad multidisciplinar que involucra el traslado temporal de individuos o grupos desde su lugar de residencia habitual hacia determinado sitio de interés turístico, tal traslado implica un gasto turístico o derrama turística.

La Organización Mundial del Turismo conocida por su sigla OMT, expresa que el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros

2.1.2 Origen y evolución:

Acerenza hace referencia en su obra a que el origen del turismo se remonta en la antigua Babilonia, donde ya se realizaban viajes entre un lugar a otro, sin embargo, en “La Odisea” se plasma la afición que sentían los griegos con relación a viajar a lugares en los que se celebraban competencias olímpicas.

Definir las “actividades familiares” que se realizaban en esta época es un tema complicado, debido a que cuyas actividades que hoy en día se asocian fielmente a lo que es el turismo en nuestra actualidad surgen con la llegada del Imperio Romano.

“La historia cuenta que, durante el apogeo del Imperio, en los meses de verano se producían considerables movimientos de

gente que desde Roma se dirigían hacia el campo y hacia los sitios de verano situados a las orillas del mar.” (Acerenza, 2006)

Según Fernández Fuster (1974) existían villas vacacionales situadas en bahías, lo que vendría siendo una especie de ancestro de los centros vacacionales que hoy en día se conocen como hoteles.



Ilustración de peregrinos en Roma.

Los romanos también visitaban templos y santuarios por las actividades que se celebraban, además de ir con frecuencia a los llamados baños termales.

Aunque los romanos realizaban estas actividades sin tener el nombre de turismo, hoy en día gracias a los elementos asociados a dicha palabra se puede considerar que estas actividades son antecedentes de lo que se conoce como turismo hoy en día.

También en la obra de Acerenza se hace mención de la relevancia que tuvieron las cruzadas con lo que al origen y evolución del turismo respecta, debido a que los viajes que realizaban los soldados contribuyeron un aporte significativo al comercio. Esto motivó a que mercaderes y peregrinos se trasladaron a lo largo de Europa Medieval.



Ilustración de los baños termales romanos.



Ilustración del Templo de Marte.

Rodríguez Pulgarín, (2011) en su obra expresa que finalizando el Siglo XVI se enviaban jóvenes a hacer el “Grand Tour”, lo cual consistía en estudiar en el extranjero y adquirir experiencia. De aquí nacen las palabras: turismo, turista, entre otras.

A lo largo del tiempo surgieron diversos acontecimientos relevantes en la evolución de lo que es turismo hoy en día, entre estos está el primer viaje turístico organizado de la historia por Thomas Cook en el año 1841 y en el 1867 se presentó por primera vez una especie de bono que autorizaba a las agencias de viajes que permite su utilización en hoteles.

Rodríguez también expone que a finales de la Segunda Guerra Mundial se empezó a pulir el concepto de turismo y actividades turísticas, siendo considerado como uno de los pilares más importantes a considerar en los factores económicos de una nación.



Recorrido del Grand Tour.

2.1.3 Tipos de Turismo:

En la obra de Ibáñez y Cabrera (2011) se habla extensamente de la clasificación del turismo se toman en cuenta diversos factores reduciéndose a cuatro formas o situaciones en las que se puede nombrar los diferentes tipos de turismo.

2.1.3.1 Clasificación según el motivo de viaje: Se toma en cuenta la razón por la cual una o varias personas deciden emprender un viaje. Las modalidades turísticas que están dentro de esta sección son:

- **Turismo masivo:** Actividades relacionadas con el sol y la playa. También las actividades culturales en grandes ciudades forman parte de esta modalidad.

- **Turismo alternativo:** Dentro de esta modalidad se encuentra el ecoturismo, turismo de aventura y el turismo rural.



27 saltos de Damajagua.

2.1.3.2 Clasificación según el origen del turista: Esta es de mucha relevancia cuando se quiere medir la evolución del turismo en base a la nacionalidad del turista y de donde proviene. Las modalidades turísticas pertenecientes a esta clasificación son las siguientes:

- **Turismo receptivo:** Se refiere a cuando extranjeros visitan otro país con la intención de permanecer un tiempo limitado en el mismo.
- **Turismo egresivo:** Se le llama así al movimiento de residentes y nativos del país o ciudad en cuestión ya sea por motivos comerciales o turísticos.
- **Turismo extranjero:** Este clasifica cada visitante según la nacionalidad de este considerándolo extranjero si no es del país al cual visita.



Puesto de Bicicletas para turismo. Zona Colonial.

- **Turismo nacional:** Dentro de esta modalidad se encuentran personas de la misma nacionalidad del país en cuestión que van a una zona turística.
- **Turismo internacional:** Este engloba a todo visitante extranjero independientemente el motivo por el cual viaje, sin embargo, se toma en cuenta específicamente el permiso que el mismo posee para permanecer en el país de destino por un tiempo limitado o indefinido.
- **Turismo interno:** Son las actividades realizadas por residentes nacionales o extranjeros en un país, específicamente en otra región, pero dentro del territorio nacional durante un plazo mayor a 24 horas, pero menor a 90 días.



Vendedor de coco de agua y limoncillos.



Carnaval vegano.

2.1.3.3 Clasificación según los precios y el tipo de consumo

de los servicios turísticos: Se puede tomar en cuenta el costo de las actividades que los turistas realizan estudiando el segmento de la población que cuenta con la capacidad económica para acceder a dichas actividades.

- **Turismo social:** Consiste en las actividades turísticas que son en primer lugar patrocinadas por organizaciones gubernamentales, como por ejemplo el Ministerio de Turismo, invitando a las personas a visitar zonas turísticas y a participar en actividades culturales.

- **Turismo selectivo:** Este se limita a sectores especiales, un ejemplo de esto es la clasificación según las clases sociales.
- **Turismo subvencionado:** Trata de brindar beneficios a un nicho en la población que no posee los recursos para costear una que otra actividad turística.

2.1.3.4 Clasificación según las tendencias de cambios de necesidades, gustos y preferencias en la gente: Es la forma más común de clasificar modalidades turísticas debido a que se compilan en base a los intereses de las personas. Esto aplica tanto para residentes extranjeros y nacionales. Las actividades que forman parte de este grupo son:

- **Turismo cultural:** Consiste en conocer y disfrutar características y elementos culturales de un lugar en específico.
- **Turismo religioso:** Desplazamientos de fieles de un lugar a otro por motivos de devoción religiosa.
- **Turismo gastronómico:** Trata sobre viajes realizados con fines de conocer exclusivamente la gastronomía de un lugar en cuestión.
- **Turismo idiomático:** Viajes que se realizan para fines de aprendizaje o dominio de otro idioma ajeno al materno.
- **Turismo de salud:** Consiste en buscar en el extranjero tratamientos para enfermedades o centros de relajación.
- **Turismo de parque temáticos:** Aquí forman parte los turistas que viajan con la finalidad de disfrutar atracciones destinadas a la diversión entre otros recursos de ocio, ya sean naturales o creadas por el mismo ser humano.
- **Turismo de negocios:** Se compone en su mayoría por empresarios que viajan por motivos profesionales y de negocios.
- **Turismo sexual:** Viajes realizados con el único fin de sostener relaciones sexuales. Los motivos que conllevan a realizar este tipo de turismo pueden variar, sin embargo, la principal puede ser que un individuo encuentra más atractivos a determinados grupos étnicos.

2.2 Turismo como pilar económico en Rep. Dominicana:

Siendo uno de nuestros principales atractivos, el turismo es una de las más grandes vías de ingresos en el país debido a sus características caribeñas. Su clima y playa son perfectas para vacaciones, sobre saltando entre sus destinos Punta Cana, siendo una de sus municipales más visitadas, seguida de Bávaro.

Resaltando sus aspectos culturales, Santo Domingo contiene el Fuerte de Navidad, siendo uno de los primeros en tierras americanas, este a su vez dio paso a la primera ciudad española, la Isabela para después de años ser conocida como Santo Domingo de Guzmán siendo su ciudad colonial un patrimonio de la humanidad por UNESCO.

Estudios revelan el impacto de esto por medios del PIB, posicionando por un tiempo como cuarta nación en Latinoamérica y El Caribe que más aporte tubo con relación a

este en el sector de varios negocios con relación al turismo, específicamente hoteles, bares, restaurantes entre otros, dando un aporte de 8.4% al país por tan solo el turismo.

“Turismo Dominicano, un mar de oportunidades” según comenta la Asociación de Hoteles y Turismo de República Dominicana (ASONAHORES, s.f).

Además de lo anterior mencionado, cabe mencionar los siguientes:

- Sus inversiones se llegan entre los \$3,106 millones.
- Por cada 100 empleos directamente relacionados con el turismo, otros 211 nacen fuera de este.
- Turismo genera US\$2,454 millones netos, equivalente al 50% de las RIN.

El dinamismo de la industria turística en nuestra economía no crecería ni se fortaleciera de la misma manera.

En base a un artículo del Periódico Hoy (2017) en los últimos 15 años consecutivos la llegada de turistas ha tenido un crecimiento positivo y al cerrar el 2017 cerca de 6.2 millones visitaron nuestro país, colocándolo como el tercer destino turístico más importante de Latinoamérica, superado por Brasil y México.



Cayo Arena.

2.3 Herramientas del Turismo:

2.3.1 Digitalización como herramienta potencial en el sector turismo:

El paso a los medios digitales marca una precedente diferencia en la forma en que el turismo se maneja, su influencia en los destinos que deciden los turistas y lugares de vacaciones hasta lo que hace cuando esto termina. Volviendo a los medios digitales unas de las principales elecciones al momento de planear los viajes comparado con agencias de viajes en el día de hoy.

De la muy conocida rapidez en obtener información en la que ya estamos acostumbrados, hasta cosas que pueden parecer un poco exorbitantes como el uso de realidad virtual y aumentada que facilitan visitar lugares miles de kilómetros de distancias para crear interés en los posibles turistas.

Para el país, mantenerse a la vanguardia con el propósito de presentar las bondades de nuestro país, es importantes el uso de los recursos tecnológicos de forma eficaz, entre alguna de ellas están:

- **Tecnología móvil:** gran compañero de viajes, permitiendo su uso como guía, mapa y agente de viajes de confianza
- **Realidad aumentada:** permite de forma económica al turista ver sitios importantes de forma económica y fácil

Hoy día se han aplicado en el país buena parte de lo que se ha hablado como la realidad virtual y un portal web para el país como destino turístico.

En 2015, el Ministerio de Turismo de República Dominicana (MITUR) tomó la delantera con experiencias de inmersión en realidad virtual con la creación de vídeos de experiencia 360 grados que llevan a destinos como Puerto Plata y Samaná.

En cuanto a nuestro portal web, Magaly Toribio (asesora de Mercadeo del Ministerio de Turismo) reconoce el impacto de la tecnología y la internet en el turismo, sabiendo que hoy día las páginas y portales web son uno de los mejores escenarios para exponer al mercado internacional las atracciones del país.

Siendo una herramienta vistosa y altamente eficiente permite mostrar el contenido que se decía promocionar el contenido de manera fácil y rápida.

El Portal oficial de promoción para nuestro país Godominicanrepublic.com fue ganadora de los premios ADDY® y Summit, entregados por la American Advertising Federation (AAF) y la Summit International Award (SIA).

El sitio web se presenta en los idiomas español, inglés, alemán, italiano, francés y ruso. También es desarrollado usando HTML, CSS3, jQuery y Ajax. Sistemas que permiten el fácil manejo

entre diferentes plataformas como Computadoras, dispositivos móviles y tabletas.

2.3.2 Sitios web de comparación de precios, productos y calidades:

Para cualquier actividad, mayormente siempre es acompañada por sitios web que la acompañen, y el turismo nunca ha estado corto de estas. Cosas como tarifas de viajes, Hoteles de hospedaje, puntos de interés, días festivos, rutas de viajes y muchas más operaciones se le presentan al usuario para su comodidad al momento de elegir a dónde viajar, sea dentro del interior de su país de origen o hacia el extranjero.

Entre las páginas que se pueden resaltar están:

godominicanrepublic.com: Representado a República Dominicana y todo su esplendor, godominicanrepublic.com es un sitio web hecho por el Ministerio de Turismo de la República Dominicana con el propósito de promover nuestro turismo.

Traducido al español, inglés, alemán, italiano, francés, ruso, chino y japonés y siendo premiado en el 2011 por varias instituciones como la American Advertising Federation (AAF) y la Summit International Award (SIA). La página ofrece varios enlaces para conocer el país de tanto aspecto geográfico como cultural dentro de La Isla.

Tanto como puntos de interés, alojamientos, rutas y consejos de cómo moverse dentro del país, experiencias como deportes practicados, áreas naturales y ocio, información variada acerca del País, así como multitud de media para ver sobre el destino y Blogs que hablan sobre lo último de interés ocurriendo en él.

telefericopuertoplata.com: Orientado a un área mucho más específica, Teleférico Puerto Plata Cable Car muestra la famosa atracción del teleférico en Puerto Plata, no solo da información sobre horarios de trabajo y locación, si no, brinda historia sobre cómo se construyó, su localidad como también un poco de información sobre el municipio de Puerto Plata y conexión a varias redes sociales dónde se puede estar al día con lo último que está pasando.

telefericopuertoplata.com: es un ejemplo para seguir de como promocionar una atracción cultural dentro de un municipio de forma sencilla y concisa, además de actualizar al usuario de evento importante. Su diseño simple muestra ayuda e información de interés sobre el lugar, promoviendo su visita y fácil llegada.

gosamana.com: Si el propósito de **godominicanrepublic** era mostrar los atractivos turísticos de nuestro País, gosamana (Ven a Samaná) muestra todos los esplendores de la provincia de Samaná al público de manera vistosa y eficaz.

Samaná siempre ha sido uno de los destinos turísticos más concurridos del país, recibiendo anualmente unos 57,000 de visitantes.

Reconociendo esto, la Asociación de Hoteles y Empresas Turística de Samaná (AHETSA) en colaboración con el Clúster Turístico de Samaná (CTS), lanzaron a www.GoSamana.com. un sitio web totalmente orientado al turismo y actividades en Samaná, mostrando un gran catálogo de hoteles en la provincia y presentados en español, inglés y Frances.

Destinos, rutas de viajes, actividades, hospedajes, restaurantes, planificados de viajes y las últimas noticias con relación al turismo dentro de la Provincia, El sitio provisiona al usuario de todo lo que necesita saber para viajar a Samaná y tener unas agradables vacaciones.

2.3.3 Herramientas de búsqueda y edición de información:

Debido a la gran cantidad de información que se encuentra en el internet, no parece raro la creación de algún sistema de catalogar y encontrar los datos deseados de manera más rápida, este proceso es mediante la búsqueda de algunos temas claves con relación a la búsqueda y la correcta indexación de la información.

En el área con relación al turismo esto se aplica de la misma manera, habiendo varias páginas acatando estas necesidades con un gran listado de puntos de interés y hospedajes que ayudan al turista la manera de organizar.

La forma en que las herramientas de búsquedas funcionan pueden clasificarse como:

Directorios: Hechos de forma barata y no necesitan muchos recursos debidos a sus simples algoritmos que usan algunos de los datos de la página, como el título y la descripción que introducimos al momento de registrar el sitio en el directorio.

Motores de búsqueda: son un sistema informático que busca archivos almacenados en los servidores web, esta búsqueda se hace por medio de palabras claves o árboles jerárquicos por temas y suelen tener más información que los directorios debido que operan de forma automática.

Metabuscaadores: Estos sistemas localizan la información de los motores de búsquedas más usados y carecen de base de datos propia, por lo cual necesitan a otros. Para resumir, son buscadores de buscadores.

Entre los motores de búsquedas más conocidos están:

Trivago.com: De origen alemán, y conocido internacionalmente, Trivago fue el primer buscador de hoteles online de su tipo en su país y está disponible en las de 50 países, en la página presume que es el buscador para hoteles más grande en el mundo. La aplicación, escanea los sitios web de los hoteles y da los precios, disponibilidad. imágenes y reviews al instante. cuando el usuario elige el establecimiento lo redirigen a un sitio web que le completa el booking del lugar.

Viajar.com: Fundado en 2006, son una agencia de viajes en línea que ofrece una gama amplia de viajes a medida, desde paquetes vacacionales, viajes improvisados pasando a viajes dinámicos, vuelos, hoteles, cruceros y vías por tren.

Asociado al grupo lastminute.com que son un líder europeo en el sector de ocio, este se encarga de proveer viajes inteligentes con la tecnología para simplificar estos. disponen de 15 idiomas y en 35 países.

kayak.com: Fundado en el 2004 es un metabuscador de viajes disponible en 18 lenguas diferentes. Hoy en día procesan cerca de 2 billones de búsquedas de información con relación a viajes anualmente de manera internacional. Cada consulta proporciona toda la información que necesitan para vuelos, hoteles, alquiler de autos y paquete de vacaciones de todo tipo.

2.3.4 Mapas y atlas interactivos:

Gracias al desarrollo de las tecnologías recientes tenemos la oportunidad de diseñar sitios de cartografía online o “Web mapping” como se le dice en inglés. Estas son aplicaciones interactivas de mapas en líneas que ofrecen información sobre las locaciones por medio del GML (Geographic Markup Language) o Lenguaje de Marcado Geográfico en español.

La llegada del web mapping puede ser vista como una tendencia de mayor impacto debido a que anteriormente la cartografía era restringida para algunas compañías, instituciones, agencias de mapeado además de requerir hardware muy complejo y personas muy capacitadas.

Hoy día el web mapping trae una gran selección de aplicaciones y sitios web gratuitos que ayudan al usuario a dirigirse en cualquier lugar dentro y fuera del país, además de brindar recursos como estructuras en 3d de ciertos sitios, horarios de instituciones y servicios, opiniones de otros usuarios los lugares, muestras puntos de interés entre otras cosas.

Su aplicación está dirigida mayormente para la movilización cotidiana en el tráfico, aunque puede ser un recurso muy importante para el turista que se encuentre visitando cualquier lugar.

Entre los webs mapping más conocidos podemos mencionar:

Google Maps: Creado en el 2005 de parte del gigante de Google, Google Maps es un servicio de aplicaciones de mapas que se ofrece en varias plataformas. Da información sobre el tráfico de las rutas, recalcula las rutas de viaje de forma dinámica, brinda opiniones de otros usuarios sobre diferentes lugares, permite ver información sobre los destinos, da al usuario una vista satelital a nivel global y entre muchas opciones más.

Waze: Es una aplicación de navegación GPS de origen israelí, que se ve más orientado a dispositivos móviles como celulares inteligentes y tabletas. entre sus características está su navegación de monitoreo en tiempo real, es conformada por la información de los usuarios en cuanto al tiempo de llegada y detalles de la ruta y crea un ambiente de comunidad, haciendo llamar a los usuarios “wazers”

Fue comprada en 2013 por Google y también en el mismo año recibió el premio como mejor aplicación móvil en general.

Maps.me: Lanzado en el 2011, permite soporte GPS para navegación local, calificación de rutas para autos, bicicletas y a pie de manera offline, booking para hoteles, compartido de locación, vista de 3D de edificios entre otras funciones más.

Es una de las más sencillas en comparación a las del momento, pero con la característica ser un servicio de uso offline ya que permite la descarga de su mapa para su uso sin consunción de data.

2.3.5 Planificación de viajes:

Esta herramienta tiene el propósito de permitir al usuario confeccionar un plan para calcular qué hará en el día durante su viaje a su destino. este recoge todas las actividades (con horarios) que se desea llevar a cabo durante el viaje.

además de facilitar su creación, el usuario debe poder desarrollar planes predefinidos que ayuden como ejemplo para cualquier turista, que este pueda cambiarlos y enviarlos a los demás usuarios para que también los demás puedan realizarlos.

Entre las ventajas de manejarse con un planificador de viajes tenemos: La adaptación de plan turístico al perfil del cliente, planes personalizables, envío de planes y cálculo de distancia entre recursos.

Desde el punto de vista empresarial, el turista promedio no suele viajar más de 2 veces al año. usualmente no tienen mucho tiempo para planear sus vacaciones en detalle así que buscan facilidades como son los planificadores de viajes que le ayudan a seleccionar los lugares más convenientes para su viaje.

Entre algunas aplicaciones se pueden mencionar:

Google Trips: Hace más fácil la planeación y organización de los viajes. automáticamente mapea una sugerencia para el día entero sobre cosas que ver y hacer, buscador de los lugares de interés más cercanos y otros puntos de interés cercanos a este, brinda toda la información necesaria sobre reservación y números de teléfonos y direcciones de correo electrónico en un solo lugar además de poder ser totalmente usable de manera offline.

Tripit: Es una aplicación de organización de viajes que automáticamente crea un itinerario maestro para cada viaje, permitiendo acceder a todos los planes de viajes en cualquier momento y dispositivo. una vez que se hacen las confirmaciones de viajes, se envían la información del hotel, carro de renta y cualquier otro tipo al email plans@tripit.com, usando estos detalles la aplicación crea un extenso plan de viaje en cual puede ser accesado en cualquier dispositivo, además de que este puede ser cambiado si se especifica con quién se está viajando.

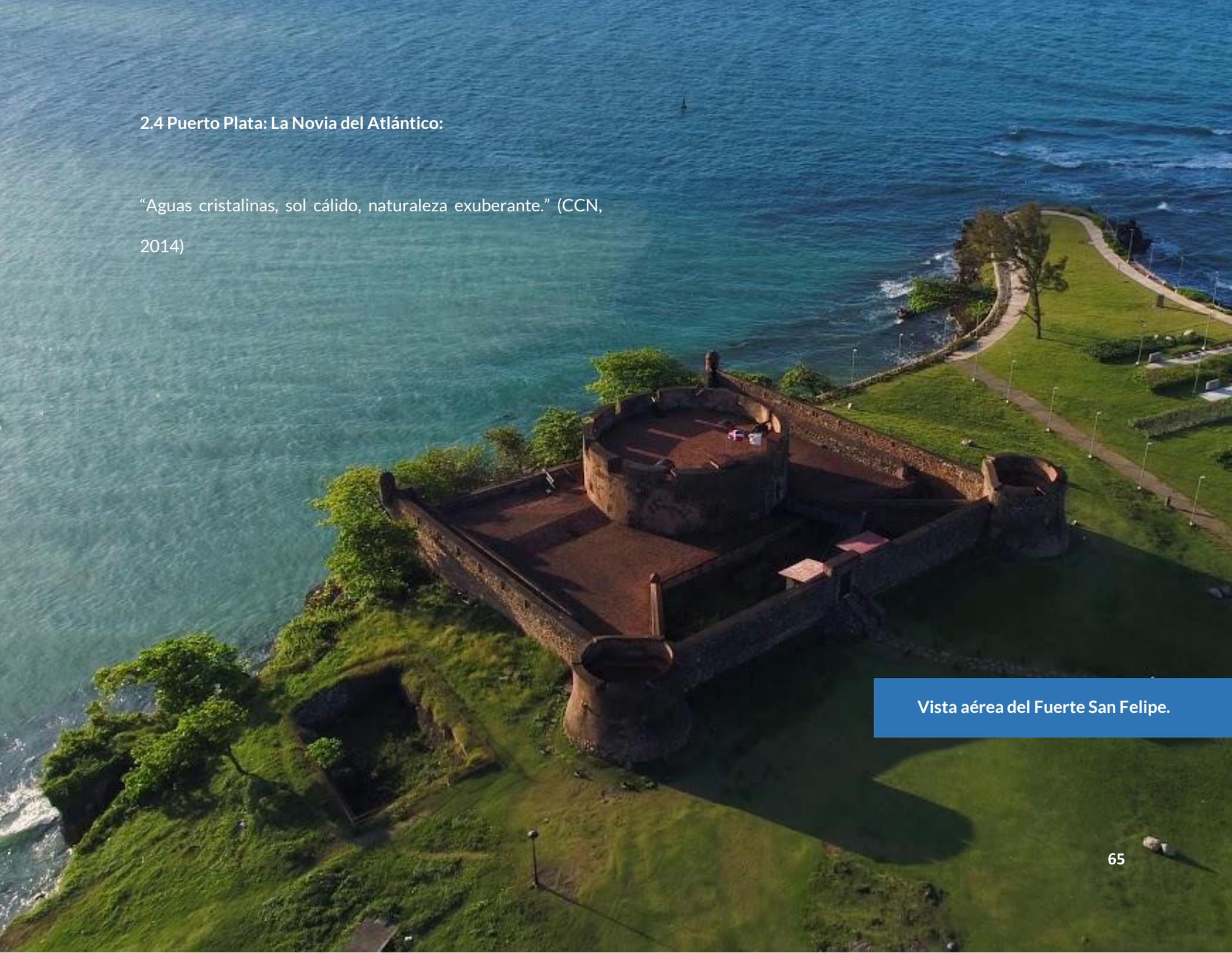
Todo esto de forma gratuita, aunque se puede ofrecer una tarifa anual para tener más funciones en la aplicación.

Travel Bank: Es una herramienta para el cálculo y control del coste de un viaje de negocios según el promedio de precios de los hoteles, viajes y comidas en el destino. La aplicación permite generar informes sobre el coste del viaje en función de los pagos realizados.

Travel Bank permite buscar vuelos, hacer que coincidan con sus compañeros laborales, asistencia 24/7, registro del kilometraje como un seguimiento del presupuesto del viaje para comprobar que se está dentro de los límites previstos, y en caso de ser así se acumulan puntos de recompensas que pueden ser cambiados por tarjetas de regalos de Amazon.

2.4 Puerto Plata: La Novia del Atlántico:

“Aguas cristalinas, sol cálido, naturaleza exuberante.” (CCN, 2014)



Vista aérea del Fuerte San Felipe.

2.4.1 Geografía

Según el Ministerio de Economía (2015) la provincia Puerto Plata está situada en la región Norte; su común cabecera es el municipio Puerto Plata. Limita al norte con el océano Atlántico, al este con la provincia Espaillat, al sur con las provincias Santiago y Valverde y al oeste con la provincia Monte Cristi.”

Esta provincia es perteneciente a la región Cibao y consta de 9 municipios, cada uno con sus respectivos encantos. San Felipe de Puerto Plata, Sosúa, Altamira, Villa Montellano, Imbert, Villa Isabela, Luperón, Los Hidalgos y Guanatico.

El relieve de Puerto Plata está conformado por la Cordillera Septentrional y los llanos costeros de Puerto Plata, Yásica y Bajabonico, mismo nombre que poseen los 3 ríos principales de dicha provincia.



Montañas cubiertas de neblina. Puerto Plata.

2.4.2 Clima

El Ministerio de Economía define el clima de Puerto Plata de la siguiente manera:

“(…) Bosque húmedo subtropical y tropical húmedo de bosque. Se registra una temperatura media anual de 25°C en la llanura costera y de 17°C en la cima de la cordillera. Precipitación media anual de 1,815.7 mm3.”

En la provincia de Puerto Plata predomina un microclima tropical húmedo de bosque, de sabana y seco en su extremo oeste. Lo cual viene siendo un factor favorable para su economía, debido a que la agricultura se destaca dentro de su economía siendo exportadora de cacao, tabaco, café, plátano y maíz.

Además de que también favorece en su sector ganadero, siendo también base de industrias lácteas y cárnicas, el sector azucarero y destilerías.

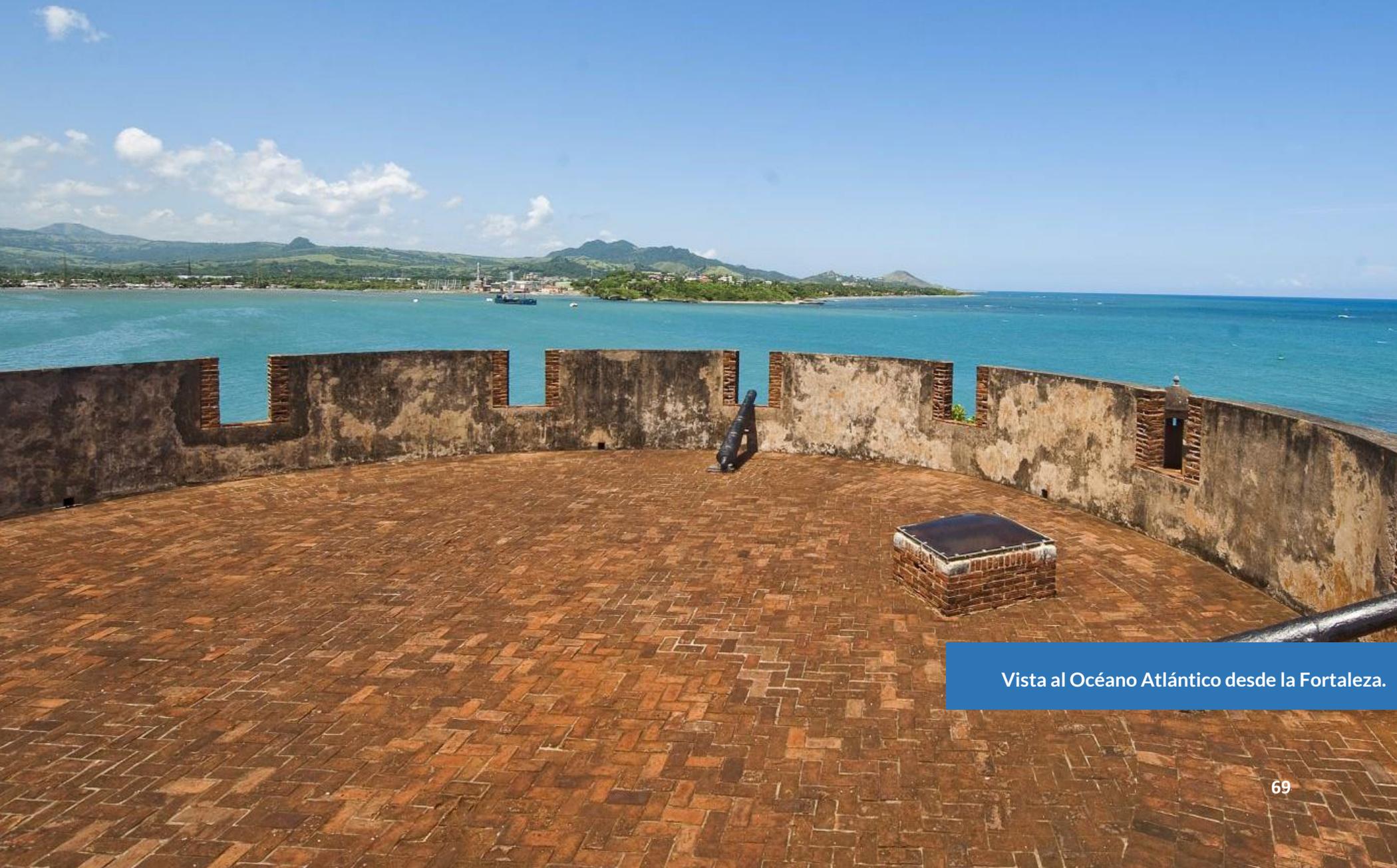
2.4.3 Historia

En Puerto Plata se fundó el primer asentamiento europeo en América, llamado “La Isabela” o “Villa Isabela” en honor a la Reina Isabel I de Castilla en el 1493 durante el primer viaje de Cristóbal Colón. La ciudad de Puerto Plata se fundó en los inicios de la colonización hispánica por Nicolás de Ovando, aproximadamente en el 1502, sin embargo, tras verse afectada por las “Devastaciones de Osorio” entre los años 1605 y 1606 para luego volver a ser repoblada a partir del año 1736.

Con el pasar del tiempo se convirtió en el puerto principal de la zona del Cibao principalmente para la exportación de tabaco. Ya para 1866 fue declarada cabecera del distrito Independiente y sede del gobierno de Gregorio Luperón, cuyo museo y hogar actualmente se encuentran en dicha provincia.

En la década de los 90s fue, después de Santo Domingo, la provincia con mayor cantidad de visitas turísticas al año representando un 30.79% del total de turistas que visitaban el país a finales del 1999 según expresa el Banco Central de la República. Sin embargo, ya para el 2001 su importancia en el sector turismo decayó por diversos factores, entre estos una amplia gama de variedades que poseían otros puntos turísticos del país.

2.5 Turismo en Puerto Plata: Explorando La Novia del Atlántico.



Vista al Océano Atlántico desde la Fortaleza.

2.5.1 Lugares históricos y culturales:

2.5.1.1 Parque La Puntilla:

Es un área cultural en donde finaliza el Malecón de Puerto Plata, en sus alrededores se encuentra el Anfiteatro de Puerto Plata y la Fortaleza San Felipe. La Puntilla representa un gran valor cultural destacado por una arquitectura urbana que lo compone.

“La Puntilla del malecón, junto con la montaña Isabel de Torre y la glorieta de la plaza Independencia, es uno de los lugares más emblemáticos del paisaje urbano de Puerto Plata.”
(Ortega, 2017)

Actualmente cuenta con nuevo equipamiento deportivo y juegos de niños, lo cual lo convierte en uno de los lugares más visitados de la provincia.



2.5.1.1.1 Fortaleza San Felipe:

Es un monumento histórico construido en el siglo XVI como defensa de la ciudad de Puerto Plata hacia ataques de piratas. Dentro de la misma se encuentra una exposición de objetos de alto valor arqueológico.

También se encuentra el “Faro de Puerto Plata”, el cual está en pie desde el año 1876 y tiene más de 24 m de altura.



Faro de Puerto Plata.



Fuerte San Felipe.

2.5.1.1.2 Anfiteatro de Puerto Plata:

Es el nuevo elemento protagónico del parque. Tiene una capacidad para 4,000 personas y se encuentra al aire libre. El diseño de las graderías se diseñó de manera en que se pueda crear cierta armonía con la naturaleza del parque y la topografía de la zona.



Estatua en Honor a Gregorio Luperón.



Anfiteatro de Puerto Plata.

También llamada Catedral de Puerto Plata fue construida originalmente antes del 1863, sin embargo, la iglesia original estaba hecha de madera, pero fue destruida a causa de un incendio en ese mismo año durante la llamada “Guerra de la Restauración”.

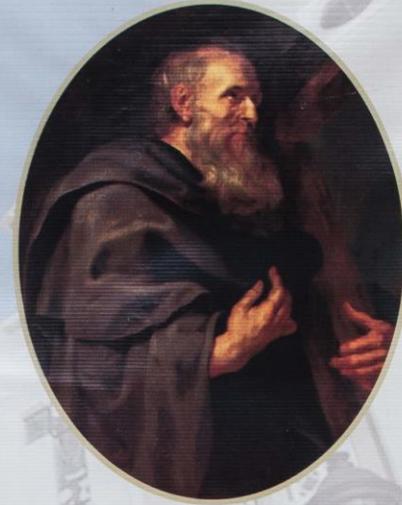
Ha pasado por varias reconstrucciones empezando en 1929, pero más tarde dicha reconstrucción se vio afectada por un terremoto en el 1946, finalizando oficialmente en 1956. Años después en el 2003 otro terremoto afectó la estructura la cual fue restaurada en el 2008.



Reloj localizado en una de las torres de la Catedral.



DIÓCESIS DE PUERTO PLATA
CATEDRAL SAN FELIPE APÓSTOL



HORARIO DE EUCARISTÍA

LUNES	05:30 P.M.
MARTES A VIERNES	06:00 A.M. 05:30 P.M.
SÁBADO	05:30 P.M.
DOMINGO	08:30 A.M. 10:00 A.M. 05:30 P.M.

De izquierda a derecha: Frente de la Catedral y
Horario de Eucaristía.

2.5.1.3 Casa Museo Gregorio Luperón:

"Cuando un pueblo no sabe ser libre se complace en ser esclavo, maldice a sus libertadores y besa el látigo de sus amos".

(Gregorio Luperón, s.f.)

El General Gregorio Luperón, reconocido por su rol en la guerra de la Restauración y como presidente provisional de la República Dominicana entre 1879 y 1880.

Su antigua residencia fue remodelada y adecuada para fines de recordar lo que fue su vida. Fue inaugurado en el 2012 con la intención de que visitantes de este museo conozcan mucho más sobre el General Luperón en base a imágenes, videos, exhibiciones de sus pertenencias, recreación de vestimentas además de una ambientación similar a la que prevalecía en el siglo XIX.

Las personas que han visitado este lugar afirman que la presencia del general se siente en cada rincón de esa casa. Allen Campos Reyes, miembro personal de este museo lo define como "museo vivo" tras asegurar que realmente el espíritu de Luperón se encuentra allí.



Letrero del museo.



Casa Museo Gregorio Luperón

Casa Museo
GENERAL
GREGORIO LUPERÓN
Primer Excmo.
de la Restauración



2.5.1.4 Museo del Ámbar Dominicano:

Fundado en el 1982, el museo se encuentra totalmente dedicado al Ámbar, poseyendo una de las mejores colecciones de esta haciéndolo uno de los principales puntos turísticos de puerto plata no solo para el público general sino también para científicos relacionados con el tema.



Cartel informativo.

entirely to amber in the Dominican Republic. Its collection of this non-metallic mineral is considered one of the best in the world. The museum provides visitors with a window on this prehistoric world.



Museo del Ámbar Dominicano.

2.5.1.5 Parque Central de Puerto Plata:

Construido en 1972 de parte del General Luperón, se encuentra en el centro de la ciudad cerca del ayuntamiento en su propia zona con edificaciones victorianas, casa de cultura y la Catedral San Felipe.

Su estructura se compone de dos plantas de forma octagonal con galería doble y compuesta de arcos moriscos.



Glorieta Victoriana del Parque Central de Puerto Plata.



Parque Central de Puerto Plata.

2.5.1.6 Ruinas de La Isabela:

Albergando los restos de la primera villa de origen europeo en el continente americano, el parque de Villa la Isabella representa una gran importancia como punto histórico y arqueológico. Esta tiene 3 zonas relacionadas entre sí las cuales son su núcleo arqueológico, el asentamiento militar y su área protegida.



Letrero de bienvenida al parque.



Letrero.



Ruinas de La Isabela.

2.5.1.7 Museo Judío:

Se encuentra en el municipio de Sosúa, donde se refugiaron cerca de 600 personas judías del régimen de la Alemania Nazi durante la Segunda Guerra Mundial. El gobierno dominicano concedió a dichos migrantes la oportunidad de establecerse en el país otorgándoles una nueva vida libre de maltratos y discriminación.

Objetos originales de los refugiados se encuentran en este lugar, siendo parte del legado de la herencia judía en República Dominicana.



Letrero con horario de entrada.



MUSEO

Museo Judío.

2.5.1.8 Hacienda Cufa:

“(…) ubicada en la sección Mariposa en el municipio de Guanatico, donde conocerá todo lo relacionado con los mecanismos de producción del cacao orgánico y la elaboración artesanal de “la bebida de los dioses”.”

La Hacienda Cufa pertenece a la Ruta del Cacao, una de las excursiones que Puerto Plata actualmente tiene a disposición de los turistas.



Cartel exterior.



Cacao y semillas de cacao.



Entrada a la Hacienda Cufa.

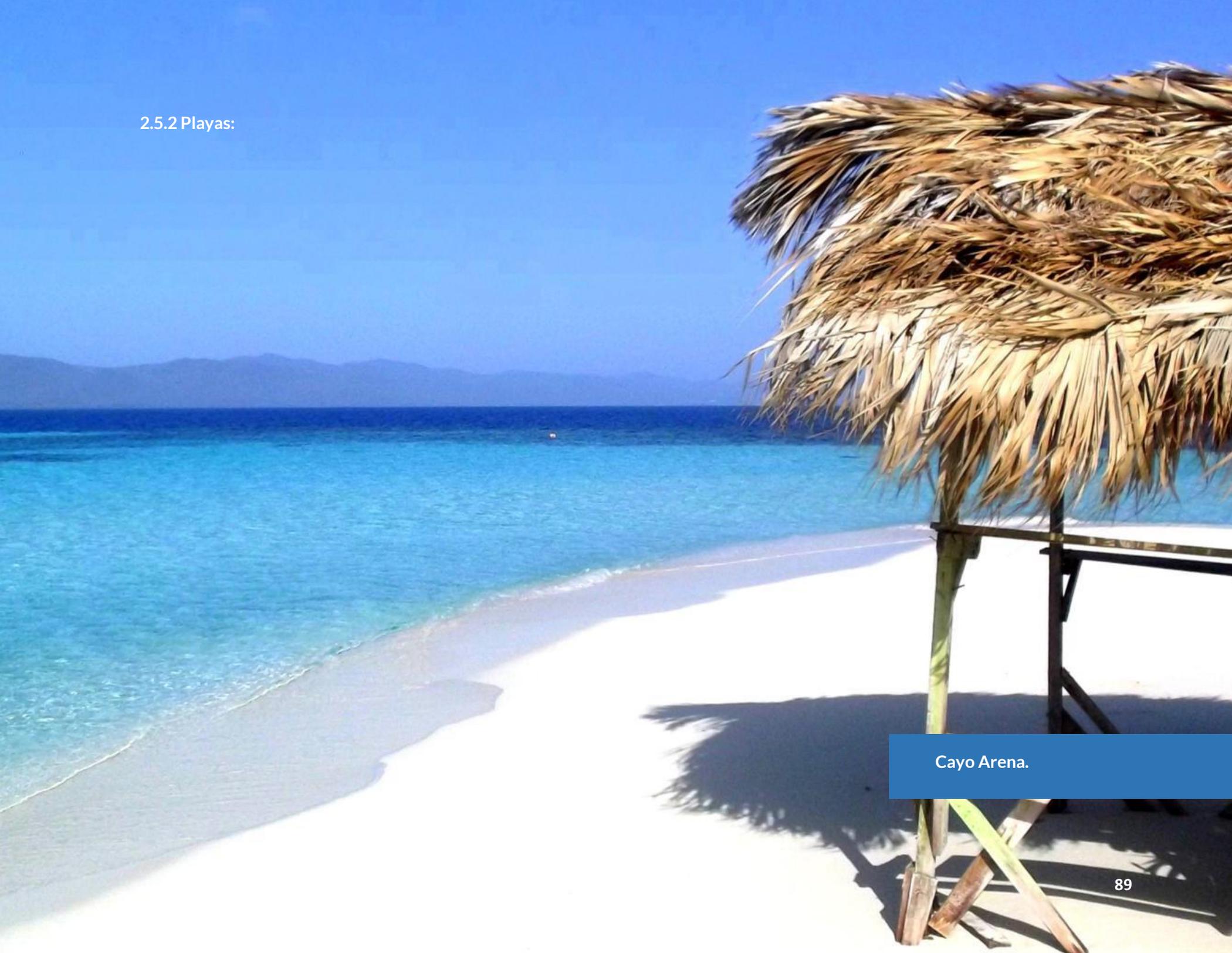


Mapa de la hacienda.



Cartel de "Me Gusta".

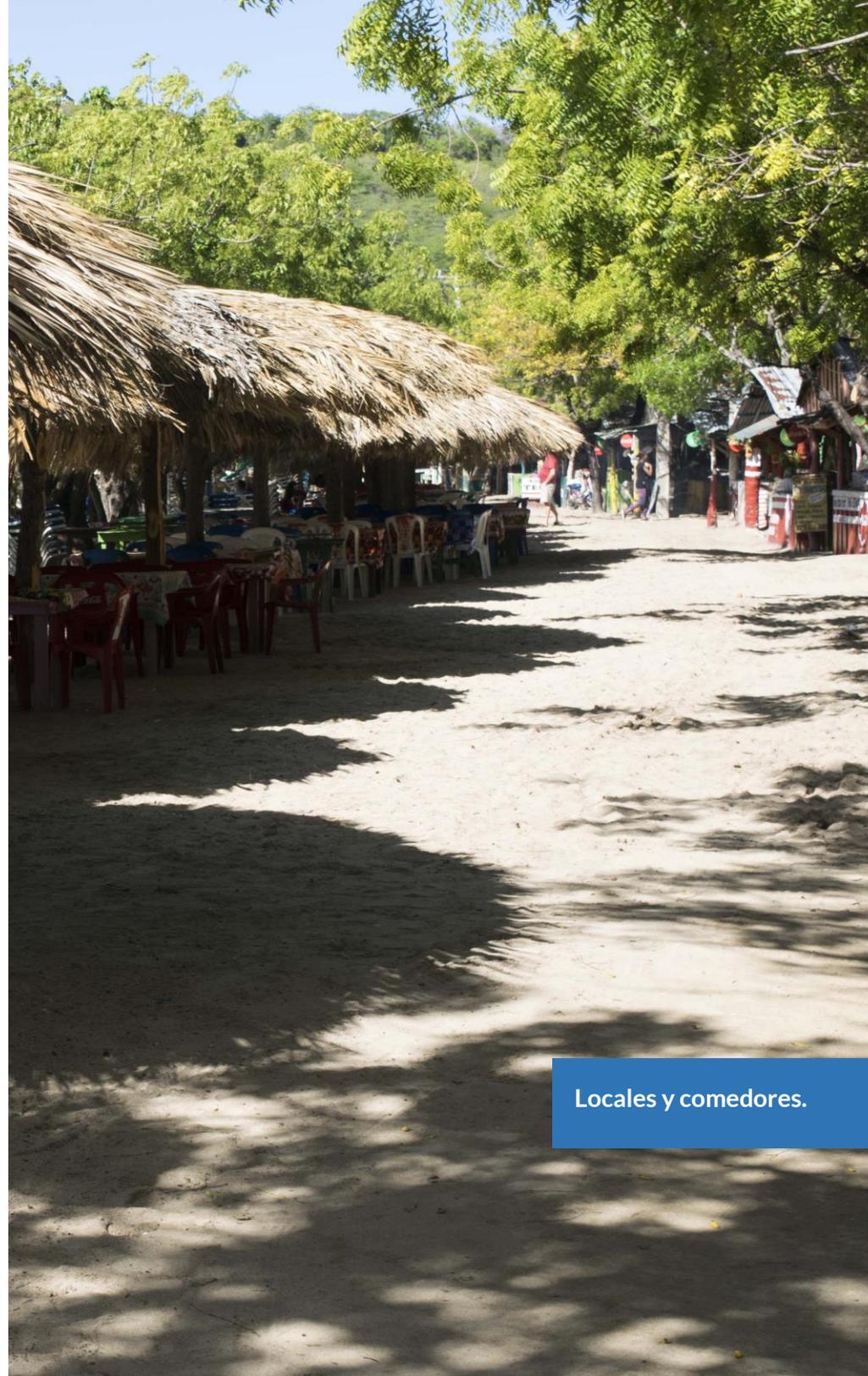
2.5.2 Playas:



Cayo Arena.

2.5.2.1 Playa La Ensenada:

"La Ensenada es otra playa preciosa de la región, un ícono de la zona de Estero Hondo. Muy apropiada para la familia por su baja profundidad." (ASHONORTE, 2014)



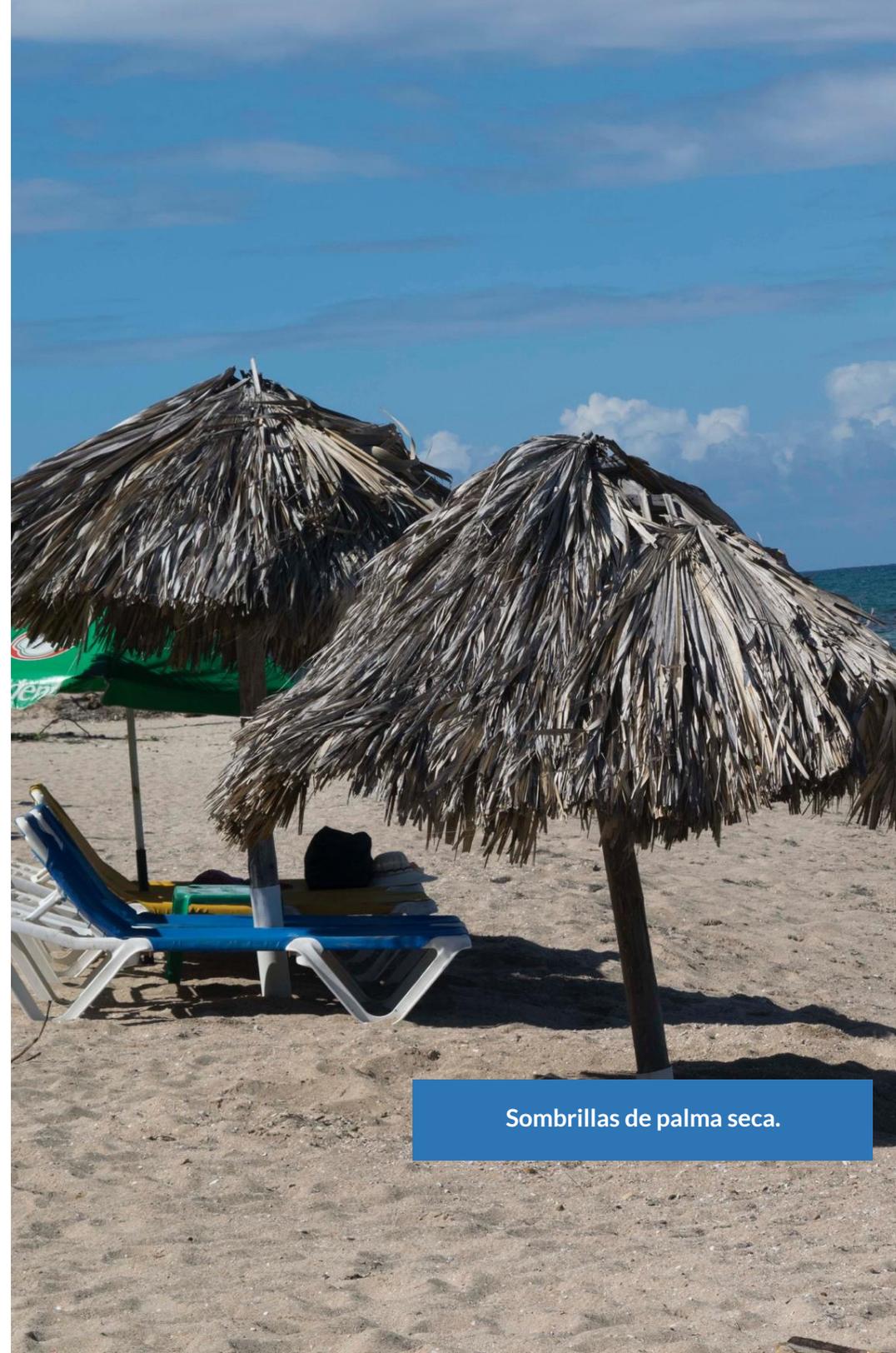
Locales y comedores.



La Ensenada.

2.5.2.2 Playa Costambar:

“Costamar es otra playa pequeña pero preciosa, con un litoral perfecto para paseos además de una cancha de voleibol de playa.” (ASHONORTE, 2014)



Sombrillas de palma seca.



Playa Costambar.

2.5.2.3 Playa Cabarete:

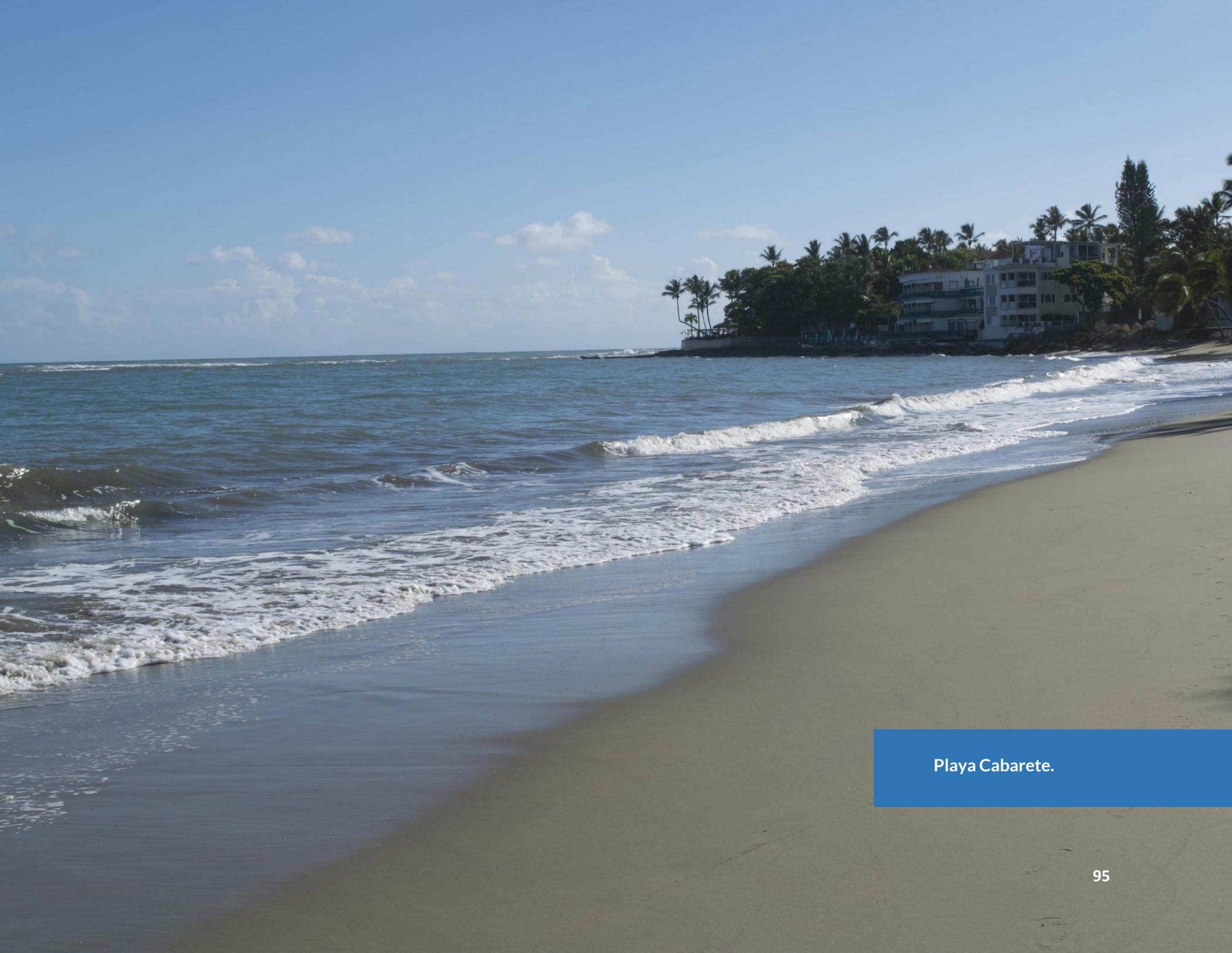
“Cabarete, clasificada entre las 10 mejores playas del mundo para la práctica del kitesurf y el windsurf por sus grandes olas y fuertes vientos. (...) La han convertido en sede importante de competencias deportivas. (...) En esta zona encontrarás varias alternativas en todos sus hoteles, orientados a todo tipo de público.” (ASHONORTE, 2014)



Bienvenida a la playa.



Letrero.



Playa Cabarete.

2.5.2.4 Playa Alicia:

Aislada pero cerca del bullicioso centro de Sosúa, Playa Alicia es una de las playas más recientes de República Dominicana, formada en la última década por el desplazamiento de la arena hacia ese lugar.

También conocida como la “playa milagrosa”, este amplio tramo de arena dorada se encuentra debajo de un par de restaurantes y cafés, pero no encontrarás ningún otro negocio o vendedores en la playa. Es un lugar para ir a nadar tranquilamente y disfrutar de las impresionantes puestas de sol. (Godominicanrepublic.com, s.f.)



Letrero.



Playa Alicia

2.5.2.5 Playa Dorada:

“Playa Dorada, es un litoral con una atractiva playa regenerada de arenas doradas protegida por arrecifes de coral.”

(ASHONORTE, 2014)



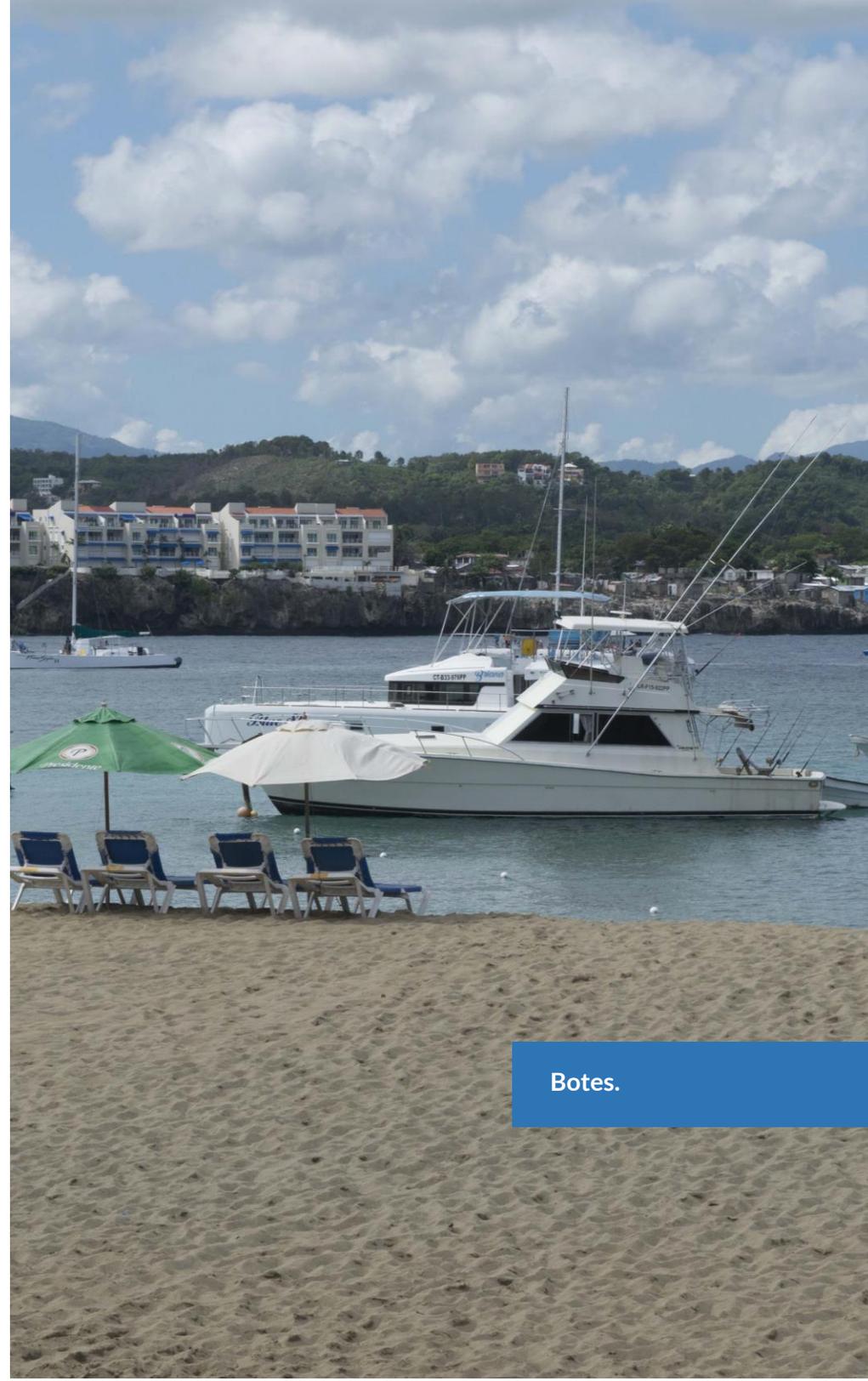
Letrero.



Playa Dorada.

2.5.2.6 Playa Sosúa:

“Playa Sosúa es otra de nuestras excelentes playas, con arena blanca, aguas turquesas y una línea de árboles en toda su extensión. está protegida por una barrera de coral.”
(ASHONORTE, 2014)



Botes.



Playa Sosúa.

2.5.2.7 Long Beach:

Mientras que el frente costero de Puerto Plata está bordeado de playas, la más social de todas es Long Beach, ubicada en el extremo oriental del Malecón.

Las multitudes de fin de semana se juntan aquí, especialmente al atardecer y en la noche, para disfrutar de este amplio tramo de arena donde los esperan un par de bares junto a la playa. Algunos surfean y nadan, mientras que otros sólo se sientan a disfrutar del ambiente y el paisaje. (Godominicanrepublic.com, s.f.)



Sombrillas.



Long Beach.

2.5.2.8 Playa Grande:

Aproximadamente 120 kilómetros al noreste de la ciudad de Puerto Plata, entre Río San Juan y Cabrera, esta amplia playa de arena dorada mide dos kilómetros y es popular por sus buenas olas para los surfistas y las fuertes corrientes de invierno, requiriendo un cuidado extra al meterse al agua para no alejarse demasiado de la orilla.

En la playa, encontrarás una variedad de cabañas locales que sirven pescado y marisco fresco mientras resuena la música. Las perfectas palmeras y arena dorada de Playa Grande la han convertido en una favorita entre los fotógrafos.

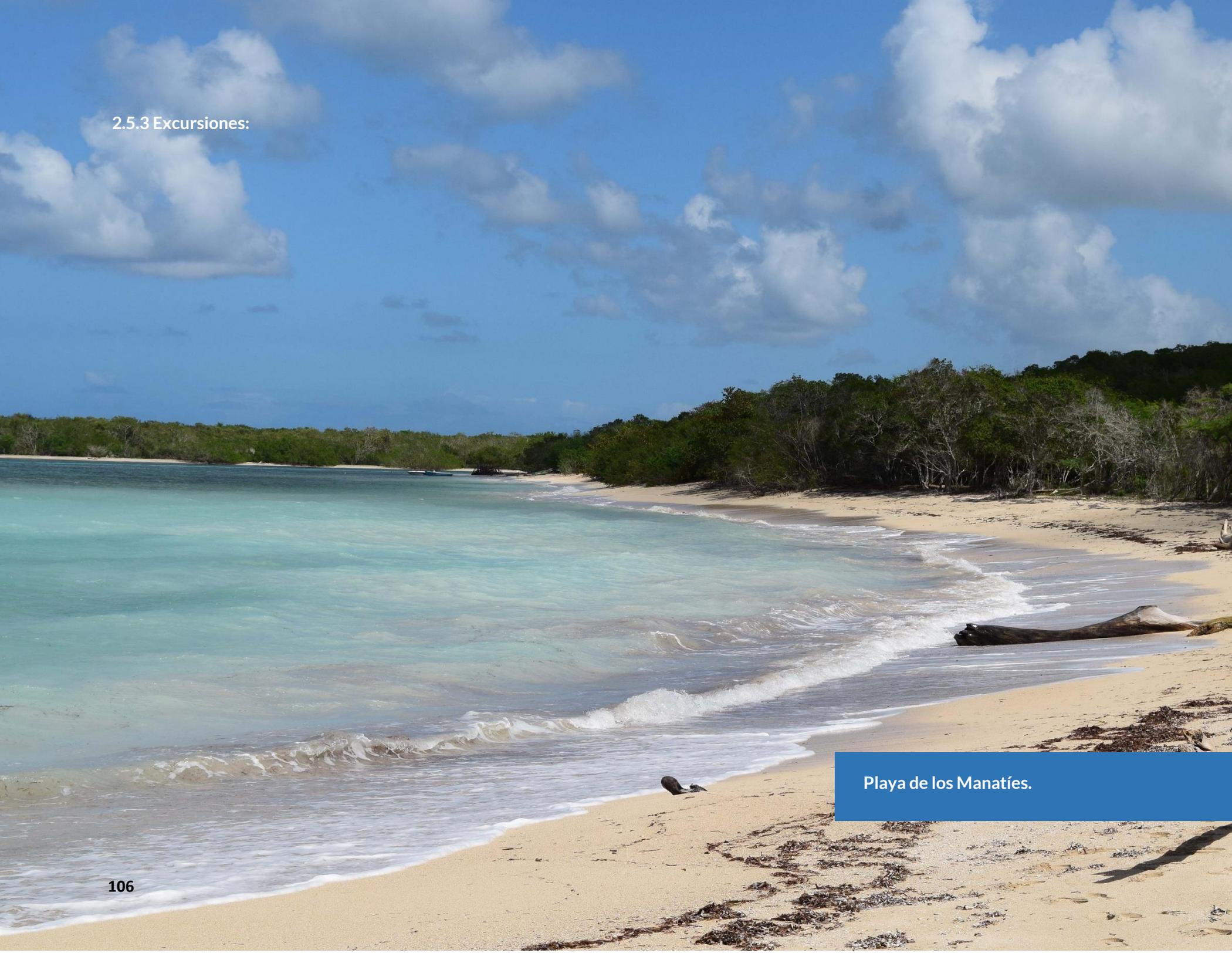


Orilla.



Playa Grande con Arcoiris.

2.5.3 Excursiones:



Playa de los Manatíes.

2.5.3.1 Reserva Marina de Manatíes Estero Hondo:

Es el segundo lugar del país donde habitan manatíes, es una zona protegida que se encuentra en el municipio de villa Isabela, Puerto Plata.

Cuentan con un manglar en el cuál los manatíes pueden habitar, en estas aguas ellos están totalmente en estado silvestre y no en cautiverio, por lo que no siempre se les asegura a los visitantes que van a verlos.



Mapa del lugar.



Letreros.



Reserva Natural de los Manatíes.

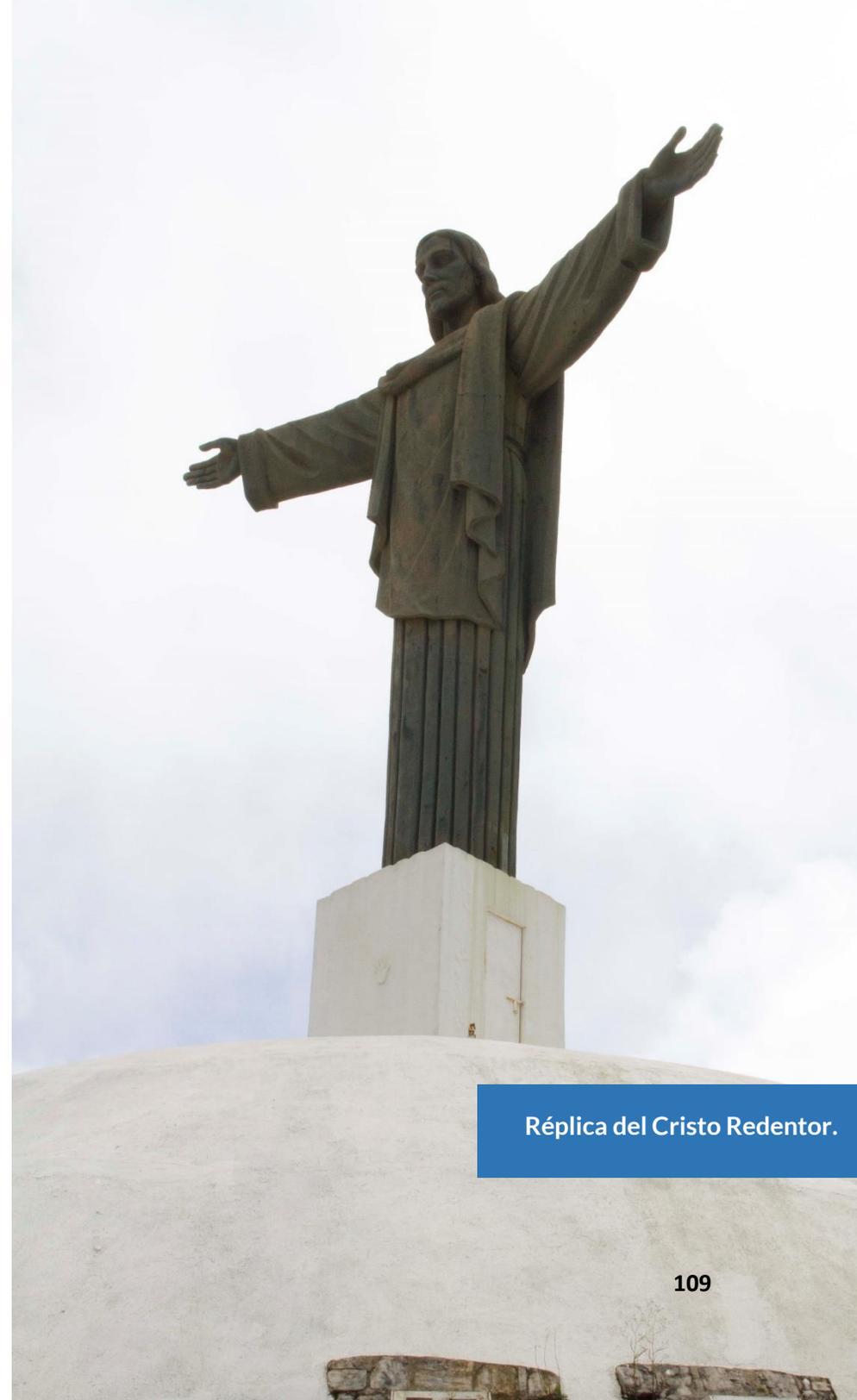
2.5.3.2 Loma Isabel de Torres y el Teleférico:

Conocido por los turistas como Puerto Plata cable car, es la atracción turística más icónica de esta provincia.

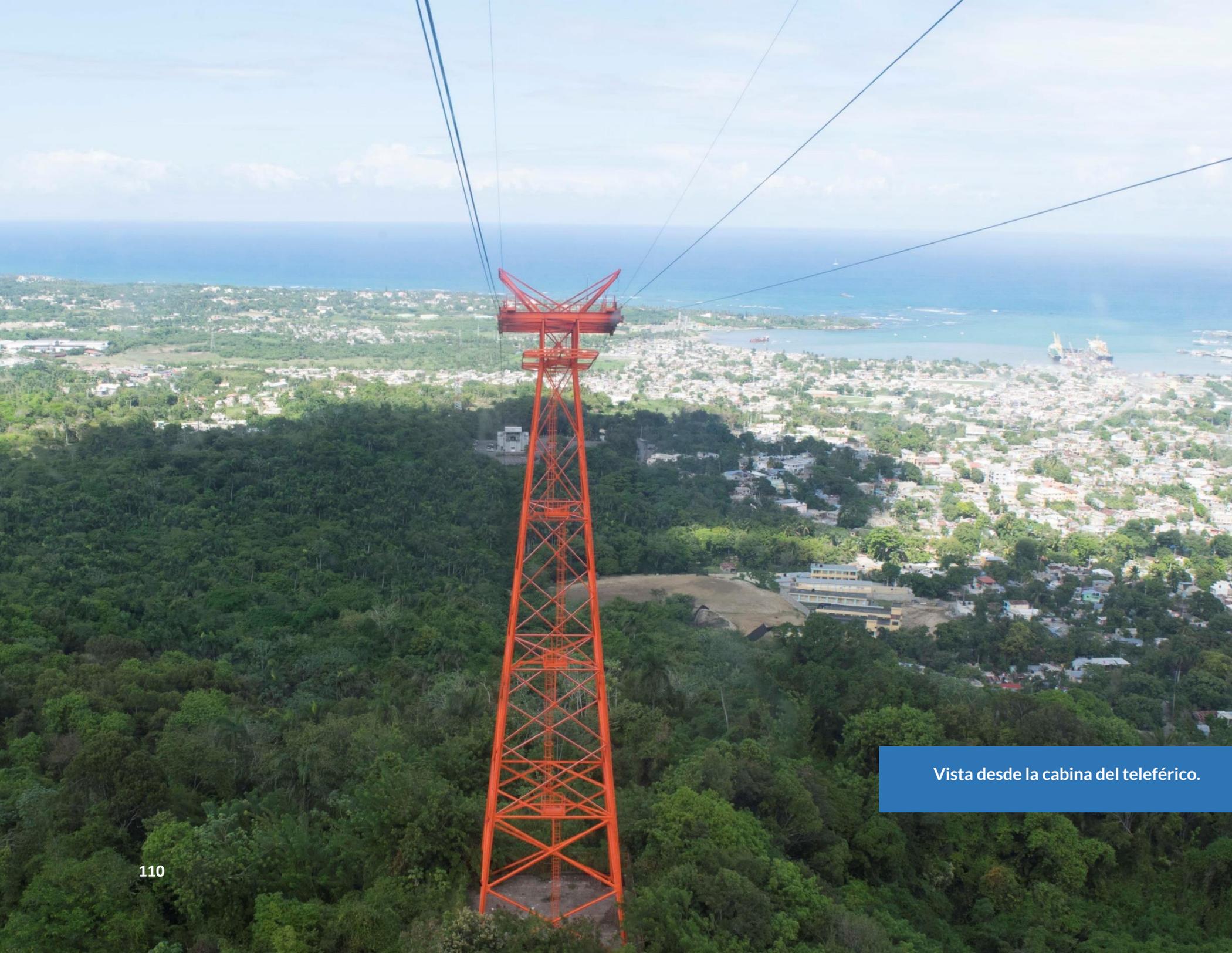
El teleférico recorre hasta lo alto de la Loma Isabel de Torres, donde se encuentra una réplica del Cristo Redentor.

La altura de la Loma es de 781 metros sobre el nivel del mar y el largo de la línea del teleférico es de 2730 metros.

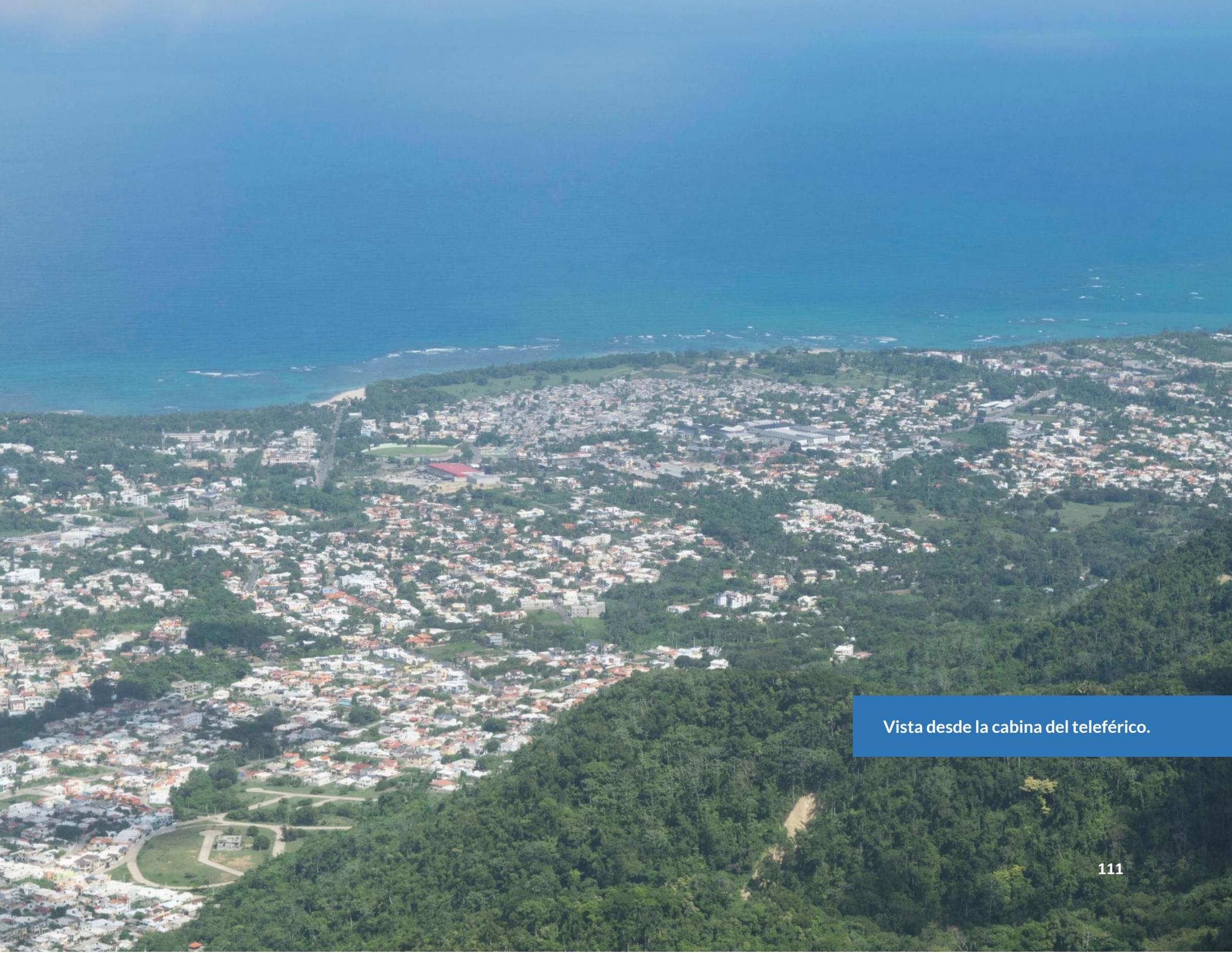
Al estar en la cima de la loma se puede apreciar una vista hermosa y panorámica de las costas de Puerto Plata y su ecosistema.



Réplica del Cristo Redentor.



Vista desde la cabina del teleférico.



Vista desde la cabina del teleférico.

2.5.4 Deportes Acuáticos:



Kitesurf.

2.5.4.1 Surf:

Deporte practicado en las olas del mar sobre una tabla especial en la cual se mantiene el equilibrio.

La playa Encuentro es lugar frecuentado por surfistas.



Surfista en Playa Encuentro.

2.5.4.2 Kitesurf:

Es un deporte acuático propulsado por el viento que utiliza una tabla y un cometa para movilizarse sobre el agua, causando una sensación de adrenalina.

Los fuertes vientos y grandes olas de la Playa Cabarete y en Playa Dorada permiten la práctica de esta peculiar actividad.



Kitesurf en Cabarete.

2.5.4.3 Buceo:

“Entendida como una actividad de gran destreza física, el buceo es un deporte acuático que se basa en sumergirse en el agua y llegar a importantes profundidades contando siempre con la asistencia del equipo mecánico apropiado.” (Bembibre, 2010)

Playa Sosúa, gracias a su característica barrera de coral la vuelve altamente atractiva para practicar esta actividad.



2.5.4.4 Windsurf:

“(…) consiste en deslizarse sobre el agua sobre una tabla que lleva una vela. Las tablas de windsurf son ligeras, rápidas y fáciles de manejar.” (deportes acuáticos.info, s.f.)

La playa de Cabarete está dentro de las 10 mejores playas del mundo para practicar deportes como el Kitesurf y el Windsurf.

Cabe destacar que Cabarete ha sido sede de competencias que reúnen a aventureros de todo el mundo.



2.5.5 Gastronomía:



Pescado frito, La Ensenada.

2.5.5.1 Queso Geo:

“Se trata de un queso sabroso y famoso, y el primero de tipo holandés fabricado en el país. Es elaborado en el municipio de Imbert desde el 1929, cuando George Nicolás Heinsen, un ciudadano de origen alemán fundó la fábrica, entregando desde entonces un producto de gran calidad que es exportado por grandes cantidades a otros países.” (ASHONORTE, 2014)



Queso Geo.

2.5.5.2 Bombón de Melao:

“(…) Es un bombón elaborado a partir del guarapo de caña, que luego de convertirse en un melao cristalino se mezcla con una masa de harina, agua y levadura. La tradición en la zona es acompañarlo con queso y un vaso de refresco rojo, jugo o yogurt.” (ASHONORTE, 2014)



Bombón de Melao.

2.5.5.3 “La Chula Mía”:

“Se trata de un bocadillo preparado de puré de yuca, como ingrediente principal, que se rellena de carne molida y se fríe. Es una delicia que podrá encontrar en la cafetería Chula Mía, ubicada en la ciudad, y que debe su nombre al apodo del hombre que emprendió este negocio con la preparación y venta de este aperitivo.” (ASHONORTE, 2014)



“La Chula Mía”.



CAPÍTULO III

Desarrollo

del

Tema de

Investigación

CAPÍTULO III: DESARROLLO DEL TEMA DE INVESTIGACIÓN

3.1 Portal Web para fomentar el turismo en Puerto Plata:

3.1.1 Diseño UI/UX:

A la hora de darle forma a un Portal Web se tienen que tomar en cuenta ciertos detalles, uno de estos es asegurar al usuario una experiencia fluida y limpia a la hora de acceder e interactuar en dicho portal, básicamente, de esto se trata el diseño UI/UX.

La idea principal de este proyecto es proporcionarle al usuario comodidad ligada con minimalismo y una interacción fascinante con una estética minimalista.

Este portal abarca la información desde la más básica de Puerto Plata, hasta su comida típica, sus actividades turísticas, deportes más practicados, y sus mejores playas que visitar, el portal web será lo suficientemente simple que cualquier persona lo podrá entender.

3.1.2 Idiomas disponibles:

El portal contará con una variedad importante de idiomas disponibles además de los principales, los cuales son español e inglés. Sin embargo, se considera implementar otros más para de esta manera incluir turistas que no hablen ninguno de los idiomas anterior mencionados. Entre estos están el francés, alemán, portugués y mandarín.

3.1.3 Colores de la página:

Los colores seleccionados para el proyecto en cuestión fueron seleccionados cuidadosamente en base a los diversos paisajes que posee Puerto Plata.

La paleta elegida consta de una combinación de colores cálidos y fríos dentro de los cuales se encuentran los siguientes:

PANTONE 716C	PANTONE 1495C	PANTONE 137C	PANTONE 1345C
PANTONE 116C	PANTONE 1225C	PANTONE 370C	PANTONE 390C
PANTONE 382C	PANTONE 7461C	PANTONE 2915C	PANTONE 2915C
PANTONE 3248C	PANTONE 319C		

3.1.4 Análisis del logo actual:



Logo actual.

La idea de renovar el logo actual que Puerto Plata tiene para promocionarse internacionalmente al mercado del turismo surgió principalmente porque, aunque el mismo posee un toque único, sin embargo, no era compatible con la idea principal de la implementación de este proyecto.

Por lo anterior explicado se pretende presentar un logo que represente todo lo que Puerto Plata ofrece de una forma llamativa y fresca que va de la mano con las últimas tendencias de diseño manteniendo elementos del logo actual.

3.1.5 Propuesta de rediseño del logo:



El logo está compuesto de colores tanto cálidos como fríos que juntos crean una armonía llamativa, cada uno fue seleccionado por su significado y la sensación que estos transmiten.

La tipografía que se escogió para el nuevo logo es **Galano Grotisque** en su versión negrita.

Además de este diseño también se propone el mismo en su versión secundaria, siendo la abreviatura de Puerto Plata.



Que puede ser utilizado tanto en artículos promocionales, como para su utilización en el ámbito publicitario.

También se presentan ambas versiones del logo propuesto en negativo y el positivo.

Logo primario en positivo:

PUERTO PLATA 

Logo primario en negativo:

PUERTO PLATA 

Logo secundario en positivo:



Logo secundario en negativo:



3.1.6 Íconos y sus significados:

Dentro de logo existen varios elementos los cuales son representativos de la provincia de Puerto Plata.



La letra “P” consta de íconos inspirados en el arte taíno, simbolizando los antecedentes de los dominicanos haciendo honor sus raíces. El color tan oscuro e intenso representa el atardecer.



La “U” continúa con íconos taínos, a diferencia de la “P” la tonalidad clara representa el resplandor del sol del mediodía.



La letra “E” hace énfasis en la vegetación, la naturaleza, la frescura de los recursos naturales de la provincia.



En la “R” se representan las aguas de los ríos dulces y cristalinos.



La “T” es la representación del Cristo Redentor localizado en la cima de la Loma Isabel de Torres.



La letra “O” simboliza una brújula señalando los cuatro (4) puntos cardinales. Representando la exploración.



La “L” es otra representación taína. Su color tan característico representa el amanecer.



La letra “P” es la representación general de las playas, uno de los atractivos más importantes de Puerto Plata en lo que a cuestiones de ocio se refiere. Sus playas poseen una característica en común, arena blanca, vegetación y agua cristalina.



La letra “A” contiene una variación de azules, representando el océano del Malecón de Puerto Plata acompañado de la mitad de un tridente, simbolizando a la estatua de Neptuno, localizada en el mismo.



La “T” es además de la “O” la letra con diseños más sencillos, en esta parte tiene en su representación hojas, las cuales dan a entender que Puerto Plata pertenece a un clima tropical y húmedo.



Por último, pero no menos importante está la letra “A” con colores cálidos e intensos haciendo alusión al atardecer. En la misma sobre sale un sol brillante y radiante, lo cual combinado con estos colores representa la intensidad y belleza del sol.

PUERTO PLATA

novia del Atlántico

3.1.7 Propuesta de Portal Web:



Al acceder se le dará la bienvenida al usuario, presenta una diapositiva de imágenes mostrando distintas zonas turísticas y actividades que se pueden realizar.

También permite moverse a la izquierda o derecha manualmente con las flechas o a una imagen específicas por medios de los botones de abajo.

Muestra una leve flecha apuntando hacia abajo que le informa que es posible bajar y ver más temas relacionados con la página.

Arriba, se encuentra el cabezal, que seguirá al usuario por toda la página, para rápido manejo en ella además de que permite cambiar el idioma del portal.

Entre los idiomas disponibles a elegir están el español, inglés, francés, alemán o chino dependiendo del idioma que el usuario domine.

Destinos

El Teleférico

Disfruta del único funicular de todo el Caribe! El Teleférico de Puerto Plata está ubicado en la Montaña "Isabel de Torres"

Ejemplo de visualización de la sección "Destinos".

En este segundo ejemplo, el usuario mientras baja el cursor se irá mostrando la primera categoría de destinos.

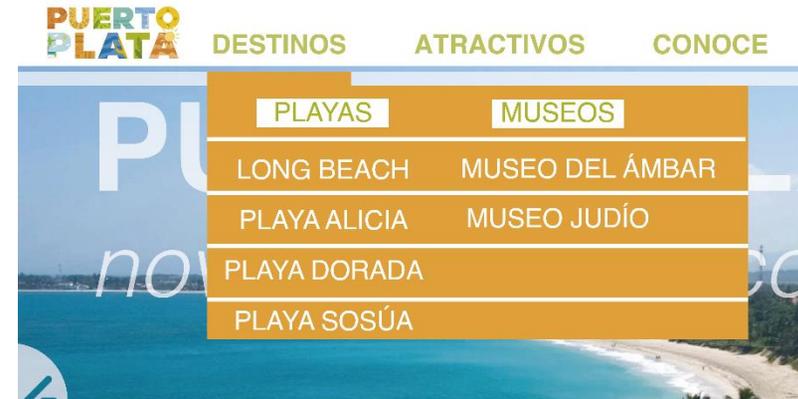
Esta también irá cambiando de imágenes mostrándole los diferentes lugares en imágenes de alta resolución. El usuario podrá dar clic en la imagen y será transportado al destino que se muestra en ese momento.

También en el encabezado se muestra que línea naranja que se encuentra abajo de la categoría que se ve en la pantalla, esta se moverá acorde de la categoría mostrada.

Ejemplo de visualización de la barra de menú.

Esta estará fija, es decir, siempre estará en el mismo lugar mientras el usuario se desplace en las distintas secciones del portal.

Presenta las diferentes categorías en cual se divide la página y permite su navegación a través de estas. También presentará los íconos de redes sociales correspondientes, los cuales dirigirán a las páginas correspondientes a las redes sociales especificadas.



Ejemplo de visualización de los submenús.

Al momento de pasar el Puntero por encima de unas categorías, se desplegará todas las opciones disponibles dentro de estas, el usuario puede dar clic para dirigirse a estas.

Final de la página.

El final de la página tendrá información sobre los derechos de autor y una opción al final a la derecha que permite subir automáticamente al usuario al tope.

La forma en la que se presentará al usuario imágenes de los destinos es con diapositivas con el nombre de dicho destino en el tope.

Al bajar, encontrara información sobre dicho lugar además de un video informático que sirve como presentación a él.

Más abajo se encuentran íconos de un carro, barco y avión, estos dirigirían directamente al usuario a la ruta más cercana por el medio que escoja para el destino.



Teleférico de Puerto Plata

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et iusto odio



“¿Como le llego?”



Ejemplo de visualización de la sección “Destinos”.

[PUERTO PLATA](#)
[DESTINOS](#)
[ATRATIVOS](#)
[CONOCE](#)
[VIAJA](#)
[MEDIA](#)
[f](#)
[t](#)
[g](#)
[ESPAÑOL](#)



WindSurfing

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla fa- cilisis at vero eros et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent lupta



"Dónde hacen eso?"



PLAYA SOSÚA



PLAYA DORADA



LONG BEACH

© 2015 I.E.S.S. UNIVERSIDAD ADÓN PRO EDUCACIÓN Y CULTURA. TODOS LOS DERECHOS RESERVADOS.

Dentro de los atractivos al igual que en la sección “Destinos” se presentarán imágenes del lugar en cuestión en el tope de la página.

Además, contará con una introducción breve del destino en cuestión.

Más abajo vemos un video que da una previsualización de la actividad en cuestión.

Al final se mostrarán los destinos turísticos en los que se realiza esta clase de actividad. Al clicar en una de las imágenes se dirigirá directamente al lugar en cuestión.

Ejemplo de visualización de la sección “Atractivos”.



En la sección de “Viaja” se mostrarán las opciones de rutas para llegar a los diferentes destinos anteriormente mostrados.

Al elegir un destino en específico se mostrará la ruta más cercana y segura hacia Puerto Plata.

Ruta Terrestre



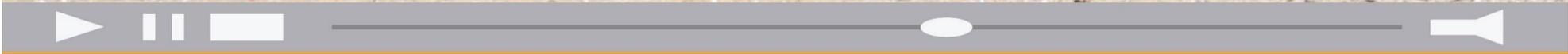
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper sus-



A la derecha se presentará información breve sobre el uso del mapa y guía interactiva y abajo se observarán los íconos de las diferentes opciones de rutas.

Si se seleccionan barco o avión, el portal recomendará sitios oficiales y seguros de las ofertas más accesibles.

Ejemplo de visualización de la sección “Viaja”.



La última categoría estará compuesta por un solo cuadro multimedia en el cual se presentará un video informativo sobre la provincia de Puerto Plata, mostrando sus encantos al mundo.

Esta presentación deberá ser cambiada en cuanto a la temporada del año debido a que hay que estar en constante actualización para así asegurar que la información sea verídica y a su vez, en base a la temporada que esté en el momento se deberán planificar las nuevas ofertas y actividades para así atraer más turistas.

También será presentada cuando el usuario ingresa por primera vez al portal.

Esta sección siempre estará disponible en caso de que el usuario desee verlo de nuevo o quiera enterarse de lo nuevo que ofrece Puerto Plata.



Puerto Plata La Novia Del Atlántico

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue duis dolore te feugait nulla facilisi. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue duis dolore te feugait nulla facilisi.



Ejemplo de visualización de la sección “Conoce”.

Siendo un apartado más enfocado al contexto histórico de esta provincia, se le da al usuario una breve reseña histórica de Puerto Plata.

Tomando en cuenta que el exceso de texto suele causar cansancio en la vista durante la lectura, se implementarán imágenes y una presentación multimedia para que de esta manera la experiencia del aprendizaje sea más enriquecedora.

3.2 Guía Interactiva:

3.2.1 Concepto

Consistirá en una aplicación agregada a la página que contará con un instructivo para el usuario, en esta el mismo puede crear una ruta turística completamente personalizada adaptándose a los intereses del turista. La guía interactiva contendrá información resumida de lugares de alto valor cultural e histórico, además de que presentará eventos aproximados tales como festivales, torneos, exposiciones, entre otros.

Contará con información sobre los horarios de los museos y otros lugares de la zona,

Su diseño pretende contar con un amplio set de actividades fácil de usar con una cantidad de información entendible por cualquier persona.

3.2.2 Funcionalidad

Estará diseñada de tal manera que sus componentes visuales como funcionales sean completamente sencillos, de tal manera que sería hipotéticamente sencillo navegar en cualquier sitio y dispositivo gracias a sus versiones adaptables.

Tendrá la facilidad de notificar vía correo electrónico novedades sobre actividades que se realizarán a futuro en la provincia, no sin antes presentar al usuario como una opción que puede descartar sin problemas.

Vinculado al Portal Web esta contará con toda la información necesaria para introducir facilitar al usuario información sobre Puerto Plata junto con sus atractivos turísticos.



Conclusiones

CONCLUSIONES:

Este proyecto tiene como protagonista a la provincia de Puerto Plata, comúnmente conocida como “La novia del Atlántico”.

Caracterizada como uno de los lugares turísticos más importantes del país por sus atracciones, actividades culturales e históricas, las cuales tienen relevancia en lo que a cultura dominicana se refiere.

Su potencial turístico puede ser explotado de manera que aporte beneficios significativos tanto para el estado como para las personas que se dedican al negocio del turismo. Sin embargo, se considera que no se han manejado correctamente las promociones y ofertas de turismo en esta provincia, debido a que se encuentra en un estado abandonado.

A comparación de otras provincias y sectores cuya economía principalmente dependa de este sector, situación que se considera muy desagradable tomando en cuenta todo el potencial y estatus que posee Puerto Plata gracias a su época dorada en los 90s. Lo anterior mencionado se refleja en las encuestas realizadas en este proyecto, se aprecia que la muestra seleccionada expresa que el descuido en cuanto a seguridad, mantenimiento, y actualización de las actividades no ha beneficiado la provincia para nada y por ende, prefiere visitar otros lugares tanto en el interior como en el exterior del país.

Se entiende que la tarea de volver a relanzar a Puerto Plata no es del todo fácil, sin embargo, por más intentos mínimos de restauraciones o implementar nuevas actividades e incluso torneos, no se cuenta con todo el apoyo e inversión que se requiere.

Sin embargo, se entiende que con la ayuda de una estrategia bien armada en base a las herramientas que se utilizan hoy en día, puede aportar un cambio significativo a esta situación y exactamente, a esto va la idea de un Portal Web.

Tanto negocios como ciudades turísticas utilizan este medio para atraer personas interesadas en conocer nuevos lugares, esto último se ha comprobado gracias a que cuando una persona escucha una referencia sobre un lugar en específico, lo primero que hace es buscar información en internet.

Un Portal Web que sea de fácil acceso, sencilla, pero a la vez atractiva con una buena interfaz y experiencia de usuario, que facilite al turista en cuestión una búsqueda de información sin complicaciones y que la misma sea verídica y a su vez actualizada.

Se puede implementar el uso de los portales web como primer paso a relanzar a Puerto Plata, que no solo se dedique a comentar diversos atractivos turísticos, también a darle la oportunidad al usuario de poder armar su propia ruta turística, proporcionando información de los restaurantes, hoteles y atracciones turísticas cercanas al área seleccionada.

Esto último beneficiará tanto a los diferentes establecimientos independientes que ya usan este recurso como a los que no los utilizan, motivándoles a invertir en adquirirlo.



Recomendaciones

RECOMENDACIONES:

Puerto plata se beneficiaría, de dos grandes factores: mantenimiento y exposición. Mantenimiento en el sentido del cuidado en general que se le da de parte de las organizaciones designadas con relación a ciertos aspectos como por ejemplo el estado de las calles dentro de la provincia.

La higiene de ciertos lugares, como, por ejemplo, tomar medidas con el famoso vertedero de Puerto Plata, lo cual representa una bienvenida desagradable a quien pase por esa zona.

Además, es importante tomar en cuenta la seguridad del lugar y definitivamente una actualización en el sentido de mejorar e implementar nuevas atracciones turísticas.

Gran parte de los encuestados mencionan que realmente no hay nada que los llamen a Puerto Plata además de las playas o el teleférico como punto turístico su renovación y búsqueda del interés en los demás forma una parte crucial en su transformación como punto turístico que puede llegar a ser un futuro.

Mientras se menciona el turismo como tema en que se busca mejorar, se resalta el hecho de la falta de exposición que ha tenido Puerto Plata en tiempo reciente y escasez de recursos que se le ha hecho de parte de los ministerios correspondientes a una de las provincias que más beneficios económicos ha aportado al sector turismo en años anteriores.

Se reconoce en base a este proyecto que Puerto Plata puede ser uno de los destinos de interés que más llamen la atención a un nuevo grupo de turistas que buscan por lugares interesantes y ricos en cultura.

Campañas de renovación, publicidad tanto en el interior como en el exterior del país.

Por último, pero no menos importante, la creación de un portal web que contribuya significativamente al aumento de visitas a la conocida Novia del Atlántico, colocándola en los tops de mejores destinos para vacacionar no sólo para temporadas veraniegas, la idea es promocionar a Puerto Plata como el mejor destino para vacacionar los 365 días del año.

Específicamente, que siempre sea un buen tiempo en Puerto Plata.

The background features a stylized illustration of a beach scene. At the top, a bright yellow sun is partially obscured by white, fluffy clouds against a clear blue sky. Below the sky, a blue ocean stretches across the horizon. In the foreground, a sandy beach is visible. Two people are depicted: a woman with voluminous, curly blonde hair and a man with dark hair wearing sunglasses. The woman is holding a green ice cream cone, and the man is looking at it. The entire scene is framed by large, dark purple, leaf-like shapes that curve around the top and sides of the image.

Bibliografía

BIBLIOGRAFÍA:

Libros:

- Acerenza, M. (2006a). Conceptualización, Origen y evaluación del turismo (Ed. rev.). Ciudad de México, México: Ediciones Trillas.
- Alcívar, I. (2018). Realidades del turismo local: Compilaciones de opiniones turísticas (Ed. rev.). Manabí, Ecuador: Ediciones Uleam.
- ASHONORTE. (2014). Guía Discover Puerto Plata (Ed. rev.). Santo Domingo, República Dominicana: Karina López.
- Díaz Fernández, B. (2015). *El diseño de productos y servicios turísticos*. Madrid, España: Síntesis.
- Femenia Millet, O. (2011). *La imagen de un destino turístico como herramienta de marketing*.
- Fundación Orange. (2016). *La transformación digital en el sector turístico*.
- Finke, C. H., & Santana, R. (2014). *Espacios Naturales protegidos de la provincia de Puerto Plata* (Ed. rev.). Santo Domingo, República Dominicana: Editora de Revistas, S.A.
- Gothelf, J., & Seiden, J. (2013). *Lean UX applying lean principles to improve user experience*.
- Gustafson, A. (2011). *ADAPTIVE WEB DESIGN Crafting Rich Experiences with Progressive Enhancement*.
- Heriberto Finke, C., & Gomez Santana, R. (2014). *Espacios naturales protegidos de la provincia de Puerto Plata 2014*. Puerto Plata, República Dominicana: Editora de Revistas, S.A.

- Ibáñez, R. M., & Cabrera, C. (2011). *Teoría General del Turismo: Un enfoque global y nacional* (Ed. rev.). Ciudad de México, México: Serie Didáctica.
- Ludeña Reyes, A. P., Suasnavas Rodríguez, M. G., & Torres Cadena, J. P. (2016). *Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras*. Loja, Ecuador: EDILOJA Cía. Ltda.
- Martínez, C. (2012). *Estadística y Muestreo* (13ª ed.). Bogotá, Colombia: Ecoe Ediciones.
- Marte, D. (2016). *Ecos de la costa. Travesía por el litoral marino dominicano*. (Ed. rev.). Santo Domingo, República Dominicana: Amigo del Hogar.
- Molero Ayala, V. M. (2014). *La revolución digital*. Madrid, España: Grafo Industrias Gráficas.
- Montes, R. (2010). *Diseño y Creación de Páginas Web Aplicado al Sector Turístico*. Granada, España: Copicentro.
- Vaughan, T. A. Y. (2002). *Multimedia. Manual de referencia* (Ed. rev.). Madrid, España: S.A. MCGRAW-HILL / INTERAMERICANA DE ESPAÑA.
- Virgen, C. (2014). *Turismo y desarrollo sustentable: Un acercamiento al estudio del turismo*. (Ed. rev.). Guadalajara, México: Serie Didáctica.
- Oceano. (s.f.). *Enciclopedia de la República Dominicana* (Ed. rev.). Barcelona, España: Oceano.

Enlaces:

- Alcaldía Mayor de Bogotá D.C. (2016, 6 enero). Glosario de Términos Turísticos Instituto Distrital de Turismo (IDT).
<http://www.bogotaturismo.gov.co/sites/default/files/glosario.pdf>
- Banco Central de la República Dominicana. (2018). Estadísticas Económicas Sector Turismo.
<https://www.bancentral.gov.do/a/d/2537-sector-turismo>
- Ceballos, F. (2016, 1 junio). Turismo, clave para el comercio electrónico • Forbes México. Recuperado de <https://www.forbes.com.mx/turismo-clave-comercio-electronico/>
- Definición de Topografía. (s.f.). Recuperado 9 noviembre, 2018, de <https://www.definicionabc.com/geografia/topografia.php>
- García, P. (2017, 12 octubre). El turismo aporta más del 8.4% del PIB de República Dominicana. elDinero. Recuperado de <https://www.eldinero.com.do/48682/el-turismo-aporta-mas-del-8-4-del-pib-dominicano/>
- Hoy. (2018, 19 enero). Lizardo destaca importancia turismo en economía de RD. Hoy. Recuperado de <http://hoy.com.do/lizardo-destaca-importancia-turismo-en-economia-de-rd/>
- Hoy. (2012, 19 enero). Premian fuera del país website de Turismo. Hoy. Recuperado de <http://hoy.com.do/premian-fuera-del-pais-website-de-turismo/>
- Inmobiliaria. (2017, 27 agosto). Invertir en Puerto Plata. Recuperado 9 noviembre, 2018, de <https://inmobiliariapuertoplata.com/invertir-en-puerto-plata/>

- Lleidatur. (s.f.). ¿Qué es el planificador de viaje? Recuperado 9 noviembre, 2018, de http://www.lleidatur.com/turismo/planifica_tu_viaje/mi_viaje/qu%C3%A9eselpianificadordeviaje.aspx
- Ministerio de Economía, Planificación y Desarrollo Oficina Nacional de Estadística. (2015). División Territorial 2015. Recuperado de <http://www.lmd.gob.do/transparencia/phocadownload/Publicaciones/Division-Territorial-2015.pdf>
- Museo Judío - Puerto Plata. (s.f.). Recuperado 9 noviembre, 2018, de <http://www.discoverpuertoplata.com/es/que-hacer/museos-y-salas-de-artes/item/museo-judio>
- Resultados para Buceo. (s.f.). Recuperado 9 noviembre, 2018, de <https://www.definicionabc.com/?s=Buceo>
- Roda, M. M., & Codina, A. N. (2014). Territorio y Turismo Mundial: Análisis geográfico (Ed. rev.). Recuperado de <https://books.google.com.do/books?id=YnWnDAAAQBAJ&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>
- Roza, E., & Vélez, M. (2017). TURISMO Y DILEMAS ÉTICOS. In E. Roza, & M. Vélez (Eds.), Debates contemporáneos sobre el turismo tomo II. Reflexiones y dinámicas en los lugares turísticos: dilemas éticos, imaginarios sociales y prácticas culturales (2ª ed., pp. 14-14). Bogotá, Colombia: U. Externado de Colombia.
- Sobanski, L. (2018, 16 octubre). How a trip planner may encourage the visitors to enter your website? Recuperado 9 noviembre, 2018, de <https://www.hospitalitynet.org/opinion/4090251.html>
- Trivago. (s.f.). Page not found. Recuperado 9 noviembre, 2018, de <https://www.trivago.nl/www.trivago.nl>
- Windsurf - Deportes Acuáticos. (s.f.). Recuperado 9 noviembre, 2018, de <http://deportesacuaticos.info/windsurf/>

Imágenes:

- Apasionados por el Imperio Romano. (2016) Ilustración de peregrinos en Roma. Recuperado de <http://imperialromanodexaviervalderas.blogspot.com/2016/11/capitalismo-en-la-roma-antigua.html>
- Araceli Rego, de lo humano a lo divino. (2017) Ilustración de las Termas Romanas. Recuperado de <http://araceliregolodos.blogspot.com/2017/02/las-termas-romanas.html>
- Artua. (s.f.). Goodbye Summer :(. Ilustración de Marco Teórico. Recuperado 9 noviembre, 2018, de <https://dribbble.com/shots/5306071-Goodbye-Summer>
- Cami. (s.f.). Breeze. Ilustración de Conclusión. Recuperado 9 noviembre, 2018, de <https://dribbble.com/shots/4012321-Breeze>
- Checo, M. (2016, 18 mayo). Alquiler de bicicletas para hacer turismo en la Zona Colonial. Fotografía de Bicicletas. Recuperado 9 noviembre, 2018, de <https://www.eldinero.com.do/23558/alquiler-de-bicicletas-para-hacer-turismo-en-la-zona-colonial/>
- Chen, S. (s.f.). Summer Beach. Ilustración de Desarrollo del Tema de Investigación. Recuperado 9 noviembre, 2018, de <https://dribbble.com/shots/5461650-Summer-Beach>
- Colaboradores de Wikipedia. (2018, 21 octubre). Ilustración Ruta del Grand Tour - Wikipedia, la enciclopedia libre. Recuperado 9 noviembre, 2018, de https://es.wikipedia.org/wiki/Grand_Tour
- Colonial Tour and Travel. (s.f.). Cayo Arena Puerto Plata, Republica Dominicana. Fotografía de Cayo Arena. Recuperado 9 noviembre, 2018, de

https://www.colonialtours.com/cayo_arena_puerto_plata.htm

- Couriel, V. (2015, 4 diciembre). EL CARNAVAL VEGANO APORTE A LA IDENTIDAD CULTURAL - Touring. Fotografía de enmascarado en carnaval vegano. Recuperado 9 noviembre, 2018, de <https://www.touringdominicanrepublic.com/el-carnaval-vegano-aporte-a-la-identidad-cultural/>
- El Souvenir. (2018) Fotografía 27 Saltos de Damajagua. Recuperado de <https://elsouvenir.com/saltos-damajagua-deslizate-la-diversion/saltos-de-damajagua-8-640x480/>
- Expedia. (s.f.). Foto de Hombre practicando Windsurf. Recuperado 9 noviembre, 2018, de <https://www.expedia.mx/fotos/republica-dominicana/puerto-plata.d6048790/deportes-acuaticos/>
- Federación Dominicana de Surfing. (s.f.). Fotografía Hombre surfeando en Playa Encuentro. Recuperado 9 noviembre, 2018, de <http://fedosurf.org/2010/09/surf-in-cabarete-dominican-republic-at-the-summer-surf-grom-fest-encuentro-beach-2010/christof-kele-snap-summer-surf-grom-fest-playa-encuentro-federacion-dominicana-de-surfing-2/>
- Foster, J. T. (s.f.). Debut. Ilustración de Recomendaciones. Recuperado 9 noviembre, 2018, de <https://dribbble.com/shots/4254250-Debut>
- Freepik. (s.f.-b). Ilustración Análisis financiero isométrico. Recuperado 10 noviembre, 2018, de https://www.freepik.es/vector-gratis/analisis-financiero-isometrico_3297744.htm

- Freepik. (s.f.-a). Ilustración Infografía isométrica con gráficos y personas. Recuperado 10 noviembre, 2018, de https://www.freepik.es/vector-gratis/infografia-isometrica-graficos-personas_3147293.htm
- Gilbert, M. E. (2015, 21 mayo). Turismo aportará 4.1 millones remodelación total Glorieta Plaza Independencia. Fotografía de Glorieta Victoriana. Recuperado 9 noviembre, 2018, de <http://www.sacandomelao.com/2015/05/turismo-aporara-41-millones.html>
- Gonzalez, C. (2017, 3 mayo). Jalao (Coconut and Honey Candy). Fotografía de Bombón de Melao. Recuperado 9 noviembre, 2018, de <https://www.dominicancooking.com/954-jalao-coconut-and-honey-candy.html>
- González, C. (2017, 10 mayo). Chulitos de Yuca. Fotografía de “La Chula Mía”. Recuperado 9 noviembre, 2018, de <https://www.cocinadominicana.com/57/chulitos-de-yuca.html>
- Heredia, A. (s.f.). Toman medidas para evitar sobreprecios en venta pescado y mariscos en playa La Ensenada. Fotografía de pescado frito en La Ensenada. Recuperado 9 noviembre, 2018, de <http://www.puertoplatadigital.com/verNoticia.aspx?Id=24820>
- Kite Surf. (s.f.). Fotografía hombre kitesurfando en Playa Dorada. Recuperado 9 noviembre, 2018, de <https://www.kitelegendschool.com/>
- Mo, A. (2015, 16 junio). Coco de agua y Limoncillos Noticias República Dominicana. Fotografía de vendedor de coco de agua y limoncillos. Recuperado 9 noviembre, 2018, de <https://ensegundos.do/2015/06/16/en-imagenes-todo-lo-que-se-vende-en-la-playa-de-boca-chica/coco-de-agua-y-limoncillos/>
- Scianca, D. A. (2017, 15 junio). Ilustración de Templo en honor a Marte. Recuperado 9 noviembre, 2018, de <https://www.ilprimatonazionale.it/cultura/ius->

soli-i-romani-non-sapevano-cosa-fosse-cosi-si-
diventava-cittadini-nellurbe-67260/

- Superlzpre. (s.f.). Fotografía Cacao y Semillas de Cacao - Hacienda Cufa. Recuperado 9 noviembre, 2018, de <https://play.superlzpre.com/red/?code=RY6GVO6HT5VM>
- Tengerenge. (2017, 13 marzo). Fotografía Hombre practicando Kite Surf en Cabarete. Recuperado 9 noviembre, 2018, de <http://tengerenge.com/cabarete-meca-del-kitesurf-vientos-aliseos-365-dias-al-ano-republica-dominicana/>
- Tineey. (2018, 25 junio). My Best Snorkel Thus Far – Paradise Island (Cayo Arena). Fotografía de chica buceando en Cayo Arena. Recuperado 9

noviembre, 2018, de

<https://www.tineey.com/my-best-snorkel-thus-far-paradise-island-cayo-arena/>

- Weaver, R. (s.f.). cowabunga. Ilustración de Anexos. Recuperado 9 noviembre, 2018, de <https://dribbble.com/shots/4318982-cowabunga>

The background features a vibrant, abstract composition of organic, flowing shapes in shades of purple, magenta, and warm orange. The colors transition from deep purples on the left and bottom to bright oranges and yellows on the right and top. The overall effect is soft and painterly, with a sense of movement and depth.

Anexos

A : DECANATO DE ARTES Y COMUNICACIÓN

Asunto: **REMISIÓN ANTEPROYECTO DE TRABAJO DE GRADO.**

Tema : “Portal web para promocionar el turismo en Puerto Plata, República Dominicana, 2018.”.

Sustentado por:	Br. William Burgos	2014-1912
	Br. Edwin Gómez	2015-1073
	Br. Ashley Kevelier	2015-0431

Resultado de la evaluación: Aprobado: X Fecha: 01/08/2018.

Devuelto para corrección: Fecha:


Lic. María Margarita Cordero Amaral.

Directora.





**Anteproyecto del trabajo de grado para optar por la
licenciatura de Diseño Gráfico.**

**“Portal Web para promocionar el turismo en Puerto Plata,
República Dominicana, 2018”**

Sustentantes:

William Alexander Burgos García 2014-1912

Edwin de Jesús Gómez Chez 2015-1073

Ashley Kevelier Minier 2015-0431

Santo Domingo, Distrito Nacional

República Dominicana,

2018

TÍTULO	3
INTRODUCCIÓN	4
JUSTIFICACIÓN	5
DELIMITACIÓN DEL TEMA Y PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	7
OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	9
Objetivo General	9
Objetivos específicos	9
1.1 MARCO TEÓRICO REFERENCIAL	10
1.1.1 Turismo, como herramienta en el comercio electrónico	10

1.1.2 La importancia de la multimedia en el sector turismo

11

1.1.3 Resurgimiento del Turismo en Puerto Plata en los últimos años 12

1.1.4 Promoción por los portales web

13

1.1.5 Turismo digital en República Dominicana.

14

1.2 MARCO CONCEPTUAL

16

1.3 MARCO CONTEXTUAL

19

2.1 DISEÑO METODOLÓGICO

20

160

3.1.1 Metodología

21

3.1.2 Técnicas de investigación cuantitativa y/o cualitativa

22

3.1 ESQUEMA PRELIMINAR DE CONTENIDO

23

4.1 FUENTES DE DOCUMENTACIÓN

26

Introducción

Título

“Portal Web para promocionar el turismo en Puerto Plata,
República Dominicana, 2018”

En el presente trabajo se expondrá como Proyecto de Grado un portal web para fomentar el turismo en Puerto Plata, en el cual se implementará una guía turística. Entre los aspectos que destacarán del proyecto será una interfaz completamente interactiva y a la vez fácil de usar promoviendo las actividades turísticas de Puerto Plata, sin dejar de lado su valor cultural e histórico. Por lo tanto, se definirá en qué consiste el diseño de páginas web especificando en el sector turismo y por qué promover destinos turísticos por ese medio es más efectivo comparado con los medios tradicionales. De igual manera, qué es el diseño UI/UX y cómo influye en el buen funcionamiento de una página web. Se pretende explicar el declive de Puerto Plata en el sector turismo tras un antecedente exitoso en el mismo y como un portal web puede representar una solución. El mismo pretende proporcionar información detallada sobre los atractivos turísticos más llamativos de Puerto Plata, incluyendo el EcoTurismo y monumentos históricos. Se

implementará una guía turística interactiva y personalizada según los intereses del usuario. El proyecto en cuestión se plantea a realizarse en la provincia de Puerto Plata, con un público mayormente joven en una temporada veraniega, para así diseñar el portal web en base a las actividades que más les llama la atención, las que no y cuáles les interesaría.

La presente consistirá de dos capítulos en donde se desarrollarán el problema de investigación, la problemática, formulación del problema, objetivos y justificación. También incluirá el marco teórico donde se desarrollan los antecedentes, bases teóricas y las definiciones de los conceptos acordes al tema en cuestión.

De igual manera se presenta el diseño metodológico, en el cual se explica el tipo y diseño de la presente, su enfoque y bases teóricas. Por último, se presenta el esquema preliminar del modelo propuesto.

Para concluir, se encuentran las fuentes de documentación y referencias bibliográficas.

I. Justificación

Al momento de elegir un destino para vacacionar o visitar, es de conveniencia el uso de una guía turística, la cual permite conocer sobre el lugar y sus puntos de atracción, relieve, cultura y gastronomía. Este representa un recurso que el turista puede usar como referencia al momento de trasladarse en un ambiente nuevo, y a la vez puede auxiliar en la toma de decisiones de tipo “¿Cuál lugar visitar?”, “¿Dónde está el hospital más cercano?”, entre otros.

Teniendo conocimiento de las formas en las que se puede presentar una guía turística, dígame, un folleto o libro. Considerando los avances tecnológicos actuales y la facilidad que tiene una persona de acceder a internet, resulta conveniente el tener un portal web que a la vez tenga una

guía turística debido a su fácil manejo, portabilidad e interactividad tomando en cuenta la independencia del turista.

Los portales web son uno de los recursos multimedia más usados hoy en día y puede ser utilizado para la presentación de cualquier tipo de servicio o producto y sus usos abarcan cualquier marca que desee tener una presencia en la mente de sus consumidores, por lo tanto no es de extrañar que su aplicación al turismo sea aplicada ampliamente, principalmente en un país como República Dominicana, el cual es tan conocido por este.

Entre todas las provincias con interés turístico podemos resaltar, Punta Cana, Samaná, La Romana pero sobre todo Puerto Plata, la cual ha sufrido un declive en estos últimos años a causa de diversos factores. La misma posee un gran sinnúmero de atractivos turísticos los cuales pueden resultar de interés para turistas con distintos intereses, ya sean históricos como La fortaleza San Felipe o La Casa Museo

General Gregorio Luperón, culturales como El museo del Ámbar o El Anfiteatro de Puerto Plata, vacacionales los cuales incluyen sus playas y hoteles ó ecoturísticos como La Loma Isabel de Torres con sus escenarios montañosos en el fondo. Puerto Plata es caracterizada por su cultura que data desde finales del siglo 19 y su casas al estilo colonial.

Un portal web que no sólo se enfoque en brindar información sino que incluya una guía turística representa una gran oportunidad para dejar conocer a Puerto Plata en su mayor expresión, no solo para extranjeros que buscan un destino turístico que visitar en la República Dominicana, si no hasta a los mismos Dominicanos que deseen conocer más sobre su país. No solo sería un gran recurso para reposicionar a Puerto Plata, sino una herramienta complementaria para devolverle el alto valor turístico que con el pasar de los años perdió.

II. Delimitación del tema y planteamiento del problema de investigación

2.1 Delimitación del tema:

Esta investigación se realizará en la provincia de Puerto Plata, Rep. Dominicana en el año 2018.

2.2 Planteamiento del problema de investigación:

La República Dominicana tiene como uno de sus principales pilares económicos el sector turismo, gracias a sus recursos naturales y una cultura enriquecedora. Si bien es cierto que la República Dominicana tiene varias zonas turísticas con sus atributos que las diferencian una de las otras, Punta Cana es conocida a nivel internacional gracias a la promoción e inversión que el sector turismo le ha proporcionado en estos

últimos años descuidando las demás zonas. Específicamente hablando, Puerto Plata se puede decir que ha sido la provincia más afectada, tomando en cuenta que en los 90s fue, después de Santo Domingo, la provincia con mayor cantidad de visitas turísticas al año representando un 30.79% del total de turistas que visitaban el país a finales del 1999. Sin embargo, a inicios del nuevo milenio el incremento de visitas en Punta Cana fue bastante notorio hasta el punto de superar a Puerto Plata alcanzando más de 900,000 visitas en el año 2001. Ya para finales del 2008 el Banco Central de la Rep. Dominicana reportó que Puerto Plata apenas recibía el 14.14% de visitas por parte de turistas, siendo esto 577, 206 personas mientras que Punta Cana alcanzó 1, 826, 275 visitas turísticas para fines de ese año. En la actualidad han surgido proyectos para relanzar Puerto Plata como destino turístico, lo cual ha proporcionado una mejoría notable, sin embargo, sigue sin ser suficiente comparado al crecimiento de las demás zonas turísticas.

A finales del 2017 se registró un total de 3,659,285 visitas en Punta Cana mientras que Puerto Plata alcanzó 485,258 visitas tanto de residentes como de no residentes, comprobando

que a pesar de los proyectos para motivar las visitas a dicha provincia no están siendo del todo atractivos considerando el potencial turismo que la misma tiene. Pasando a datos recientes proporcionados por el Banco Central, para finales de Mayo del 2018 la totalidad de visitas en Puerto Plata es de 238,824 personas. Tomando en cuenta los resultados de años anteriores, se puede predecir que a finales de este Puerto Plata llegaría a las 500,000 visitas.

Sin embargo, los datos anteriores son de visitas registradas vía aérea. El Banco Central se encarga de registrar periódicamente las llegadas de extranjeros, residentes y no residentes tanto de vía aérea como marítima. A finales del 2017 Puerto Plata recibió un total de 488,880 visitas en su puerto, superando por mucho a las demás zonas del país las cuales cuentan con entradas marítimas. Pero, no se considera suficiente a comparación de las visitas que se reciben vía aérea, motivo por el cual en esta investigación se propone un proyecto que puede mejorar esta situación.

Tomando en cuenta los datos proporcionados en esta investigación se considera que aprovechar el alcance y poder que tiene Internet en la actualidad puede ayudar en el relanzamiento de Puerto Plata como destino turístico, utilizando los recursos necesarios para atraer visitas a través de un portal web, que, además de proporcionar información breve y concisa de la provincia, incluya una guía turística que pueda ser personalizada según los intereses del turista.

III. Objetivos de la investigación

3.1 Objetivo general:

Diseñar un portal web para incentivar tanto a extranjeros como a residentes a visitar la provincia de Puerto Plata y vivir

la experiencia turística que la misma ofrece acompañados de una novedosa guía turística completa en formato digital.

3.2 Objetivos específicos:

- Promocionar el potencial turístico de Puerto Plata.
- Identificar los puntos turísticos clave existentes en la provincia de Puerto Plata.
- Promover el valor arqueológico e histórico que la provincia de Puerto Plata ofrece al público.
- Diseñar una interfaz atractiva cumpliendo con las expectativas de las tendencias de diseño del momento.

- Diseñar una guía turística completa adaptada en su totalidad al formato digital.
- Comprobar que la utilización de elementos gráficos interactivos puede ser una herramienta clave en el diseño de guías turísticas digitales.

Capítulo I

1.1 Marco Teórico Referencial

1.1.1 Turismo, como herramienta en el comercio electrónico

“Tomando en cuenta el desarrollo de Internet como forma universal e interactiva de comunicación, al igual que los cambios en las actitudes y comportamiento de

los consumidores, han modificado la forma tradicional de distribución de los productos turísticos” (Boletín ICE Económico, 2002, p. 31).

En el 2016, la revista ‘Forbes México’, confirmó que los avances tecnológicos han influido en la competitividad de las empresas y como era de esperarse dicha influencia llegaría a afectar al sector turismo, cambiando la forma en la cual promocionan sus productos. “El sector turismo encontró la manera de mejorar la experiencia de compra y de transferir poder al usuario para que él elija los detalles de su viaje” (Ceballos, F. 2016). Actualmente los consumidores se encargan de buscar información sobre su destino turístico, incluyendo hoteles, ofertas de viajes, entre otros elementos que anteriormente se investigaban yendo personalmente a las agencias o contactar con ellas por vía telefónica, también gracias a las facilidades que el internet ofrece, el turista puede encontrar imágenes tanto del hotel que planea hospedarse como del destino turístico, brindándole una expectativa de lo que vivirá al llegar.

Motivo por el cual, el uso de portales web representa no solo un beneficio para los servicios hoteleros y turístico, sino también para los mismos turistas.

1.1.2 La importancia de multimedia en el sector turismo

La multimedia prácticamente se ha convertido en algo esencial en estos últimos años, actualmente, servicios tales como la educación se están adaptando a métodos digitales interactivos, los cuales proporcionan mejores resultados a comparación de los métodos tradicionales.

Como definición breve de multimedia, la Real Academia Española lo explica de la siguiente manera: “Que utiliza conjunta y simultáneamente diversos medios, como

imágenes, sonidos y texto, en la transmisión de una información” (R.A.E, 2017). Teniendo conocimiento de los elementos que componen la estructura de un documento multimedia se entiende el por qué la sociedad se ha ido adaptando hacia lo que es los medios digitales.

Estos le proporcionan al usuario audio, video e información breve presentada de forma llamativa y entretenida, lo cual representa una herramienta esencial para promocionar destinos turísticos en línea.

Tomando en cuenta también la viralización del material multimedia en las redes, atrayendo visitas tanto al destino como al portal que lo expone como atractivo turístico. Sin embargo, esto no es más que una pequeña parte de la revolución digital que actualmente está transformando la forma en la cual el turismo ha estado funcionando.

“El flujo de tecnologías que llegan al sector turístico no cesa. Las posibilidades de la movilidad se amplían continuamente aprovechando la mayor disponibilidad de tabletas y smartphones por parte de los turistas o las posibilidades que ofrecen la geolocalización y la realidad aumentada” (Fundación Orange, 2016, p.10).

La amplia variedad tecnológica que las personas actualmente tienen a su alcance, contribuyen a la independencia del usuario de aventurarse a buscar la información por sus propios medios sin necesidad de salir de su hogar. Lo cual representa nuevas oportunidades para motivar el turismo adaptándolo a los próximos avances tecnológicos.

1.1.3 Resurgimiento del Turismo en Puerto Plata en los últimos años

“(…) Los últimos años han sido de crecimiento y avance sostenido del turismo en la Novia del Atlántico, consecuencia de la combinación de efectivas estrategias e iniciativas que involucran a inversores privados y las autoridades gubernamentales.” (El centinela digital, 2018)

Según el artículo del periódico online “El Centinela digital” El gran impacto del turismo en Puerto Plata muestra el momento perfecto para el diseño de todo tipo de publicidad para la promoción del destino turístico por distintos medios de comunicación, incluyendo la implementación de portales web, que son los que más accesibles a nivel nacional e internacional.

Tomando en cuenta el historial turístico de Puerto Plata desde su auge hasta el declive, el Ministro de Turismo, Francisco Javier García, dijo lo siguiente:

“Lo que pasa en Puerto Plata es una conjunción de muchos factores; la inversión del gobierno, la decisión del sector privado de impulsar hacia adelante, los inversionistas extranjeros que confían en el turismo y el desarrollo de la provincia.” (Francisco J. García, 2018)

El descuido del turismo puertoplateño se originó debido a diversos factores, incluyendo el mal manejo de los medios para promocionar el destino, además de una escasa variedad de actividades, poco sentido de competitividad, inseguridad en las calles, precios exorbitantes, entre otros, dejando a un lado a Puerto Plata como atractivo turístico secundario para invertir en otras zonas que actualmente, representan un mayor porcentaje de ganancias anualmente para el sector turismo.

Actualmente se está presenciando el renacer de Puerto Plata como destino turístico, sin embargo, esto representa un largo trayecto para alcanzar las demás zonas turísticas del país, como es el caso de La Romana y Punta Cana. Sin embargo, la situación de Puerto Plata implica proponer proyectos atractivos enfocándose en corregir los factores que dieron origen al declive de su popularidad.

1.1.4 Promoción por los portales web

“Todo destino o empresa turística debe tener una página web si quiere estar a la altura de sus competidores. además, esta página web debe estar perfectamente actualizada y diseñada, y eso significa, por ejemplo, que esté disponible en varios idiomas, que incluya un formulario de reverso que da al usuario la posibilidad de contactar con la misma a través de diferentes medios. Asimismo, muchas páginas webs ofrecen la posibilidad de realizar visitas virtuales por sus instalaciones.”(Olmos y García, 2016, p.32)

El uso de páginas web para la publicidad del destino o empresa turística además de ser una gran herramienta para posicionarse también es necesario que al menos tengan redes sociales como mínimo, pues esto proporciona seguridad al turista de que se está hablando de un destino o empresa real.

“(…) unas de las principales ventajas de la utilización de las nuevas tecnologías en el sector turístico es la rapidez en la transmisión de información.” (Olmos y García, 2016, p.33) Esto le da la oportunidad al usuario de interactuar libremente en la página, informándose acerca de los servicios, locación y la apariencia del destino que desea visitar, además de que el usuario puede personalizar su ruta turística en base a sus intereses y estilo de exploración.

Esto significa un gran beneficio al momento de presentar un destino o empresa turística al mundo digital, no sólo

permitiendo a las personas informarse sobre el lugar, también se estaría beneficiando el estado al cual pertenece dicha región, dando así una buena reputación tanto al país como a la zona turística.

1.1.5 Turismo digital en República Dominicana

Tomando en cuenta que según la Organización Mundial del Turismo (OMT):

“(...) el turismo es uno de los sectores económicos que crece con mayor rapidez en el mundo. Esta aceleración no sería posible sin el inmenso nivel de interconexión que supera los 3,500 millones de usuarios de Internet, desde que fue registrado el primer dominio en 1985, y más de 2,340 millones de usuarios de redes sociales.”

Es importante mencionar que gracias a la adaptación a los medios digitales por parte del sector turismo han logrado alcanzar las cifras anterior mencionadas. Lo que representa al turismo digital como una herramienta valiosa para promocionar la imagen tanto de destinos como de empresas que se dedican a dicho sector.

Según el Observatorio Político Dominicano (OPD):

“(...) el 33.6 % de los turistas viene de Estados Unidos, país desde donde se encuentra el 83 % de los usuarios de Facebook en todo el mundo, que acceden (9 de cada 10 vía móvil), el 77 % de los usuarios de Twitter, el 78 % de usuarios de Instagram y el 80 % de los usuarios de YouTube. Sin embargo, Asia representa solo el 0.2 % del total de visitas al país, pero tiene un potencial digital enorme que puede ser mejor aprovechado si se identifican mediante la investigación, los hallazgos que permitan construir

una estrategia digital segmentada para dicho mercado.” (OPD, 2016)

Por lo que es importante seguir el ejemplo de portales web tales como “Go To Dominican Republic”, el cual tiene dominios en ocho idiomas incluyendo el mandarín, para así ampliar el alcance de visitas tanto a la página como al país.

A raíz de lo anterior mencionado, en 2015 se registraron 5.6 millones de extranjeros que llegaron a la República Dominicana a través del aeropuerto de Punta Cana, la cual es la zona turística con más visitas turísticas anuales en el país. Si en Rep. Dominicana se realiza un análisis en base a las necesidades o herramientas que un turista hoy en día utiliza para elegir su próximo destino a vacacionar, puede buscar la manera de atraer a ese blanco de público proporcionándole una plataforma en la cual puedan adquirir la información que

necesiten acompañado de elementos multimedia para garantizar una experiencia única al usuario, dándole la oportunidad de personalizar su búsqueda y organizar su ruta turística.

“Es preciso considerar que con la aceleración digital de hoy es posiblemente dar al turismo dominicano el empuje que necesita para potenciarlo y convertirlo en el principal acelerador de esta industria.” (OPD, 2016) Impulsar el turismo digital en República Dominicana no sólo significa potenciar a sus destinos turísticos altamente competitivos a nivel internacional, también, sería una herramienta para reposicionar otros destinos que han sido descuidados otorgándoles un espacio en el mercado competitivo turístico internacional.

1.2 Marco conceptual

- **Internet:** “Sistema mundial de redes de computadoras interconectadas. (...) Es un espacio público utilizado por millones de personas en todo el mundo como herramienta de comunicación e información.” (Microsoft, 2007, pg. 9)
- **World Wide Web:** "Red mundial; telaraña mundial. Es la parte multimedia de Internet. Es decir, los recursos creados en HTML y sus derivados." (Microsoft, 2007, pg. 21)
- **UX/UI:** “User Interface (UI) hace referencia a todo lo que tiene que ver con la estética del site y aquello que interactúa con el usuario, mientras que User Experience (UX) es el conjunto de emociones y experiencias que se apoderan del usuario cuando éste conecta con el sistema.” (Dimo, 2014)
- **CSS:** “La hoja de estilos en cascada (CSS) define los estilos que puede aplicar a las páginas o a los elementos de página.” (Montes, 2010, pg. 102)
- **Javascript:** “Es un lenguaje script multi-paradigma, basado en prototipos, dinámico, soporta estilos de programación funcional, orientada a objetos e imperativa.” (MDN, 2018)
- **Script:** “Es un lenguaje de programación que ejecuta diversas funciones en el interior de un programa de computador.” (Significados.com, 2015)
- **Página web:** “Es un documento dinámico, porque permite realizar diferentes acciones a través de textos o imágenes, que conducen al usuario a otra página web, a otra sección dentro del documento o a un e-mail.” (Montes, 2010, pg. 26)

- **Diseño:** “Es el esquema que se realiza ya sea mentalmente o en un soporte material y también se emplea para referirse a la apariencia de ciertos productos, líneas, formas, etc.” (Pérez Porto & Merino, 2008)
- **Multimedia:** “Se refiere a la utilización de varios medios de manera simultánea en la transición de una información por medio de videos, sonido, fotografías y texto.” (Pérez Porto & Gardey, 2011)
- **Ilustración:** “(...) Es un elemento de composición en el campo del diseño en sus diferentes ramas como textiles, gráficos, objetos, interiores, etc.” (Ochoa, 2013, pg. 16)
- **Flat Design o Diseño Plano:** “Consiste en eliminar o reducir todo tipo de decoración en un diseño de interfaz o web para simplificar el mensaje y, de esta forma, facilitar la funcionalidad.” (Merca2.0, 2015)
- **Turismo:** “(...) el conjunto de actividades que realizan las personas durante sus viajes a lugares distintos de su contexto habitual por un período inferior a un año, con propósitos de ocio, negocios y otros motivos”. (OMT, 1994)
- **Guía turística:** “Expresión que designa a los fascículos, libros u otro tipo de publicación que tiene como fin esencial dotar al turista de la información de atractivos, histórica, artística y de servicios de un lugar” (IDT, s.f., pg. 7)
- **Fascículo:** “Cada una de las partes de un libro que se publican periódicamente, generalmente en forma de cuaderno impreso.” (Oxford, s.f.)
- **Turista:** “(...) un visitante (interno, receptor o emisor) se clasifica como turista (o visitante que pernocta), si

su viaje incluye al menos una pernoctación en un alojamiento colectivo o privado.” (OMT, s.f.)

- **Hotel:** “Establecimiento de hostelería capaz de alojar con comodidad a huéspedes o viajeros.” (RAE, 2017)
- **Hospedaje:** “Servicio que presta un establecimiento de alojamiento turístico destinado a la pernoctación de una o varias personas de forma en un establecimiento de alojamiento turístico a cambio de una tarifa diaria establecida.” (Ludeña, 2016, pg. 116)
- **Cultura:** “(...) puede considerarse como el conjunto de los rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan una sociedad o un grupo social. Ella engloba, además de las artes y las letras, los modos de vida, los derechos fundamentales al ser humano, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias.” (UNESCO, s.f.)
- **Guías profesionales de turismo:** “Personas que prestan sus servicios profesionales en el área de la guianza turística cuyas funciones hacia el turista, viajero o pasajero son las de orientar, conducir, instruir y asistir durante la ejecución del servicio contratado.” (IDT, s.f., pg. 7)
- **Destino turístico:** “Un lugar geográfico dotado de atractivos turísticos, con capacidad para producir servicios, equipado con infraestructura adecuada, apto para satisfacer los deseos y necesidades de los turistas. Debe poseer Atractivo especial para despertar el deseo de vivir una experiencia a los visitantes.” (IDT, s.f., pg. 5)

1.3 Marco contextual

El proyecto que se plantea en esta investigación se llevará a cabo en la provincia de Puerto Plata, ubicada al norte de la isla de Santo Domingo, República Dominicana. La ‘Novia del Atlántico’¹ en los 90s generaba aproximadamente el 30% de ingresos al sector turismo del país, sin embargo, al llegar el nuevo milenio el declive de visitas tanto de residentes como de extranjeros perjudicó la prosperidad turística de dicha provincia, dirigiendo la atención en otras zonas turísticas, como es el caso de Punta Cana.

“(…) Su clima es cálido y saludable y en las alturas bastante fresco. El territorio de la provincia es montañoso, siendo la más conocida la loma Isabel de

torres, donde está el teleférico, desde donde se puede divisar todo el panorama.” (Noboa, W. M, 2000).

Puerto Plata tiene una amplia variedad de playas y actividades turísticas con un alto valor cultural.

El periodo del proyecto se llevará a cabo en la temporada de verano del 2018, que es una de las temporadas en las que más turistas visitan el país, aprovechando el potencial turístico de Puerto Plata en su punto demostrando la capacidad que posee la misma para entretener a quien la visite.

¹ Novia del Atlántico: Nombre secundario de la provincia de Puerto Plata.

Capítulo II

2.1 Diseño Metodológico:

La investigación será de tipo no experimental debido a que no se pretende manipular las variables. Es decir, no se altera la variable independiente y sólo será observada para su análisis. Esto es porque la muestra representada por residentes y turistas extranjeros de la provincia de Puerto Plata será analizada y descrita. Se expondrán las causas del problema, por qué se debe de realizar el portal web y se propondrá una solución relacionada con el área de diseño que resuelva dicha problemática sin alterar las variables.

Enfoque:

El enfoque de esta investigación será mixto, es decir, tanto cualitativo como cuantitativo debido a que se tomarán en cuenta datos estadísticos y datos del entorno a investigar, de esta manera se recopilará la información necesaria para desarrollar el tema planteado en este documento. En el ámbito cualitativo, se explicará la importancia de tener un portal web para fines turísticos; el turismo digital en la República Dominicana y, por qué se deberían de implementar más proyectos de esta índole y reposicionar el valor turístico y cultural que posee la provincia de Puerto Plata. Mientras que, en el cuantitativo, los estudios que se llevarán a cabo en esta investigación a través de encuestas para así concretar de una forma más efectiva el portal web y la implementación de la guía turística.

Secuencia:

La presente tendrá una secuencia transversal, debido a que los datos a desarrollar y analizar, los cuáles son: el turismo digital en la República Dominicana, la importancia de la multimedia en el sector turismo y los resultados de la encuesta a la muestra, se obtendrán en un sólo período de tiempo.

2.1.1 Metodología:

Tipo de investigación:

La investigación será índole exploratoria debido a que sugiere que se explore el entorno a investigar, en este caso, la provincia de Puerto Plata para estudiar y analizar sus elementos turísticos y culturales para así elaborar una guía turística con información confiable y actualizada.

Métodos a utilizar:

Los métodos de investigación serán tres, inductivo, analítico y estadístico, de manera que la información será desarrollada en ese orden.

Primero, los datos obtenidos a través de encuestas, y revisión de documentación previa al tema, además de los tópicos que se desarrollarán en la investigación. Luego, se fragmentará y analizará en partes para estudiar cada aspecto de índole turístico y/o cultural, de esta manera se podrá demostrar que la popularidad de Puerto Plata en el sector turismo y por ende justificar el por qué desarrollar un portal web para fomentar el turismo en esta provincia. Para finalizar, se presentarán a través de gráficas los datos obtenidos apoyados en porcentajes e información de tipo cuantitativa para demostrar la opinión de la muestra y determinar los elementos a utilizar para la realización del proyecto explicado.

Turismo en Puerto Plata”, “El Turismo Digital en República Dominicana”, “Importancia de la multimedia en el sector turismo” para así tener información esencial para llevar a cabo la propuesta.

2.1.2 Técnicas de investigación cuantitativa y/o cualitativa:

Para la obtención de datos de esta investigación se emplearán las siguientes técnicas para obtener los mejores resultados:

- Encuestas: Serán orientadas hacia la obtención de información por parte de la muestra para determinar su opinión de la situación por la cual está atravesando Puerto Plata actualmente en el sector turismo.
- Entrevistas: Serán entrevistadas personas expertas en el tema, entre estos serían el “Resurgimiento del

3.1 Esquema preliminar de contenido:

- **Portada**
- **Agradecimientos**

- **Dedicatoria**
- **Índice**
- **Introducción**
- **Desarrollo**

Capítulo I: Marco teórico referencial

1.1 Diseño de páginas web

1.1.1 CSS

1.1.2 Javascript

1.1.3 Registro de Dominio

1.1.4 Web Hosting

1.2 Diseño UX/UI

1.3 Turismo

1.3.1 Clasificación

1.3.2 Guía turística o Guía de viaje

1.4 Turismo en República Dominicana

1.4.1 Historia

1.4.2 Importancia

Capítulo II: Puerto Plata “La Novia del Atlántico”

2.1 Reseña Histórica

2.2 Municipios

- 2.2.1 Distritos municipales
- 2.3 Turismo en Puerto Plata
- 2.4 Atractivos turísticos culturales
 - 2.4.1 Loma Isabel de Torres
 - 2.4.2 Anfiteatro de Puerto Plata
 - 2.4.3 Museo Nacional del Ámbar
 - 2.4.4 Fortaleza de San Felipe
 - 2.4.5 Catedral Provincia Puerto Plata
 - 2.4.6 Casa Museo General Gregorio Luperón
- 2.5 Atractivos turísticos vacacionales
 - 2.5.1 Playas
 - 2.5.2 Hoteles
- 2.6 EcoTurismo

- 2.7 Actividades
 - 2.7.1 Deportes acuáticos

Capítulo III: Estudio de Campo

- 3.1 Objetivo General
 - 3.1.1 Objetivos específicos
- 3.2 La Muestra
- 3.3 Diseño de la Encuesta
- 3.4 Resultados

Capítulo IV: Propuesta de Portal Web

4.1 Planteamiento del problema

4.2 Solución

4.3 Portal web

4.3.1 Guía turística y su funcionalidad

Conclusión

Recomendaciones

Bibliografía

Anexos

4.1 Fuentes de Documentación:

Libros

- Centro Cuesta Nacional. (2014). *Descubre puerto Plata*. Recuperado de <http://www.orgullodemitierra.com.do/provincias/puerto-plata>
- Díaz Fernández, B. (2015). *El diseño de productos y servicios turísticos*. Madrid, España: Síntesis.
- Femenia Millet, O. (2011). *La imagen de un destino turístico como herramienta de marketing*.
- Fundación Orange. (2016). *La transformación digital en el sector turístico*.
- Gothelf, J., & Seiden, J. (2013). *Lean UX applying lean principles to improve user experience*.
- Gustafson, A. (2011). *ADAPTIVE WEB DESIGN Crafting Rich Experiences with Progressive Enhancement*.
- Heriberto Finke, C., & Gomez Santana, R. (2014). *Espacios naturales protegidos de la provincia de Puerto Plata 2014*. Puerto Plata, República Dominicana: Editora de Revistas, S.A..
- Ludeña Reyes, A. P., Suasnavas Rodríguez, M. G., & Torres Cadena, J. P. (2016). *Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras*. Loja, Ecuador: EDILOJA Cía. Ltda.
- Molero Ayala, V. M. (2014). *La revolución digital*. Madrid, España: Grafo Industrias Gráficas.
- Montes, R. (2010). *Diseño y Creación de Páginas Web Aplicado al Sector Turístico*. Granada, España: Copicentro.
- Vaughan, T. A. Y. (2002). *Multimedia. Manual de referencia* (Ed. rev.). Madrid, España: S.A. MCGRAW-HILL / INTERAMERICANA DE ESPAÑA.

Sitios web

- Alcaldía Mayor de Bogotá D.C. (2016, 6 enero). Glosario de Términos Turísticos Instituto Distrital de Turismo (IDT).

<http://www.bogotaturismo.gov.co/sites/default/files/glosario.pdf>

- Banco Central de la República Dominicana. (s.f.). Estadísticas Económicas Sector Turismo. <https://www.bancentral.gov.do/a/d/2537-sector-turismo>
- Boletín ICE Economico. (2002, 24 junio). El sector turístico y el comercio electrónico. http://www.revistasice.com/CachePDF/BICE_2733_31-41__847A44DAF67C34B3BCA33D62C3224413.pdf
- Ceballos, F. (2016, 1 junio). Turismo, clave para el comercio electrónico. <https://www.forbes.com.mx/turismo-clave-comercio-electronico/>
- Diccionario de términos informáticos. (2007, 1 enero). https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/a/a0/Glosario_Inform%C3%A1tico.pdf
- Dimo Visual Creatives Blog. (2014, 24 septiembre). UI / UX, dos siglas de moda en el mundo del diseño web. Recuperado de http://www.dimo.cat/blog/ui_ux_dos_siglas_de_moda_diseno/
- Diccionario Oxford. (s.f.). Fascículo | Definición de fascículo. Recuperado de <https://es.oxforddictionaries.com/definicion/fasciculo>
- Guzmán, M. A. (2017, 12 octubre). En Puerto Plata crece demanda de turistas a través de Expedia. <http://hoy.com.do/en-puerto-plata-crece-demanda-de-turistas-a-traves-de-expedia/>

- JavaScript. (2018, 20 junio).
<https://developer.mozilla.org/es/docs/Web/JavaScript>
- Lantigua, E. (2017, 23 agosto). Puerto Plata recibe más turistas.
<https://www.listindiario.com/economia/2017/08/23/479443/puerto-plata-recibe-mas-turistas>
- Leon Ale, F. (2015, 17 septiembre). ¿QUÉ ES EL DISEÑO PLANO O “FLAT DESIGN”?
<https://www.merca20.com/que-es-el-diseno-plano-o-flat-design/>
- Nicolás Suero, H. (2016, 29 agosto). Turismo digital y uso de nuevas tecnologías en República Dominicana.
<http://www.opd.org.do/index.php/analisis-ciberpolitic/2217-turismo-digital-y-uso-de-nuevas-tecnologias>
- Noboa Warden, M. (2013, 8 mayo). Puerto Plata: la Novia del Atlántico. <http://hoy.com.do/puerto-plata-la-novia-del-atlantico-2/>
- Martínez, P. M. Perfecto. (2018, 25 junio). Turismo de Puerto Plata se levanta de buena gana.
<http://www.elcentineladigital.com.do/turismo/turismo-de-puerto-plata-se-levanta-de-buena-gana>
- Merca2.0. (2015, 17 septiembre). ¿QUÉ ES EL DISEÑO PLANO O “FLAT DESIGN”?
<https://www.merca20.com/que-es-el-diseno-plano-o-flat-design/>
- Osorio Sala, S. (2011, 10 febrero). Glosario informático dentro de informática Universidad EAFIT.
<http://www.eafit.edu.co/servicios-en-linea/cinf/Documents/glosario-informatico.pdf>

- Olmos Juárez, L., & García Cebrián, R. (2016). *Estructura del mercado turístico* (2ª ed.). <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>
- Ochoa, D. (2013, 7 diciembre). Proyecto de Tesis (ILUSTRACIÓN). https://issuu.com/diegochoa9/docs/tesis_enano
- Osorio Sala, S. (2011, 10 febrero). Glosario informático dentro de informática Universidad EAFIT. <http://www.eafit.edu.co/servicios-en-linea/cinf/Documents/glosario-informatico.pdf>
- Observatorio Politico Dominicano. (2016, 29 agosto). Turismo digital y uso de nuevas tecnologías en República Dominicana. <http://www.opd.org.do/index.php/analisis-ciberpoliticas/2217-turismo-digital-y-uso-de-nuevas-tecnologias>
- Organización Mundial del Turismo. (s.f.). Entender el turismo: Glosario Básico. <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>
- Pérez Porto, J., & Gardey, A. (2011, 1 enero). DEFINICIÓN DE MULTIMEDIA. <https://definicion.de/multimedia/>
- Pérez Porto, J., & Gardey, A. (2012, 1 enero). DEFINICIÓN DE GUÍA TURÍSTICA. <https://definicion.de/guia-turistica/>
- Pérez Porto, J., & Merino, M. (2008, 1 enero). DEFINICIÓN DE DISEÑO. <https://definicion.de/disenio/>
- Real Academia Española. (2017). Multimedia | Definición. Recuperado de <http://dle.rae.es/srv/search?m=30&w=multimedia>

- Real Academia Española. (s.f.). Hotel | Definición de Hotel. Recuperado de <http://dle.rae.es/srv/search?m=30&w=hotel>
- Significado de Script. (2015, 4 mayo). <https://www.significados.com/script/>

