



INSTITUTO TECNOLÒGICO
“CORDILLERA”

CARRERA DE DISEÑO GRÀFICO

ELABORACIÓN DE UNA GUÍA INTERACTIVA (CD) YAKU PARQUE MUSEO
DEL AGUA; UBICADO EN EL SECTOR DE EL PLACER EN EL CENTRO DE LA
CUIDAD DE QUITO.

Proyecto de Investigación previo a la obtención del título de Tecnólogo en Diseño
Gráfico

Autor: María José Santana Meneses

Tutor: Ing. Marco Yamba

Quito, Octubre 2014



DECLARATORIA DE AUTORÍA

Declaro que el presente proyecto es absolutamente original,
auténtico y personal, que se ha citado las fuentes correspondientes
respetando las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes.

Las ideas, resultados y conclusiones a los que he llegado son de

Mi absoluta responsabilidad.

X

María José Santana

CI: 1719342121

CONTRATO DE CESIÓN SOBRE DERECHOS PROPIEDAD INTELLECTUAL

Comparecen a la celebración del presente contrato de cesión y transferencia de derechos de propiedad intelectual, por una parte, el estudiante MARÍA JOSÉ SANTANA MENESES, por sus propios y personales derechos, a quien en lo posterior se le denominará el "CEDENTE"; y, por otra parte, el INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO CORDILLERA, representado por su Rector el Ingeniero Ernesto Flores Córdova, a quien en lo posterior se lo denominará el "CESIONARIO". Los comparecientes son mayores de edad, domiciliados en esta ciudad de Quito Distrito Metropolitano, hábiles y capaces para contraer derechos y obligaciones, quienes acuerdan al tenor de las siguientes cláusulas:

PRIMERA: ANTECEDENTE.- a) El Cedente dentro del pensum de estudio en la carrera de diseño gráfico que imparte el Instituto Superior Tecnológico Cordillera, y con el objeto de obtener el título de Tecnólogo en Diseño Gráfico, el estudiante participa en el proyecto de grado denominado "Elaboración de una Guía Interactiva (CD) YAKU Parquee Museo del Agua; ubicado en el sector de El Placer en el Centro de la Ciudad de Quito, para lo cual ha implementado los conocimientos adquiridos en su calidad de alumno. **b)** Por iniciativa y responsabilidad del Instituto Superior Tecnológico Cordillera se desarrolla la creación del Cd Interactivo motivo por el cual se regula de forma clara la cesión de los derechos de autor que genera la obra literaria y que es producto del proyecto de grado, el mismo que culminado es de plena aplicación técnica, administrativa y de reproducción.

SEGUNDA: CESIÓN Y TRANSFERENCIA.- Con el antecedente indicado, el Cedente libre y voluntariamente cede y transfiere de manera perpetua y gratuita todos los derechos patrimoniales del Cd Interactivo en la clausula anterior a favor del Cesionario, sin reservarse para sí ningún privilegio especial (código fuente, código objeto, diagramas de flujo, planos, manuales de uso, etc.). El Cesionario podrá explotar el Cd Interactivo por cualquier medio o procedimiento tal cual lo establece el Artículo 20 de la Ley de Propiedad Intelectual, esto es, realizar, autorizar o prohibir, entre otros: a) La reproducción del Cd Interactivo por cualquier forma o procedimiento; b) La comunicación pública del Cd; c) La distribución pública de ejemplares o copias, la comercialización, arrendamiento o alquiler del Cd Interactivo; d) Cualquier transformación o modificación del Cd Interactivo; e) La protección y registro en el IEPI el Cd Interactivo nombre del Cesionario; f) Ejercer la protección

jurídica del Cd Interactivo; g) Los demás derechos establecidos en la Ley de Propiedad Intelectual y otros cuerpos legales que normen sobre la cesión de derechos de autor y derechos patrimoniales.

TERCERA: OBLIGACIÓN DEL CEDENTE.- El cedente no podrá transferir a ningún tercero los derechos que conforman la estructura, secuencia y organización del Cd Interactivo que es objeto del presente contrato, como tampoco emplearlo o utilizarlo a título personal, ya que siempre se deberá guardar la exclusividad del Cd Interactivo a favor del Cesionario.

CUARTA: CUANTIA.- La cesión objeto del presente contrato, se realiza a título gratuito y por ende el Cesionario ni sus administradores deben cancelar valor alguno o regalías por este contrato y por los derechos que se derivan del mismo.

QUINTA: PLAZO.- La vigencia del presente contrato es indefinida.

SEXTA: DOMICILIO, JURISDICCIÓN Y COMPETENCIA.- Las partes fijan como su domicilio la ciudad de Quito. Toda controversia o diferencia derivada de éste, será resuelta directamente entre las partes y, si esto no fuere factible, se solicitará la asistencia de un Mediador del Centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de Comercio de Quito. En el evento que el conflicto no fuere resuelto mediante este procedimiento, en el plazo de diez días calendario desde su inicio, pudiendo prorrogarse por mutuo acuerdo este plazo, las partes someterán sus controversias a la resolución de un árbitro, que se sujetará a lo dispuesto en la Ley de Arbitraje y Mediación, al Reglamento del Centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de comercio de Quito, y a las siguientes normas: a) El árbitro será seleccionado conforme a lo establecido en la Ley de Arbitraje y Mediación; b) Las partes renuncian a la jurisdicción ordinaria, se obligan a acatar el laudo arbitral y se comprometen a no interponer ningún tipo de recurso en contra del laudo arbitral; c) Para la ejecución de medidas cautelares, el árbitro está facultado para solicitar el auxilio de los funcionarios públicos, judiciales, policiales y administrativos, sin que sea necesario recurrir a juez ordinario alguno; d) El procedimiento será confidencial y en derecho; e) El lugar de arbitraje serán las instalaciones del centro de arbitraje y mediación de la Cámara de Comercio de Quito; f) El idioma del arbitraje será el español; y, g) La reconvenición, caso de haberla, seguirá los mismos procedimientos antes indicados para el juicio principal.



SÉPTIMA: ACEPTACIÓN.- Las partes contratantes aceptan el contenido del presente contrato, por ser hecho en seguridad de sus respectivos intereses.

En aceptación firman a los 24 días del mes de octubre del dos mil catorce.

f) Ma. José Santana Meneses
C.C. N° 1719342121
Cordillera

CEDENTE

f) _____
Instituto Superior Tecnológico

CESIONARIO



AGRADECIMIENTO

Me gustaría que estas líneas sirvieran para expresar mi más profundo y sincero agradecimiento a todas aquellas personas que de alguna manera me apoyaron en la culminación de este proyecto.

En primer lugar agradezco a mis padres quienes han sido el pilar fundamental para culminar con éxito otra etapa más en mi vida quienes con su bendición e iluminación siempre me bendijeron para seguir adelante con mis objetivos, también agradezco al Sr. Andrés Veintimilla quién me ha brindado su apoyo en el transcurso de todo este tiempo y a mi hermano el Sr. Francisco Santana que siempre me ha inculcado el camino del bien y me ha depositado en mí su entera confianza que más que un hermano siempre ha sido como un Padre para mí.

También quiero agradecer al Ing. Marco Yamba quien fue la guía para la realización de mi proyecto y concluir con éxito la terminación del mismo.



DEDICATORIA

El presente proyecto está dedicado a Dios
quien siempre me ah dado la fuerza,
ah escuchado mis plegarias
y ah iluminado mi camino cuando más oscuro se ah puesto.

También está dedicado a mis Padres Nelly Meneses
y Francisco Santana ya que desde el inicio de mi carrera
siempre estuvieron apoyándome
e hicieron posible la culminación del mismo.



INDICE GENERAL

Título	Página
Declaración de Autoría del Estudiante.....	i
Declaración de Sección de Derechos de la Institución.....	ii-iv
Agradecimientos.....	v
Dedicatoria.....	vi
Índice General.....	vii-x
Índice Tablas.....	xi-xii
Índice Figuras.....	
Resumen Ejecutivo.....	
Abstract.....	
Introducción.....	
CAPÍTULO I: ANTECEDENTES.....	1
1.1 Contexto.....	1
1.2 Justificación.....	2
1.3 Definición del Problema Central.....	3



CAPÍTULO II: ANÁLISIS DE INVOLUCRADOS.....	4
2.1 Mapeo de Involucrados.....	4
2.2 Matriz Análisis de Involucrados.....	5
CAPÍTULO III: PROBLEMAS Y OBJETIVOS.....	6
3.1 Árbol de Problemas.....	6
3.2 Árbol de Objetivos.....	7
CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE ALTERNATIVAS.....	8
4.1 Matriz de Análisis de Alternativas e Identificación de Acciones.....	8
4.4.1 Tamaño del proyecto.....	9
4.1.2 Localización del Proyecto.....	9



4.1.3	Análisis Ambiental.....	10
4.2	Matriz de Análisis de Impacto de los Objetivos.....	11
4.3	Diagrama de Estrategias.....	12
4.4	Construcción de la Matriz de Marco Lógico.....	13-14
4.4.1	Revisión de los Criterios para los Indicadores.....	15-19
4.4.2	Selección de Indicadores.....	20-24
4.4.3	Medios de Verificación.....	25-30
4.4.4	Supuestos.....	31-35
4.4.5	Matriz Marco Lógico(MML).....	36-41
CAPÍTULO V: LA PROPUESTA.....		42
5.1	Antecedentes de la Herramienta del perfil de la Propuesta.....	42
5.2	Descripción de la Herramienta.....	43-47
5.3	Formulación del Proceso de Aplicación.....	48-51
	Mapa de Contenidos.....	52



Interfaz.....	53-83
Plan y Estrategias de Medios.....	84-87
Imágenes.....	88-89
CAPÍTULO VI: ASPECTOS ADMINISTRATIVOS.....	90
6.1 Recursos.....	90
6.2 Presupuestos.....	91
6.3 Cronograma.....	92
CAPÍTULO VII: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	93
7.1 Conclusiones.....	93
7.2 Recomendaciones.....	93-94
Referencias Bibliográficas.....	94



INDICE DE TABLAS

Título	Página
Tabla 1	
Definición del Problema Central.....	3
Tabla 2	
Matriz Análisis de Involucrados.....	5
Tabla 3	
Matriz Análisis de Impacto de los Objetivos.....	11
Tabla 4	
Revisión de los Criterios para los Indicadores.....	15-19
Tabla 5	
Selección de Indicadores.....	20-24
Tabla 6	
Medios de Verificación.....	25-30
Tabla 7	
Supuestos.....	31-35



Tabla 8

Matriz Marco Lógico (MML).....36-41

Tabla 9

Colores Cd Interactivo.....55

Tabla 10

Botones Navegación Principal.....57-58

Tabla 11

Recursos.....90

Tabla 12

Gastos Operativos.....91

Tabla 13

Cronograma.....92



INDICE DE FIGURAS

Título	Página
Figura 1	
Mapeo de Involucrados.....	4
Figura 2	
Árbol de Problemas.....	6
Figura 3	
Árbol de Objetivos.....	7
Figura 4	

RESUMEN EJECUTIVO

El siguiente proyecto de grado se enfoca a YAKU Parque Museo del Agua, con la finalidad de informar sobre los beneficios que ofrece el Museo para su comunidad.

Luego de un estudio sobre la poca asistencia de visitantes al Museo se ha identificado que existe un desconocimiento de la población de la Ciudad de Quito sobre YAKU Parque Museo del Agua y los beneficios y cualidades que posee dicho lugar con un auto aprendizaje dinámico y educativo.

Se propone un CD Interactivo como difusión del Museo el cual tendrá como objetivo principal mostrar la interactividad y recursos que posee dicho lugar con una visita autodidáctica.

Adicional a esto también se implementará la elaboración de estrategias publicitarias como parte de apoyo a la difusión de interés por asistir al Museo.

Dicho proyecto servirá como aporte para la ciudadanía para conocer diferentes conceptos y cualidades que se puede obtener con un elemento indispensable como lo es el Agua y el medio ambiente que lo rodea.



ABSTRACT

The following graduation project focuses on YAKU Museum Water Park , in order to report on the benefits offered by the Museum for their community.

After a study of the low attendance of visitors to the Museum has been identified that there is a lack of awareness of the City of Quito on YAKU Park Water Museum and the benefits and qualities that this place with a dynamic and educational self learning.

An interactive CD and dissemination Museum which main objective will show interactivity and resources you have that place with a self-study visit is proposed .

Additional ah this also developing advertising strategies will be implemented as part of supporting the dissemination of interest in attending the Museum.

This project will serve as a contribution to citizenship for different concepts and qualities that can be obtained with an essential element such as the Water and the environment that surrounds it.



INTRODUCCIÓN

El siguiente proyecto de grado se realizó con la finalidad de brindar una adecuada información sobre los beneficios y características que posee Yaku Parque Museo del Agua ubicado en el antiguo barrio de El Placer en el centro histórico de Quito.

Las principales características que brinda el museo hacia sus visitantes es la interactividad con los diferentes recursos que podemos utilizar a través del elemento agua, siendo este un recurso indispensable para una autoeducación interactiva para visitantes de toda edad sin restricciones de nivel socioeconómico.

Lo que se busca con el desarrollo del Cd Interactivo para Yaku Parque Museo del Agua es ponderar los beneficios que posee dicho lugar e interesar a todos los ciudadanos y con esto el museo pueda crecer de una manera óptima y sea reconocido como un sitio turístico de renombre.



CAPÍTULO I: ANTECEDENTES

Antecedentes

1.1. Contexto

YAKU Parque Museo del Agua se ubica en el antiguo barrio El Placer, en las laderas del volcán Pichincha por lo que se constituye como un buen sitio turístico para la ciudad de Quito.

YAKU es un espacio de educación no formal que busca incentivar la valoración del agua como fuente de vida pues se ha constituido como un punto de encuentro y recreación ciudadana donde se pueden aprovechar, valorar y experimentar un contacto intenso, emotivo, científico y personal con el elemento agua.

El Museo tiene entre sus actividades principales metodologías de aprendizaje que promueven la participación ciudadana y el relacionamiento de la misma con el medio ambiente, es por eso que se busca mediante un CD Interactivo, se posibilite el aprendizaje y la recreación de grandes y pequeños sin restricciones ni condición de desigualdad y exclusión de nivel social, religión, sexo. Convirtiéndose en un espacio público abierto a los requerimientos e interés de la sociedad.

1.2. Justificación

Tenemos como punto principal los resultados no deseados debido a la falta de información tanto gráfica como audiovisual que las autoridades han generado en torno a los Museos, en este caso viéndose afectado YAKU Parque Museo del Agua que no ha podido llamar la atención del público en general.

Quito se caracteriza por ser una de las ciudades más visitadas a nivel de Sudamérica pues sus principales atractivos turísticos sin lugar a duda se asientan en la parte céntrica de la ciudad; pues iglesias y museos encabezan la lista de los lugares más visitados por turistas nacionales como extranjeros.

Si bien el arte colonial llama la atención en los Museos Históricos, YAKU Parque Museo del Agua nos presenta una alternativa educativa, siendo este uno de los pocos lugares en la ciudad en los que podemos observar e interactuar tanto adultos como niños con un recurso vital como lo es el agua.

En la actualidad los Museos de la Ciudad de Quito han disminuido el número de visitantes frecuentes por la poca difusión de las actividades y exposiciones que llevan a cabo.

Es por eso que la razón principal para la realización de un CD Interactivo para este proyecto es contribuir de forma directa al aumento de visitantes a YAKU Parque Museo del Agua, atacando de manera visual las emociones que produce una visita

Auto Educativa, sobre todo en visitantes de corta edad y de esta forma también contribuir para el mejoramiento de los ingresos de dicho lugar y de sus alrededores.

1.3 Definición del Problema Central (Matriz T)

Situación Empeorada	Situación Actual				Situación Mejorada
Cierre definitivo del museo YAKU	Bajo número de asistencia al museo				Gran afluencia de visitantes satisfechos
Fuerzas Impulsadoras	I	PC	I	PC	Fuerzas Bloqueadoras
CD Interactivo de autoeducación didáctica	1	3	4	2	Desinterés por crear un medio interactivo de autoeducación
Gestión de difusión CD Interactivo en centros educativos	1	3	5	3	Desinterés de difusión CD Interactivo en centros educativos
Difusión en medios publicitarios	2	3	4	2	Inexistencia de medios publicitarios
Creación de artes o piezas publicitarias innovadoras	2	3	5	2	Poco interés por mejorar artes o piezas publicitarias innovadoras
Coordinación y Planificación para un ambiente didáctico y autoeducativo para el visitante	1	3	4	2	Poca coordinación y planificación para mejorar el ambiente del Visitante

Tabla 1: Definición del Problema Central

CAPÍTULO II: ANÁLISIS DE INVOLUCRADOS

2.1. Mapeo de los involucrados

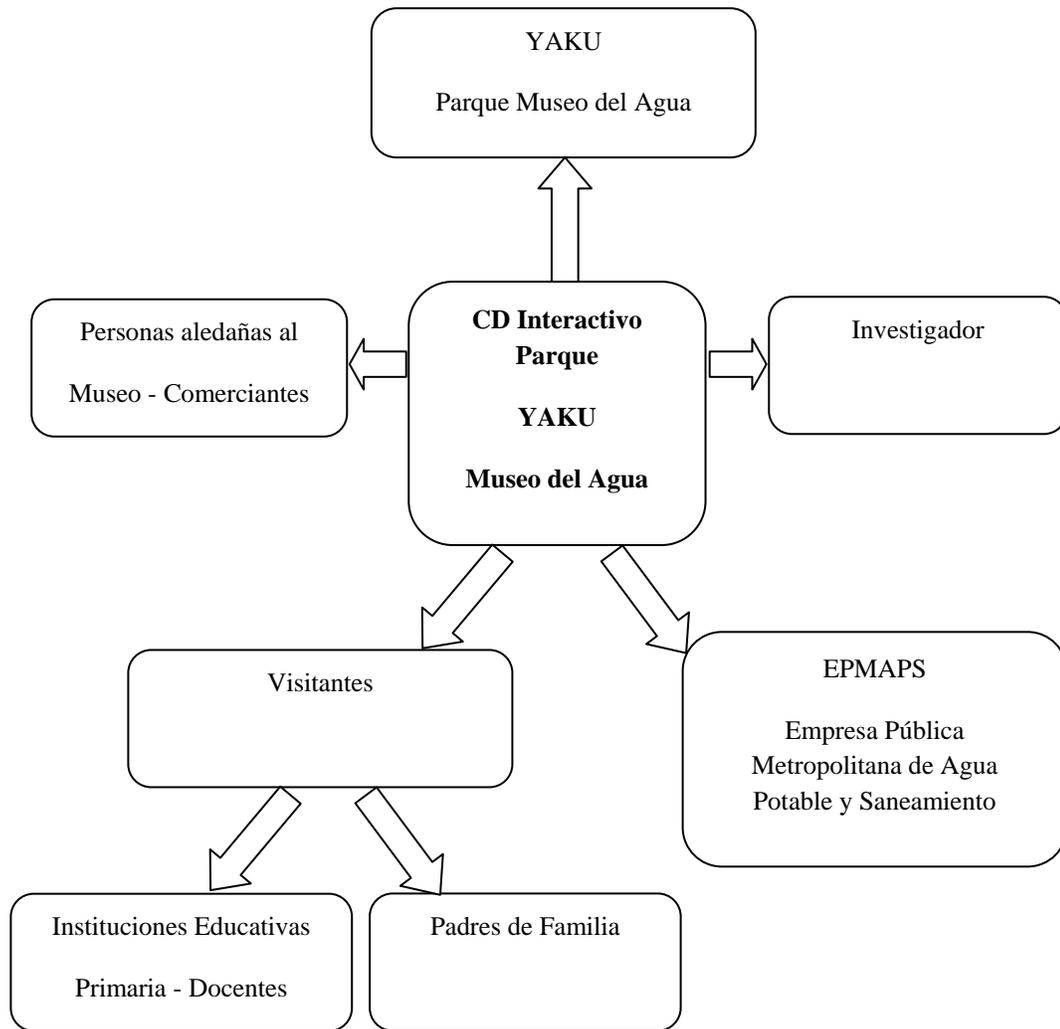


Figura1: Mapeo de Involucrados



2.2. Matriz de Análisis y Selección con los Involucrados

Actores Invocados	Interés sobre el problema	Problemas percibidos	Recursos mandatos y capacidades	Interés sobre el proyecto	Conflictos potenciales
YAKU Parque Museo del Agua	Generar más visitantes diarios al Museo	Escaso material de información	<ul style="list-style-type: none"> - Informativo - Leyes Internas 	La ejecución del proyecto (CD Interactivo) contribuirá de forma notoria a la resolución del problema	Escasa difusión del museo en sitios turísticos y educativos
EPMAPS Empresa Pública Metropolitana de Agua Potable y Saneamiento	Aumentar el turismo en YAKU Parque Museo del Agua	Escasos recursos de medios didácticos audiovisuales y específicos que atiendan las necesidades del visitante	<ul style="list-style-type: none"> - Informativo - Leyes Internas 	Seguir impulsando iniciativas que promuevan la participación ciudadana dentro del museo	Designación de un ente específico por parte de la EPMAPS para atender las necesidades del museo
Personas Aledañas al Museo – Comerciantes	Contribuir positivamente con la mejora del sitio donde habitan	Poca interacción de su parte para generar un sitio turístico adecuado	<ul style="list-style-type: none"> - R. Económicos - Social 	Tienen un interés principal el cual es convertir al sector en un sitio turístico de renombre e incrementar los ingresos económicos de dicho lugar	Desorganización y poca colaboración tanto de los directivos del lugar como de las personas que habitan a sus alrededores
Instituciones Educativas (Primaria – Docentes)	Contar con un espacio de distracción, educación y esparcimiento	No se cuenta con una información efectiva que genere interés en los establecimientos primarios	<ul style="list-style-type: none"> - R. Económicos - Social - Leyes Internas 	Conjugar turismo, interacción y educación en una sola visita	Desinterés por medios de autoeducación
Padres de Familia	Aprovechar de manera efectiva cada uno de los recursos que se encuentran en el Museo	Poca interacción y comunicación sobre lugares de enseñanza didáctica adecuada	<ul style="list-style-type: none"> - R. Económicos - Social 	Mejorar el núcleo social y familiar	Escaso tiempo no permite que se pueda fomentar el espacio familiar
Investigador	Generar expectativa para posibles visitas	Existe poca información lo que genera desinterés por visitar dicho lugar	<ul style="list-style-type: none"> - Tecnológico - Talento Humano - Investigativo - R. Económicos - Innovación 	Generar un Cd Interactivo que contribuya a la difusión del museo	Desinterés en medios audiovisuales y educativos que generen expectativa en los ciudadanos

Tabla 2: Matriz Análisis de Involucrado

CAPÍTULO III: PROBLEMAS Y OBJETIVOS

3.1. Árbol de Problemas



Figura 2: Árbol de Problemas

3.2 Árbol de Objetivos

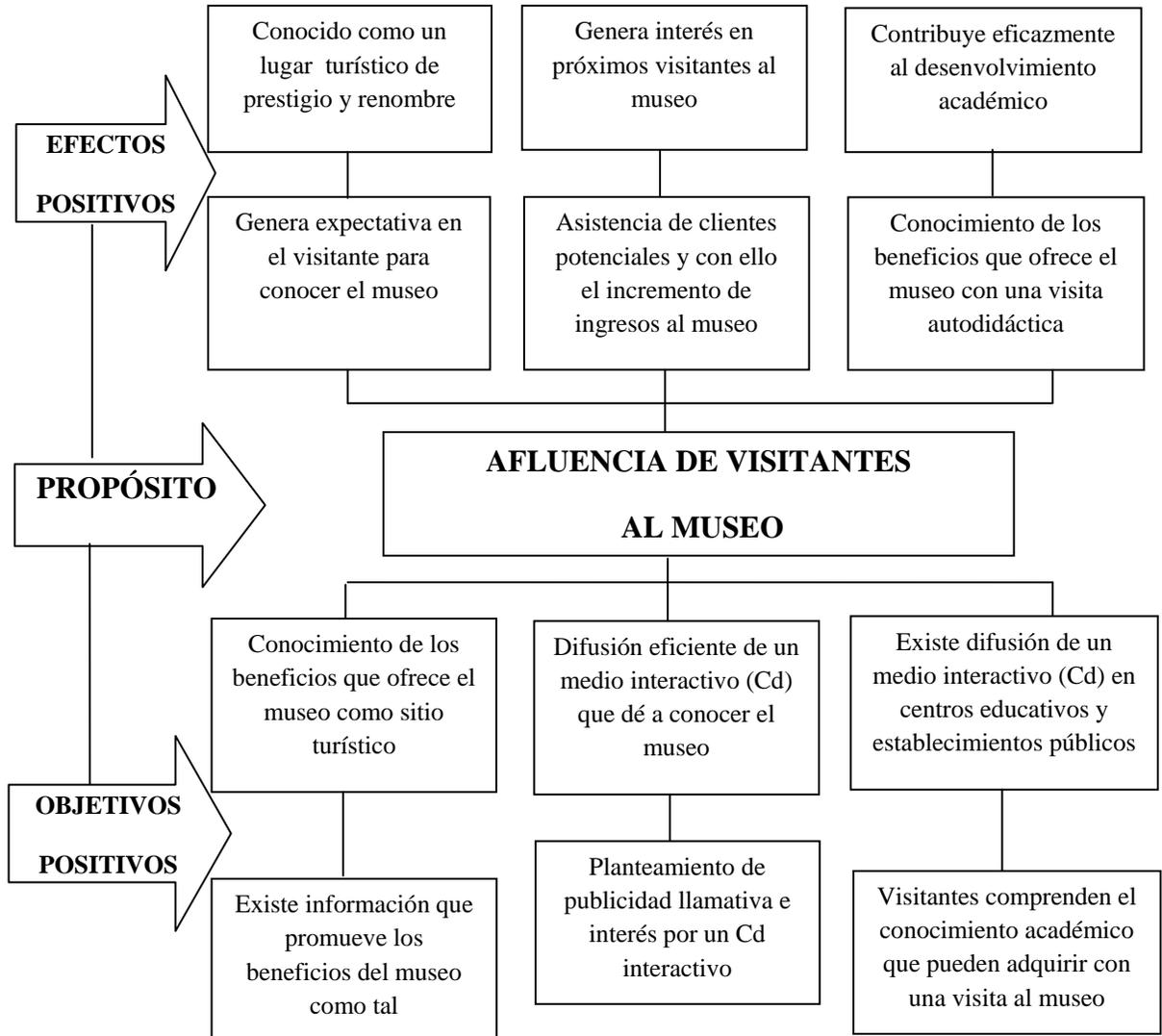


Figura 3: Árbol de Objetivos

CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE ALTERNATIVAS

4.1. Matriz de análisis de alternativas e identificación de acciones

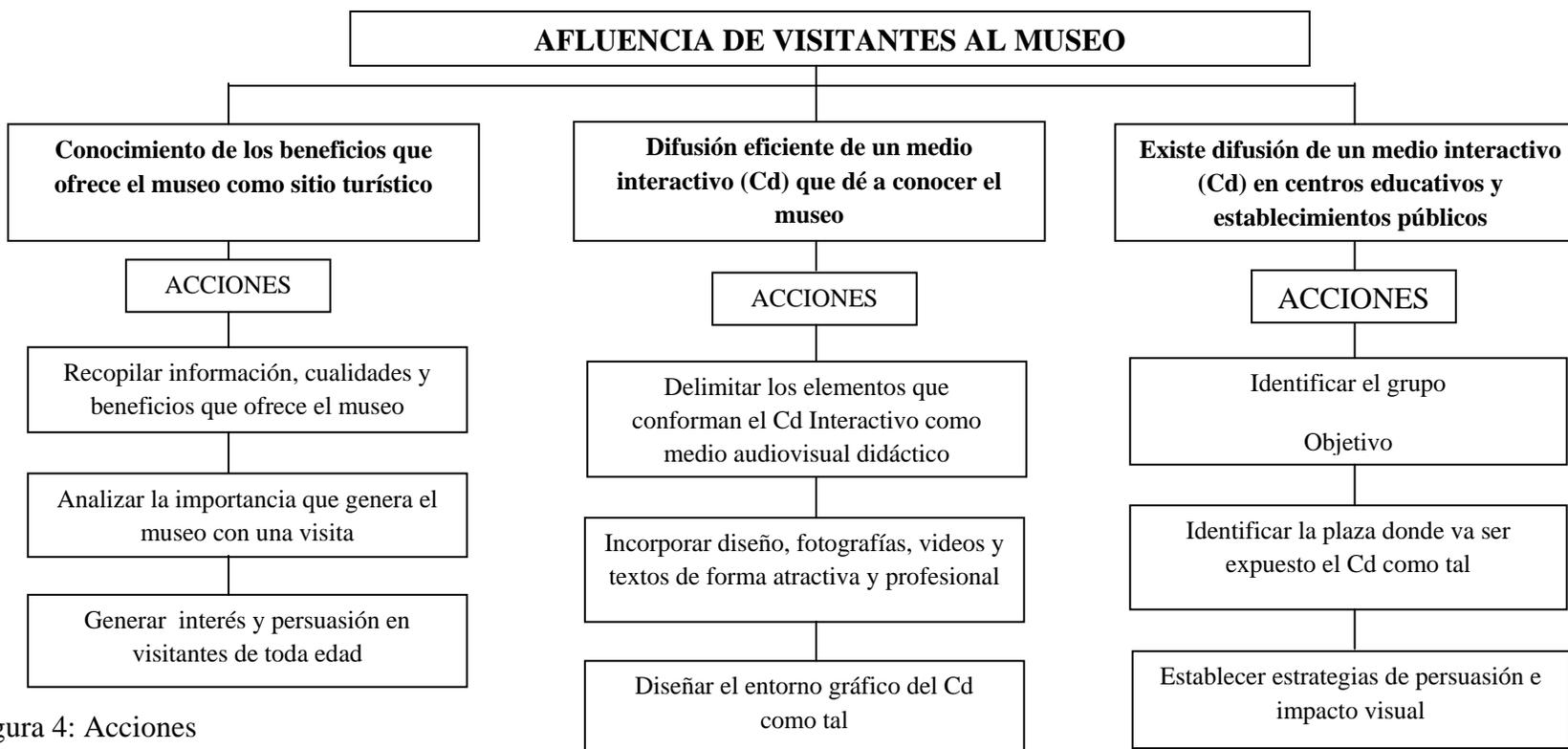


Figura 4: Acciones

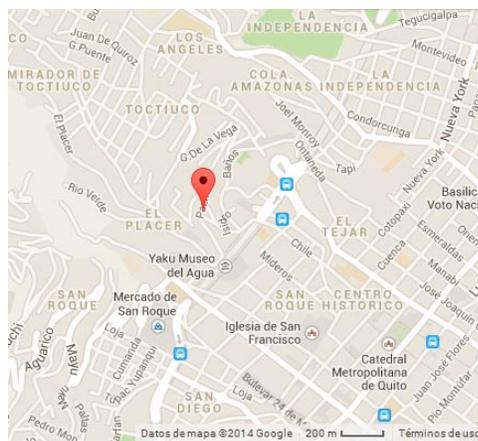
4.1.1. Tamaño del Proyecto

El proyecto tiene un enfoque educativo por lo tanto el grupo objetivo se oscila en niños de 6 a 13 años de edad que residan en el centro de la Ciudad de Quito sin discriminación de nivel socioeconómico.

Este Cd Interactivo lo que adopta es una enseñanza y aprendizaje dinámico que sea de interés para los establecimientos educativos y públicos de la ciudad teniendo en cuenta el conocimiento, valores y afectos sobre el liquido vital pues día a día contamos en el museo con varias actividades que podrían llegar a cientos de usuarios, con una propuesta nueva, mejorada y alternativa como es el Cd Interactivo.

4.1.2. Localización del Proyecto

El proyecto se ubica en el antiguo barrio de El Placer, en las laderas del volcán Pichincha, por lo que se constituye en un sitio estratégico de contemplación de la ciudad y donde la gran mayoría de sus visitantes residen más por ser un punto estratégico de turismo.





4.1.3. Análisis Ambiental

El impacto ambiental del proyecto es mínima, debido a que se va a utilizar solo equipos digitales para la creación e implementación del mismo, siendo la luz eléctrica el recurso que más se utilizará, disminuyendo así la contaminación ambiental y contribuyendo al cuidado del mismo.



4.2. Matriz de análisis de impacto de los Objetivos

Objetivos	Impacto sobre el propósito	Factibilidad Técnica	Factibilidad Financiera	Factibilidad Social	Factibilidad Política	TOTAL	CATEGORIA
Conocimiento de los beneficios que ofrece el museo como sitio turístico	4	5	5	5	4	23	Alta
Existe Información que promueve los beneficios del museo como tal	4	5	5	5	5	24	Alta
Difusión eficiente de un medio interactivo (Cd) que dé a conocer el museo	5	5	4	5	4	23	Alta
Planteamiento de publicidad llamativa e interés por un Cd interactivo	5	5	5	5	4	24	Alta
Existe difusión de un medio interactivo (Cd) en centros educativos y establecimientos públicos	5	5	4	5	4	23	Alta
Visitantes comprenden el conocimiento académico que pueden adquirir con una visita al museo	4	5	4	5	4	23	Alta

Tabla3: Matriz de Análisis de Impacto

4.3. Diagrama de Estrategias

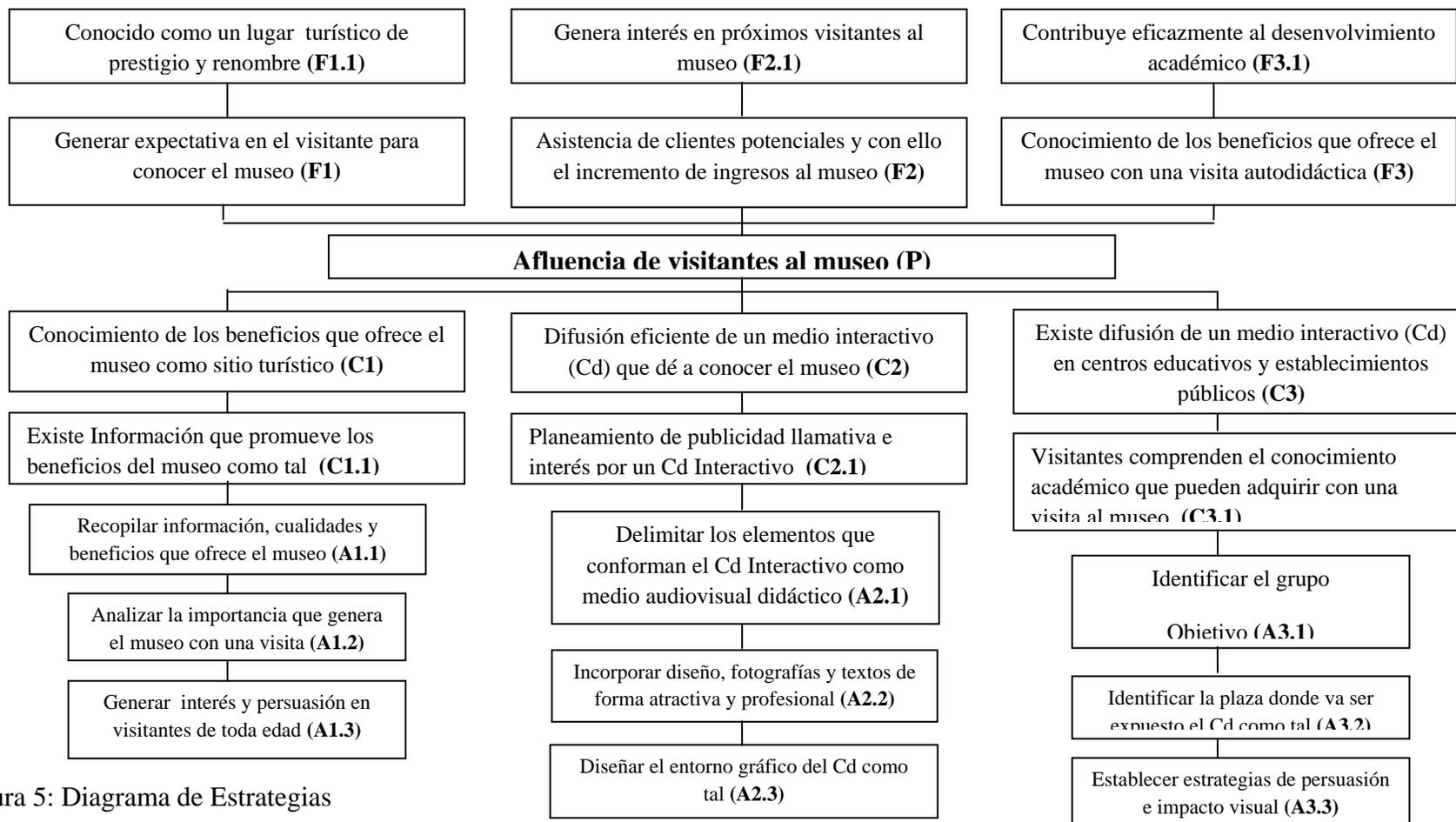


Figura 5: Diagrama de Estrategias

4.4. Construcción de la Matriz de Marco Lógico

Resumen Narrativo

Finalidad

F.1.- Generar expectativa en el visitante para conocer el museo.

F1.1.- Conocido como un lugar turístico de prestigio y renombre.

F.2.- Asistencia de clientes potenciales y con ello el incremento de ingresos al museo.

F2.1.- Genera interés en próximos visitantes al museo.

F.3.- Conocimiento de los beneficios que ofrece el museo con una visita autodidáctica.

F3.1.- Contribuye eficazmente al desenvolvimiento académico.

Propósito

P.- Afluencia de visitantes al museo.

Componentes

C.1.- Conocimiento de los beneficios que ofrece el museo como sitio turístico.

C1.1.- Existe Información que promueve los beneficios del museo como tal.

C.2.- Difusión eficiente de un medio interactivo (Cd) que dé a conocer el museo.

C2.1.- Planeamiento de publicidad llamativa e interés por un Cd Interactivo.

C.3.- Existe difusión de un medio interactivo (Cd) en centros educativos y establecimientos públicos.

C3.1.- Visitantes comprenden el conocimiento académico que pueden adquirir con una visita al museo.



Actividades

A1.1.- Recopilar información, cualidades y beneficios que ofrece el museo.

A1.2.- Analizar la importancia que genera el museo con una visita.

A1.3.- Generar interés y persuasión en visitantes de toda edad.

A2.1.- Delimitar los elementos que conforman el Cd Interactivo como medio audiovisual didáctico.

A2.2.- Incorporar diseño, fotografías y textos de forma atractiva y profesional.

A2.3.- Diseñar el entorno gráfico del Cd como tal.

A3.1.- Identificar el grupo objetivo.

A3.2.- Identificar la plaza donde va ser expuesto el Cd como tal.

A3.3.- Establecer estrategias de persuasión e impacto visual.



4.4.1. Revisión de los criterios para los Indicadores

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	META				
			Cantidad	Calidad	Tiempo	Lugar	Grupo Social
FIN	F1. Generar expectativa en el visitante para conocer el museo	El 70% de nuevos visitantes generan expectativa por visitar el museo	1020 nuevos visitantes generan expectativa por visitar el museo	Óptima	Mensual	Pichincha (Quito)	Población Quiteña
	F1.1. Conocido como un lugar turístico de prestigio y renombre	El 70% de la ciudadanía lo reconocen como un sitio turístico	1020 personas reconocen al museo como sitio turístico	Óptima	Mensual	Pichincha (Quito)	Visitantes
	F2. Asistencia de clientes potenciales y con ello el incremento de ingresos al museo	Un 70% de clientes potenciales asisten al museo y con ello incrementa sus ingresos	1020 personas son asistentes potenciales del museo	Óptima	Mensual	Pichincha (Quito)	Población Quiteña
	F2.1. Genera interés en próximos visitantes al museo	Un 70% genera interés en próximos visitantes	1020 personas generan interés en próximos visitantes	Óptima	Mensual	Pichincha (Quito)	Población Quiteña



	F3. Conocimiento de los beneficios que ofrece el museo con una visita autodidáctica	Un 80% reconocen los beneficios que ofrece el museo con una visita autodidáctica	1080 personas reconocen los beneficios del museo	Óptima	Mensual	Pichincha (Quito)	Visitantes
	F3.1 Contribuye eficazmente al desenvolvimiento académico	Un 50% contribuye al desenvolvimiento académico	Contribuye al desenvolvimiento académico de 2700 personas	Óptima	Trimestral	Pichincha (Quito)	Estudiantes
Propósito	P. Afluencia de visitantes al museo	80% de afluencia de visitantes al museo	270 personas visitan semanalmente del museo	Óptima	Semanal	Pichincha (Quito)	Población Quiteña
	C.1. Conocimiento de los beneficios que ofrece el museo como sitio turístico	Un 70% conocen los beneficios que ofrece el museo como sitio turístico	1020 personas conocen los beneficios que ofrece el museo como sitio turístico	Óptima	Mensual	Pichincha (Quito)	Visitantes
Componentes	C1.1 Existe Información que promueve los beneficios del museo como tal	En un 90% la información adecuada promueve los beneficios del museo como tal	La información adecuada del museo promueve a 3420 personas	Óptima	Trimestral	Pichincha (Quito)	Visitantes



	C.2. Difusión eficiente de un medio interactivo (Cd) que dé a conocer el museo	En un 80% se difunde el (Cd) que da a conocer el museo como tal	El Cd difunde eficazmente a 1080 personas que conozcan el museo como tal	Óptima	Mensual	Pichincha (Quito)	Visitantes
	C2.1 Planeamiento de publicidad llamativa e interés por un Cd Interactivo	Un 90% del planteamiento de publicidad llamativa genera interés por medio de un Cd interactivo	El planteamiento de publicidad llamativa genera interés por el Cd interactivo en 13.680 personas	Óptima	Anual	Pichincha (Quito)	Visitantes
	C.3. Existe difusión de un medio interactivo (Cd) en centros educativos y establecimientos públicos	En un 70% existe la difusión del (Cd) Interactivo en centros educativos y establecimientos públicos	Existe la difusión aproximada de 3060 personas a establecimientos educativos y públicos	Óptima	Trimestral	Pichincha (Quito)	Estudiantes
	C3.1 Visitantes comprenden el conocimiento académico que pueden adquirir con una visita al museo	Un 80% de los visitantes comprenden el conocimiento que adquieren con una visita al museo	270 personas comprenden el conocimiento académico que genera el museo con una visita	Óptima	Semanal	Pichincha (Quito)	Estudiantes



Actividades	A1.1. Recopilar información, cualidades y beneficios que ofrece el museo	Un 80% de los nuevos visitantes conocerán la información adecuada sobre el museo	3240 personas conocerán la información del museo de una manera adecuada	Óptima	Trimestral	Pichincha (Quito)	Visitantes
	A1.2. Analizar la importancia que genera el museo con una visita.	Un 90% de visitantes nuevos conocerán la importancia del museo con una visita	1140 visitantes conocerán la importancia del museo con una visita	Óptima	Mensual	Pichincha (Quito)	Visitantes
	A1.3. Generar interés y persuasión en visitantes de toda edad	Un 80% de visitantes son persuadidos por el museo y sus beneficios	1080 personas son persuadidos por los beneficios que ofrece el museo	Óptima	Mensual	Pichincha (Quito)	Visitantes
	A2.1. Delimitar los elementos que conforman el Cd Interactivo como medio audiovisual didáctico	El 100% de los elementos del Cd Interactivo conforman el medio audiovisual didáctico	100%	Óptima	Anual	Pichincha (Quito)	Departamento de Publicidad y Diseño
	A2.2. Incorporar diseño, fotografías y textos de forma atractiva y profesional	Se incorporará en un 100% diseño, fotografías y textos que forman el Cd interactivo	El 100% del diseño del Cd se encuentra incorporado de forma atractiva	Óptima	Anual	Pichincha (Quito)	Departamento de Publicidad y Diseño

ELABORACIÓN DE UNA GUÍA INTERACTIVA (CD) DE YAKU PARQUE MUSEO DEL AGUA; UBICADO EN EL SECTOR DE EL PLACER EN EL CENTRO DE LA CIUDAD DE QUITO



	A2.3. Diseñar el entorno gráfico del Cd como tal	En un 100% se realizará el entorno gráfico del Cd como tal	El entorno gráfico se encuentra realizado a un 100%	Óptima	Anual	Pichincha (Quito)	Departamento de Publicidad y Diseño
	A3.1. Identificar el grupo objetivo	El 100% del grupo objetivo se encuentra definido	100% del grupo objetivo está delimitado	Óptima	Anual	Pichincha (Quito)	Departamento de Publicidad y Diseño
	A3.2. Identificar la plaza donde va ser expuesto el Cd como tal	El 80% del expendio del Cd se basará en instituciones educativas	5.760 Cd serán expandidos a las instituciones educativas	Óptima	Anual	Pichincha (Quito)	Departamento de Publicidad y Diseño
	A3.3. Establecer estrategias de persuasión e impacto visual	Se generará el 80% de persuasión e impacto visual en nuevos visitantes y en los ya existentes	5760 visitantes son persuadidos por el impacto visual del Cd	Óptima	Anual	Pichincha (Quito)	Departamento de Publicidad y Diseño

Tabla 4: Revisión de los criterios para los Indicadores



4.4.2. Selección de Indicadores

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	Calificador de Indicador					Puntaje	Selección
			A	B	C	D	E		
Fin	F1. Generar expectativa en el visitante para conocer el museo	El 70% de nuevos visitantes generan expectativa por visitar el museo	X	X	X		X	4	Alta
	F1.1. Conocido como un lugar turístico de prestigio y renombre	El 70% de la ciudadanía lo reconocen como un sitio turístico	X	X	X	X	X	5	Alta
	F2. Asistencia de clientes potenciales y con ello el incremento de ingresos al museo	Un 70% de clientes potenciales asisten al museo y con ello incrementa sus ingresos	X	X	X	X	X	5	Alta
	F2.1. Genera interés en próximos visitantes al museo	Un 70% genera interés en próximos visitantes	X		X	X	X	4	Alta
	F3. Conocimiento de los beneficios que ofrece el museo con una visita autodidáctica	Un 80% reconocen los beneficios que ofrece el museo con una visita autodidáctica	X	X		X	X	4	Alta



	F3.1 Contribuye eficazmente al desarrollo académico	Un 50% contribuye al desarrollo académico	X	X		X	X	4	Alta
	P. Afluencia de visitantes al museo	80% de afluencia de visitantes al museo		X	X	X		3	Media
Componentes	C .1. Conocimiento de los beneficios que ofrece el museo como sitio turístico	Un 70% conocen los beneficios que ofrece el museo como sitio turístico		X		X	X	3	Media
	C1.1 Existe Información que promueve los beneficios del museo como tal	En un 90% la información adecuada promueve los beneficios del museo como tal	X		X	X	X	4	Alta
	C.2. Difusión eficiente de un medio interactivo (Cd) que dé a conocer el museo	En un 80% se difunde el (Cd) que da a conocer el museo como tal	X	X		X		3	Media
	C2.1 Planeamiento de publicidad llamativa e interés por un Cd Interactivo	Un 90% del planteamiento de publicidad llamativa genera interés por medio de un Cd interactivo		X	X	X	X	4	Alta



	C.3. Existe difusión de un medio interactivo (Cd) en centros educativos y establecimientos públicos	En un 70% existe la difusión del (Cd) Interactivo en centros educativos y establecimientos públicos		X	X	X	X	4	Alta
	C3.1 Visitantes comprenden el conocimiento académico que pueden adquirir con una visita al museo	Un 80% de los visitantes comprenden el conocimiento que adquieren con una visita al museo	X	X		X	X	4	Alta
Actividades	A1.1 Recopilar información, cualidades y beneficios que ofrece el museo	Un 80% de los nuevos visitantes conocerán la información adecuada sobre el museo	X	X	X	X	X	5	Alta
	A1.2. Analizar la importancia que genera el museo con una visita.	Un 90% de visitantes nuevos conocerán la importancia del museo con una visita		X	X		X	3	Media
	A1.3. Generar interés y persuasión en visitantes de toda edad	Un 80% de visitantes son persuadidos por el museo y sus beneficios	X	X		X	X	4	Alta



	A2.1. Delimitar los elementos que conforman el Cd Interactivo como medio audiovisual didáctico	El 100% de los elementos del Cd Interactivo conforman el medio audiovisual didáctico		X	X	X	X	4	Alta
	A2.2. Incorporar diseño, fotografías, videos y textos de forma atractiva y profesional	Se incorporará en un 100% diseño, fotografías y textos que forman el Cd interactivo	X	X	X	X	X	5	Alta
	A2.3. Diseñar el entorno gráfico del Cd como tal	En un 100% se realizará el entorno gráfico del Cd como tal	X	X	X	X	X	5	Alta
	A3.1. Identificar el grupo objetivo	El 100% del grupo objetivo se encuentra definido		X	X	X	X	4	Alta



	A3.2. Identificar la plaza donde va ser expuesto el Cd como tal	El 80% del expendio del Cd se definirá de acuerdo a las instituciones	X	X	X		X	4	Alta
	A3.3. Establecer estrategias de persuasión e impacto visual	Se generará el 80% de persuasión e impacto visual en nuevos visitantes y en los ya existentes	X	X	X		X	4	Alta

Tabla 5: Selección de Indicadores



4.4.3. Medios de Verificación

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	Medios de Verificación				
			Fuentes de Información	Método de Recolección	Método de Análisis	Frecuencia de Recolección	Responsable
Fin	F1. Generar expectativa en el visitante para conocer el museo	El 70% de visitantes generan expectativa por visitar el museo	Primario	Estadístico	Cuantitativo	Semanal	Investigador
	F1.1. Conocido como un lugar turístico de prestigio y renombre	El 70% de la ciudadanía lo reconocen como un sitio turístico	Primario	Estadístico	Cuantitativo	Cada año	Investigador
	F2. Asistencia de clientes potenciales y con ello el incremento de ingresos al museo	Un 70% de clientes potenciales asisten al museo y con ello incrementa sus ingresos	Primario	Recopilación de datos	Cuantitativo	Semanal	Investigador



	F2.1. Genera interés en próximos visitantes al museo	Un 70% genera interés en próximos visitantes	Primario	Estadístico	Cuantitativo	Semanal	Investigador
	F3. Conocimiento de los beneficios que ofrece el museo con una visita autodidáctica	Un 80% reconocen los beneficios que ofrece el museo con una visita autodidáctica	Primario	Estadístico	Cuantitativo	Semanal	Investigador
	F3.1 Contribuye eficazmente al desenvolvimiento académico	Un 50% contribuye al desenvolvimiento o académico	Primario	Estadístico	Cuantitativo	Semanal	Investigador
Componentes	P. Afluencia de visitantes al museo	80% de afluencia de visitantes al museo	Primario	Recopilación de datos	Cuantitativo	Semanal	Investigador
	C.1. Conocimiento de los beneficios que ofrece el museo como sitio turístico	Un 70% conocen los beneficios que ofrece el museo como sitio turístico	Primario	Observación y recopilación de datos	Cuantitativo	Semanal	Investigador



	C1.1 Existe Información que promueve los beneficios del museo como tal	En un 90% la información adecuada promueve los beneficios del museo como tal	Primario	Observación y recopilación de datos	Cuantitativo	Trimestral	Investigador
Actividades	C.2. Difusión eficiente de un medio interactivo (Cd) que dé a conocer el museo	En un 80% se difunde el (Cd) que da a conocer el museo como tal	Primario	Observación y recopilación de datos	Cuantitativo	Cada año	Investigador
	C2.1 Planeamiento de publicidad llamativa e interés por un Cd Interactivo	Un 90% del planteamiento de publicidad llamativa genera interés por medio de un Cd interactivo	Primario	Estadístico	Cuantitativo	Cada año	Investigador
	C.3. Existe difusión de un medio interactivo (Cd) en centros educativos y establecimientos públicos	En un 70% existe la difusión del (Cd) Interactivo en centros educativos y establecimientos públicos	Primario	Estadístico	Cuantitativo	Semanal	Investigador



Actividades	C3.1 Visitantes comprenden el conocimiento académico que pueden adquirir con una visita al museo	Un 80% de los visitantes comprenden el conocimiento que adquieren con una visita al museo	Primario	Observación y recopilación de datos	Cuantitativo	Cada año	Investigador
	A1.1. Recopilar información, cualidades y beneficios que ofrece el museo	Un 80% de los nuevos visitantes conocerán la información adecuada sobre el museo	Primario	Observación y recopilación de datos	Cuantitativo	Cada año	Investigador
	A1.2. Analizar la importancia que genera el museo con una visita.	Un 90% de visitantes nuevos conocerán la importancia del museo con una visita	Primario	Observación y recopilación de datos	Cuantitativo	Cada año	Investigador
	A1.3. Generar interés y persuasión en visitantes de toda edad	Un 80% de visitantes son persuadidos por el museo y sus beneficios	Primario	Observación y recopilación de datos	Cuantitativo	Semanal	Investigador



	A2.1. Delimitar los elementos que conforman el Cd Interactivo como medio audiovisual didáctico	El 100% de los elementos del Cd Interactivo conforman el medio audiovisual didáctico	Primario	Observación y recopilación de datos	Cuantitativo	Trimestral	Investigador
	A2.2. Incorporar diseño, fotografías, videos y textos de forma atractiva y profesional	Se incorporará en un 100% diseño, fotografías y textos que forman el Cd interactivo	Primario	Observación y recopilación de datos	Cuantitativo	Trimestral	Investigador
	A2.3. Diseñar el entorno gráfico del Cd como tal	En un 100% se realizará el entorno gráfico del Cd como tal	Primario	Observación y recopilación de datos	Cuantitativo	Cada Año	Investigador
	A3.1. Identificar el grupo objetivo	El 100% del grupo objetivo se encuentra definido	Primario	Observación y recopilación de datos	Cuantitativo	Semanal	Investigador



	A3.2. Identificar la plaza donde va ser expuesto el Cd como tal	El 80% del expendio del Cd se definirá de acuerdo a las Instituciones	Primario	Observación y recopilación de datos	Cuantitativo	Trimestral	Investigador
	A3.3. Establecer estrategias de persuasión e impacto visual	Se generará el 80% de persuasión e impacto visual en nuevos visitantes y en los ya existente	Primario	Observación y recopilación de datos	Cuantitativo	Trimestral	Investigador

Tabla 6: Medios de Verificación



4.4.4. Supuestos

Nivel	Resumen Narrativo	Supuestos	Factores de Riesgo				
			Financiero	Político	Social	Ambiental	Legal
Fin	F1. Generar expectativa en el visitante para conocer el museo	El 70% de visitantes generan expectativa por visitar el museo	X		X	X	X
	F1.1. Conocido como un lugar turístico de prestigio y renombre	El 70% de la ciudadanía lo reconocen como un sitio turístico	X		X	X	
	F2. Asistencia de clientes potenciales y con ello el incremento de ingresos al museo	Un 70% de clientes potenciales asisten al museo y con ello incrementa sus ingresos			X	X	X
	F2.1. Genera interés en próximos visitantes al museo	Un 70% genera interés en próximos visitantes			X	X	
	F3. Conocimiento de los beneficios que ofrece el museo con una visita autodidáctica	Un 80% reconocen los beneficios que ofrece el museo con una visita autodidáctica	X		X	X	



Componentes	F3.1 Contribuye eficazmente al desenvolvimiento académico	Un 50% contribuye al desenvolvimiento académico	X		X	X	
	P. Afluencia de visitantes al museo	80% de afluencia de visitantes al museo	X		X	X	X
	C.1. Conocimiento de los beneficios que ofrece el museo como sitio turístico	Un 70% conocen los beneficios que ofrece el museo como sitio turístico	X		X	X	
	C1.1 Existe Información que promueve los beneficios del museo como tal	En un 90% la información adecuada promueve los beneficios del museo como tal	X		X	X	X
	C.2. Difusión eficiente de un medio interactivo (Cd) que dé a conocer el museo	En un 80% se difunde el (Cd) que da a conocer el museo como tal	X		X	X	X



	C2.1 Planeamiento de publicidad llamativa e interés por un Cd Interactivo	Un 90% del planteamiento de publicidad llamativa genera interés por medio de un Cd interactivo	X		X	X	
	C.3. Existe difusión de un medio interactivo (Cd) en centros educativos y establecimientos público	En un 70% existe la difusión del (Cd) Interactivo en centros educativos y establecimientos públicos	X		X	X	
	C3.1 Visitantes comprenden el conocimiento académico que pueden adquirir con una visita al museo	Un 80% de los visitantes comprenden el conocimiento que adquieren con una visita al museo	X		X	X	
	A1.1 Recopilar información, cualidades y beneficios que ofrece el museo	Un 80% de los nuevos visitantes conocerán la información adecuada sobre el museo	X		X	X	X
	A1.2. Analizar la importancia que genera el museo con una visita.	Un 90% de visitantes nuevos conocerán la importancia del museo con una visita	X		X	X	



Actividades	A1.3. Generar interés y persuasión en visitantes de toda edad	Un 80% de visitantes son persuadidos por el museo y sus beneficios	X		X	X	
	A2.1. Delimitar los elementos que conforman el Cd Interactivo como medio audiovisual didáctico	El 100% de los elementos del Cd Interactivo conforman el medio audiovisual didáctico	X		X	X	
	A2.2. Incorporar diseño, fotografías, videos y textos de forma atractiva y profesional	Se incorporará en un 100% diseño, fotografías y textos que forman el Cd interactivo	X		X	X	X
	A2.3. Diseñar el entorno gráfico del Cd como tal	En un 100% se realizará el entorno gráfico del Cd como tal	X		X	X	X



	A3.1. Identificar el grupo objetivo	El 100% del grupo objetivo se encuentra definido	X		X	X	
	A3.2. Identificar la plaza donde va ser expuesto el Cd como tal	El 80% del expendio del Cd se definirá de acuerdo a las instituciones	X		X	X	X
	A3.3. Establecer estrategias de persuasión e impacto visual	Se generará el 80% de persuasión e impacto visual en nuevos visitantes y en los ya existente	X		X	X	

Tabla 7: Supuestos



4.4.5. Matriz Marco Lógico (MML)

Resumen Narrativo	Indicadores	Medios de Verificación	Supuestos
F1. Generar expectativa en el visitante para conocer el museo	El 70% de visitantes generan expectativa por visitar el museo	Fuente de Información - Primario Método de Recolección - Estadístico Método de Análisis Cuantitativo	No se genera expectativa de una forma adecuada
F1.1. Conocido como un lugar turístico de prestigio y renombre	El 70% de la ciudadanía lo reconocen como un sitio turístico	Fuente de Información - Primario Método de Recolección - Estadístico Método de Análisis Cuantitativo	No es reconocido como un lugar turístico
F2. Asistencia de clientes potenciales y con ello el incremento de ingresos al museo	Un 70% de clientes potenciales asisten al museo y con ello incrementa sus ingresos	Fuente de Información - Primario Método de Recolección Recopilación de datos Método de Análisis Cuantitativo	Pocos clientes asisten al museo y con ellos los ingresos no incrementan



F2.1. Genera interés en próximos visitantes al museo	Un 70% genera interés en próximos visitantes	Fuente de Información - Primario Método de Recolección - Estadístico Método de Análisis Cuantitativo	Desinterés en próximos visitantes
F3. Conocimiento de los beneficios que ofrece el museo con una visita autodidáctica	Un 80% reconocen los beneficios que ofrece el museo con una visita autodidáctica	Fuente de Información - Primario Método de Recolección - Estadístico Método de Análisis Cuantitativo	Desconocimiento de los beneficios
F3.1 Contribuye eficazmente al desenvolvimiento académico	Un 50% contribuye al desenvolvimiento académico	Fuente de Información - Primario Método de Recolección - Estadístico Método de Análisis Cuantitativo	No contribuye en el desenvolvimiento académico
P. Afluencia de visitantes al museo	80% de afluencia de visitantes al museo	Fuente de Información - Primario Método de Recolección Recopilación de datos Método de Análisis Cuantitativo	Reducido número de visitantes



C.1. Conocimiento de los beneficios que ofrece el museo como sitio turístico	Un 70% conocen los beneficios que ofrece el museo como sitio turístico	Fuente de Información - Primario Método de Recolección - Estadístico Método de Análisis Cuantitativo	Desconocimiento de los beneficios que ofrece el museo como sitio turístico
C1.1 Existe Información que promueve los beneficios del museo como tal	En un 90% la información adecuada promueve los beneficios del museo como tal	Fuente de Información - Primario Método de Recolección Observación y Recopilación de datos Método de Análisis Cuantitativo	No existe una información adecuada que promueva los beneficios del museo como tal
C.2. Difusión eficiente de un medio interactivo (Cd) que dé a conocer el museo	En un 80% se difunde el (Cd) que da a conocer el museo como tal	Fuente de Información - Primario Método de Recolección - Estadístico Método de Análisis Cuantitativo	No existe una difusión de un medio interactivo(Cd) que dé a conocer el museo
C2.1 Planeamiento de publicidad llamativa e interés por un Cd Interactivo	Un 90% del planteamiento de publicidad llamativa genera interés por medio de un Cd interactivo	Fuente de Información - Primario Método de Recolección Observación y Recopilación de datos Método de Análisis Cuantitativo	El planteamiento de publicidad no es llamativa ni de interés por un Cd Interactivo



C.3. Existe difusión de un medio interactivo (Cd) en centros educativos y establecimientos públicos	En un 70% existe la difusión del (Cd) Interactivo en centros educativos y establecimientos públicos	Fuente de Información - Primario Método de Recolección Observación y Recopilación de datos Método de Análisis Cuantitativo	No existe difusión de un medio interactivo(Cd) en centros educativos y establecimientos públicos
C3.1. Visitantes comprenden el conocimiento académico que pueden adquirir con una visita al museo	Un 80% de los visitantes comprenden el conocimiento que adquieren con una visita al museo	Fuente de Información - Primario Método de Recolección Observación y Recopilación de datos Método de Análisis Cuantitativo	Visitantes no comprenden el conocimiento académico que pueden adquirir con una visita al museo
A1.1. Recopilar información, cualidades y beneficios que ofrece el museo	Un 80% de los nuevos visitantes conocerán la información adecuada sobre el museo	Fuente de Información - Primario Método de Recolección Recopilación de datos Método de Análisis Cuantitativo	No existe información adecuada de las cualidades y beneficios que ofrece el museo
A1.2. Analizar la importancia que genera el museo con una visita.	Un 90% de visitantes nuevos conocerán la importancia del museo con una visita	Fuente de Información - Primario Método de Recolección - Estadístico Método de Análisis Cuantitativo	La importancia que genera el museo con una visita no es tomada en cuenta



A2.1. Delimitar los elementos que conforman el Cd Interactivo como medio audiovisual didáctico	El 100% de los elementos del Cd Interactivo conforman el medio audiovisual didáctico	Fuente de Información - Primario Método de Recolección - Estadístico Método de Análisis Cuantitativo	No se encuentran los elementos adecuados que van a conformar parte del medio visual didáctico
A2.2. Incorporar diseño, fotografías, videos y textos de forma atractiva y profesional	Se incorporará en un 100% diseño, fotografías y textos que forman el Cd interactivo	Fuente de Información - Primario Método de Recolección Observación y Recopilación de datos Método de Análisis Cuantitativo	No se incorpora diseño, fotografías, videos y textos de una forma atractiva y profesional
A2.3. Diseñar el entorno gráfico del Cd como tal	En un 100% se realizará el entorno gráfico del Cd como tal	Fuente de Información - Primario Método de Recolección Observación y Recopilación de datos Método de Análisis Cuantitativo	No existe un entorno gráfico del Cd como tal
A3.1. Identificar el grupo objetivo	El 100% del grupo objetivo se encuentra definido	Fuente de Información - Primario Método de Recolección Observación y Recopilación de datos Método de Análisis Cuantitativo	No se identifica el grupo objetivo



A3.2. Identificar la plaza donde va ser expuesto el Cd como tal	El 80% del expendio del Cd se definirá de acuerdo a las instituciones	Fuente de Información - Primario Método de Recolección Observación y Recopilación de datos Método de Análisis Cuantitativo	No se identifica la plaza donde va ser expuesto el Cd como tal
A3.3. Establecer estrategias de persuasión e impacto visual	Se generará el 80% de persuasión e impacto visual en nuevos visitantes y en los ya existente	Fuente de Información - Primario Método de Recolección Observación y Recopilación de datos Método de Análisis Cuantitativo	No se establece estrategias de persuasión visual

Tabla 8: Matriz de Marco Lógico

CAPÍTULO V: LA PROPUESTA

5.1. Antecedente de la herramienta del perfil de la propuesta

Yaku, Parque - Museo del Agua abrió sus puertas el 5 de diciembre del 2005 con el fin de convertirse en un espacio donde se pueda experimentar un contacto intenso, emotivo, crítico, científico, personal y comunitario con el elemento agua.

Se ubica en el antiguo barrio de El Placer, en las laderas del volcán Pichincha, por lo que se constituye en un sitio estratégico de contemplación de la ciudad considerándose como uno de los sectores emblemáticos de la Quiteñidad.

Yaku es un espacio de educación no formal, que desde lo lúdico e interactivo, posibilita la reflexión y la valoración del agua como fuente de vida pues se ah constituido como un punto de encuentro y recreación ciudadana que invita a la construcción de conocimientos, valores y afectos sobre el líquido vital plasmados en exposiciones permanentes, temporales, artísticas y académicas que llegan diariamente a los usuarios que visiten el lugar con un propuesta nueva, mejorada y dinámica a la vez siendo esté la principal característica del museo pero que no es difundido ni conocido por los usuarios.

Es por eso que se ha implementado la creación del Cd Interactivo como medio principal para que dé a conocer los beneficios y cualidades que posee el museo como tal.

5.2. Descripción de la herramienta

Un Cd Interactivo, es aquel CD que presenta un contenido multimedia, como sonido, texto, imágenes, movimiento, video entre otros, destinado a ser visto especialmente en las PC, y en casos especiales en las computadoras Mac sus características principales son que posee un autorun, que hace que una vez insertado en la lectora de CD, se empiece a reproducir automáticamente, generalmente a la pantalla.

Un Cd Interactivo se usa para mostrar lo que deseemos, como un catalogo de productos, la presentación de una empresa, un video a un cierto tamaño y tiempo entre otros, puede ser el contenido muy sencillo y llamativo, o complejo y con gran cantidad de información.

Es por eso que la creación del Cd Interactivo Yaku Parque Museo del Agua presenta contenidos de varias fuentes de datos por lo que hace que el Cd sea innovador e impactante a la vez haciendo referencia a los diferentes recursos y beneficios que ofrece permanentemente el museo.

Así se podrá exponer de una manera original y de alta calidad, permitiéndole a sus clientes tanto grandes como a pequeños puedan disfrutar no solo de las instalaciones del museo sino que también puedan navegar a través de un ambiente interactivo que

contiene texto, video, animación, efectos visuales, gráficos y fotos. Y lograr de esta manera una imagen moderna y de prestigio para el museo y la seguridad de los visitantes al mismo fomentando la unión e interacción entre padres e hijos.

Herramientas

Adobe Illustrator CS6

Adobe Illustrator CS6 es un programa de ilustración que se puede utilizar para la impresión y multimedia.

Ofrece todas las herramientas necesarias para producir resultados profesionales y de calidad tratándose esencialmente de una aplicación de creación y manipulación vectorial en forma de taller de arte que trabaja sobre un tablero de dibujo, conocido como "mesa de trabajo" y está destinado a la creación como arte digital a la ilustración técnica o el diseño gráfico entre otros.

Adobe Photoshop CS6

Adobe Photoshop CS6 es una de las herramientas software para el tratamiento de imágenes más potente y popular de hoy en día ya que está principalmente orientado a tratar y manipular imágenes, o bien creadas por otros programas, o digitalizadas por un escáner o máquina fotográfica.

Entonces una vez introducida la imagen en el programa podrás retocarla, transformarla y editarla con un sinnúmero de posibilidades.

Adobe Flash CS6

Adobe Flash CS6 es una herramienta de edición con la que pueden crearse desde animaciones simples hasta complejas aplicaciones web interactivas, como una tienda en línea. Las aplicaciones de Flash pueden enriquecerse añadiendo imágenes, sonido y video, Flash incluye muchas funciones que la convierten en una herramienta con muchas prestaciones sin perder por ello la facilidad de uso. Flash es la herramienta perfecta para los diseñadores de páginas web, profesionales de medios interactivos o personas especializadas que desarrollen contenido multimedia, pone énfasis en la creación, importación y manipulación de distintos tipos de medios (audio, video, mapas de bits, vectores, texto y datos).

Entre los elementos interactivos están los menús desplegables, pequeñas ventanas que aparecen en la pantalla del ordenador con una lista de instrucciones o elementos multimedia para que el usuario elija.

Multimedia

Multimedia consiste en el uso de diversos tipos de medios para transcribir, administrar o presentar información. Estos medios pueden ser textos, gráficas, audios y video, entre otros. Cuando se usa el término en el ámbito de la computación, nos referimos al uso de software y hardware para almacenar y presentar contenidos, generalmente usando una combinación de texto, fotografías e ilustraciones, videos y

audio. En realidad estas aplicaciones tecnológicas son la verdadera novedad al respecto, y lo que ha popularizado el término, ya que como podemos inferir la multimedia está presente en casi todas las formas de comunicación humana.

Formato SWF

Actualmente el formato SWF se puede trabajar en aplicaciones distintas al flash, es posible exportar archivos SWF desde programas como swish o illustrator, como también es una forma muy difundida de publicar contenido multimedia en internet. Los contenidos producidos bajo el formato SWF pueden además tener un alto nivel de interactividad, e incluir video y música digital.

JavaScript

Hoy en día la mayoría de elementos multimedia contienen JavaScript, un lenguaje de programación que se ejecuta en el navegador web del visitante. JavaScript permite crear funcionalidades específicas en contenidos multimedia y si por alguna razón es deshabilitado, el contenido o funcionalidad de las páginas o contenido multimedia puede quedar limitada o no disponible en el navegador.

HTML

El entorno para trabajar HTML es simplemente un procesador de texto, como el que ofrecen los sistemas operativos Windows siendo este una mejora de Microsoft de la versión 4.0 de HTML que le permite crear efectos especiales como, por ejemplo, texto que vuela desde la página palabra por palabra o efectos de transición al estilo.



Entonces esta colección representa la manera en que se presenta la información en el explorador de internet y la manera de interactuar con ella.

Estilo CSS

Hojas de Estilo CSS es un mecanismo simple que describe cómo se va a mostrar un documento en la pantalla, o cómo se va a imprimir, o incluso cómo va a ser pronunciada la información presente en ese documento a través de un dispositivo de lectura.

CSS se utiliza para dar estilo a documentos y separando el contenido de la presentación permitiendo a los desarrolladores Web controlar el estilo y el formato de múltiples contenidos multimedia al mismo tiempo. Cualquier cambio en el estilo marcado para un elemento en la CSS afectará a todas las páginas vinculadas a esa CSS en las que aparezca ese elemento.

5.3. Formulario de proceso de aplicación

Planificación

Propósito

Cd Interactivo de Yaku Parque Museo del Agua como medio de comunicación interactiva para dar a conocer los beneficios y aumentar las visitas permanentes al museo ubicado en el centro de la ciudad de Quito en el antiguo barrio El Placer.

Usuario

El proyecto tiene un enfoque educativo por lo tanto el grupo objetivo oscila en niños de 6 a 13 años de edad y cualquier persona externa que esté interesada en visitar las instalaciones del museo y requiera de conocimientos básicos del agua como elemento de vida.

Desarrollo

El proyecto empieza con el planteamiento tanto a la dirección de Escuela del Instituto Tecnológico Cordillera así como a los directivos de Yaku Parque Museo del Agua, una vez ya confirmado estos dos puntos importantes se procedió a realizar el siguiente proceso.

Recopilación de información

Como primer punto acudimos al Museo como tal y observamos cual era la cantidad de visitantes que asistían semanalmente al museo y recopilamos la información necesaria para que el proyecto se lleve a cabo.

Toma de fotografías

Se realizó una sesión fotográfica con los implementos necesarios para que las fotografías tengan la resolución adecuada y den un impacto visual en el Cd Interactivo para Yaku Parque Museo del Agua.

Estructura

La estructura de nuestro Cd Interactivo consta de nueve enlaces: HOME, NOSOTROS, EXPOSICIONES, CLUB EDUCADORES YAKU, EDUCACIÓN, SERVICIOS, INTERACTÚA, NAVEGA y MÁS INFORMACIÓN.

Diseño

Una vez recopilada la información y estructura de nuestro Cd Interactivo se procederá a dar forma al diseño incluyendo tipografías, fotografías e interactividad con un diseño acorde a nuestra propuesta, logrando así un impacto positivo para los usuarios que deseen utilizar este Cd como medio de información para acudir al museo.

Contenidos

Historia

Yaku, Parque - Museo del Agua abrió sus puertas el 5 de diciembre del 2005 con el fin de convertirse en un espacio donde se pueda experimentar un contacto personal y comunitario con el elemento agua.

Se ubica en el antiguo barrio de El Placer, en las laderas del volcán Pichincha, por lo que se considera como un barrio hospitalario para la Quiteñidad pues cuentan que aquí en el año de 1913 se instalaron los primeros tanques de recolección y purificación de agua. Más tarde, en 1957 con la instalación de la nueva planta de tratamiento de la Municipalidad, las familias quiteñas adoptaron este sector como destino para paseos, costumbre que duró hasta mediados de los años 80.

Y hoy por hoy es considerado unos de los barrios rebeldes de la ciudad de Quito por haber participado en la gesta libertaria.

Misión

Su misión es propiciar y suscitar la reflexión, el diálogo, el deleite y la acción sobre el patrimonio agua, a través de experiencias memorables para las comunidades y sus futuras generaciones.



Valores Corporativos

- Respeto.
- Honestidad
- Asertividad y Comunicación
- Creatividad
- Compromiso
- Responsabilidad
- Perseverancia
- Efectividad: Valoramos el trabajo a tiempo, con el mejor uso de los recursos disponibles.
- Excelencia: Buscamos exceder expectativas en todo lo que hacemos.
- Coherencia: Somos consecuentes con nuestros pensamientos, palabras y acciones.
- Convivencia: Valoramos las acciones cotidianas, sobre la base de las cuales generamos relación y los vínculos de comunidad dentro y fuera del museo.

Mapa de Contenidos

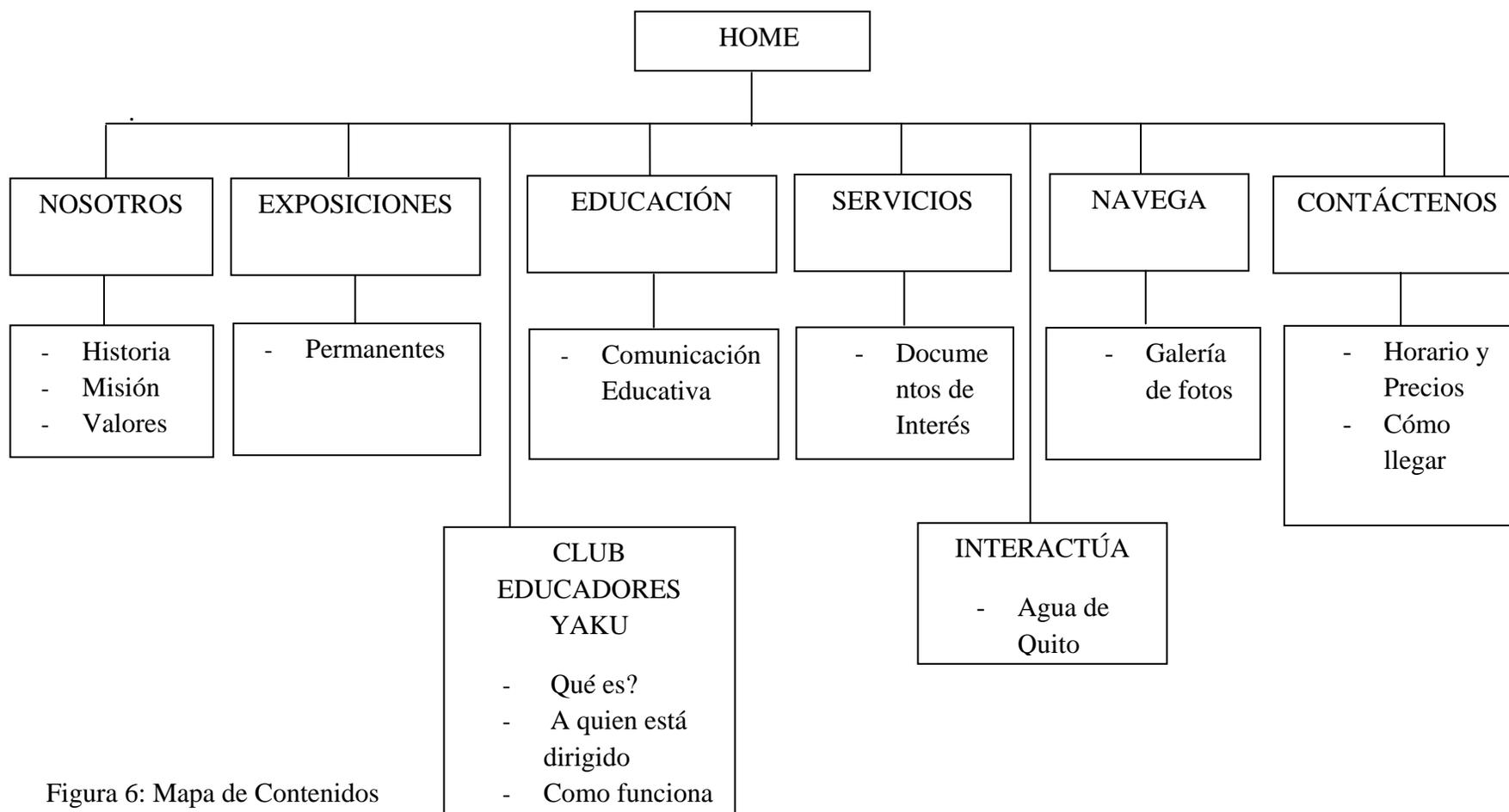


Figura 6: Mapa de Contenidos

Diseño de Interfaz

Imagen Corporativa

La imagen corporativa es la representación visual de una empresa u organización la cual resulta ser el conjunto de cualidades que los consumidores atribuyen a una determinada compañía, es decir, lo que la empresa significa para la sociedad ó como se la percibe.

Recalquemos que la imagen corporativa no sólo se trata del logotipo o tarjetas de presentación, también abarca papelería corporativa, tipografías, colores corporativos, elementos gráficos auxiliares, página web, diseño de interior y arquitectura corporativa.

En este caso nos centraremos en el logotipo y en el diseño del Cd Interactivo para Yaku Parque Museo del Agua.

- **Logotipo**



- **Tipografía del Logotipo**

Nombre Tipografía: Arial (Bold)

A B C D F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
! " # \$ % & 7 8 9 0 ' ¿ , . - { + }

- **Color Isotipo**



R 0
G 96
B 170
Hexadecimal 0060aa

- **Color Tipografía**



R 14
G 88
B 139
Hexadecimal 0e588b

- **Color Tipografía**



R 112
G 112
B 113
Hexadecimal 707071

Colores del Cd Interactivo

Color	Tipo	Detalle
	<p>Imagen Yaku Parque Museo del Agua Ancho: 2000 px Largo: 1400 px</p>	<p>Predeterminado para el fondo del Cd Interactivo</p>
	<p>R 60 G 135 B 196 Hexadecimal: #3C87C4 Con transparencia al 60%</p>	<p>Predeterminado para los botones del Cd Interactivo</p>
	<p>R 0 G 0 B 0 Hexadecimal: #000000 Con Transparencia al 30%</p>	<p>Predeterminado para los Contenidos del Cd Interactivo</p>
<p>YAKU</p>	<p>Trebuchet MS/Regular: 48pt Color Blanco con sombra</p>	<p>Este color y tipografía se utilizará para los contenidos del Cd Interactivo</p>

Tabla 9: Colores del Cd Interactivo

Tipografía

La tipografía se va utilizar en los contenidos del Cd Interactivo es Trebuchet MS/ Regular a 48pt fue diseñada con una atención vertical de formas abiertas y una apariencia amable y neutral.

Trebuchet MS

A B C D F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

A b c d f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

¡ " # \$ % & / () = ¿ ¡ * [] { } _ , :

Botones

La utilización de botones dentro del Cd Interactivo es de vital importancia ya que estos nos ayudan en la navegación correcta dentro del Cd.

A continua se detalla los botones que se van a diseñar e implementar dentro del Cd Interactivo.

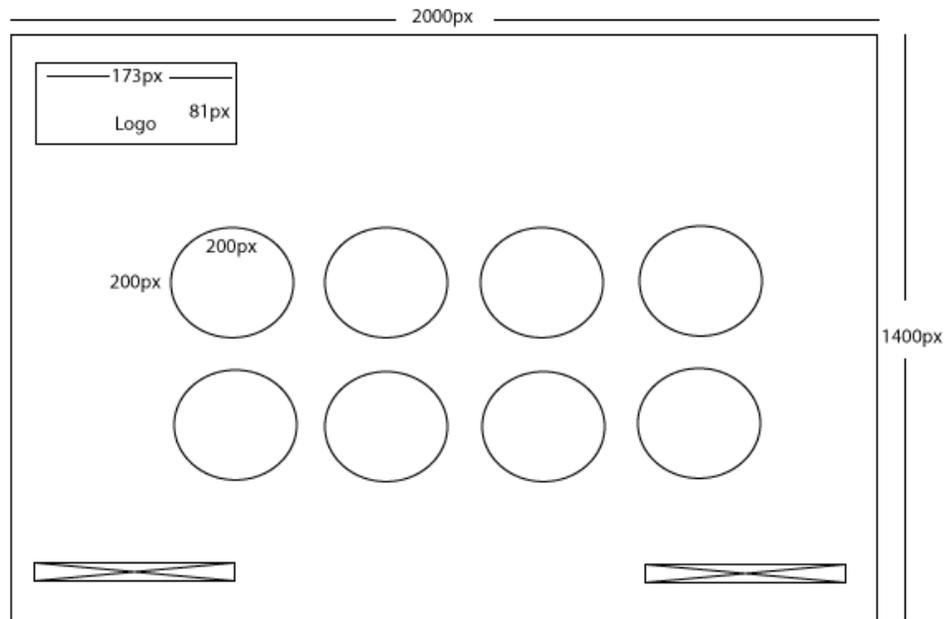
Botones de Navegación Principal

Botones		Dirección
Normal	Hover	
		Direcciona al contenido Nosotros
		Direcciona al contenido Exposiciones
		Direcciona al contenido Club
		Direcciona al contenido Educación
		Direcciona al contenido Servicios
		Direcciona al contenido Interactúa

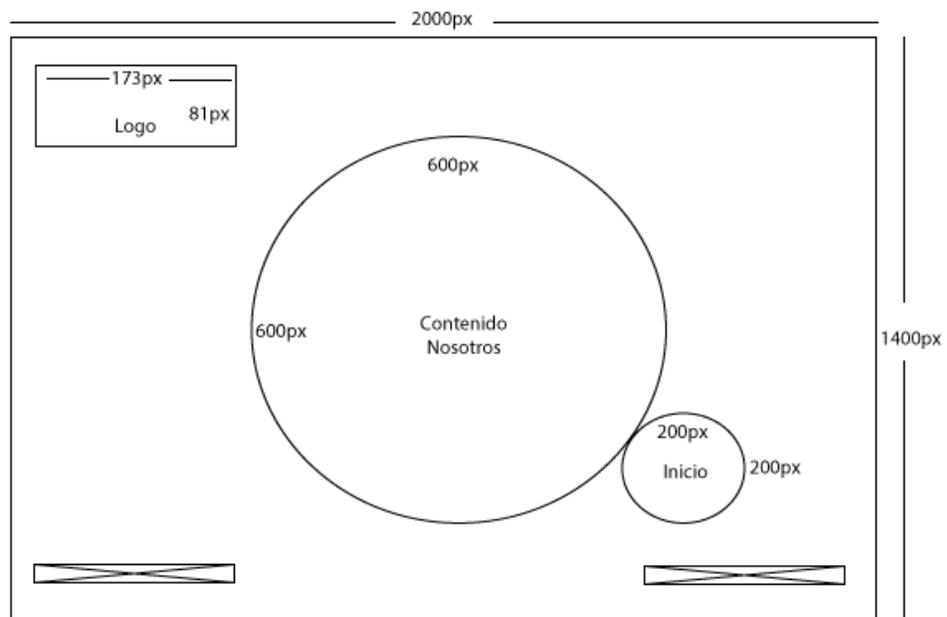
		Direcciona al contenido Navega
		Direcciona al contenido Contáctenos

Tabla 10: Botones de Navegación Principal

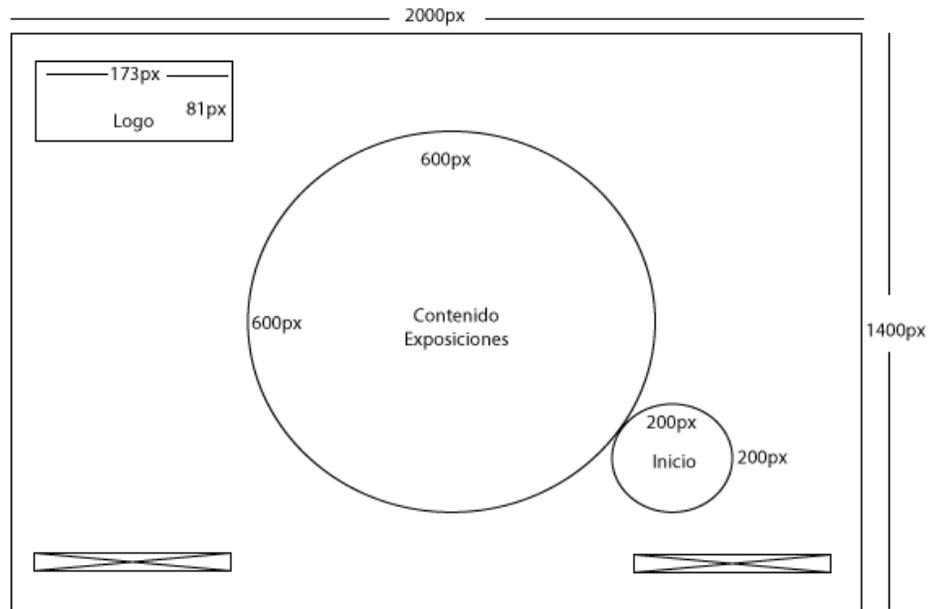
Retícula Home



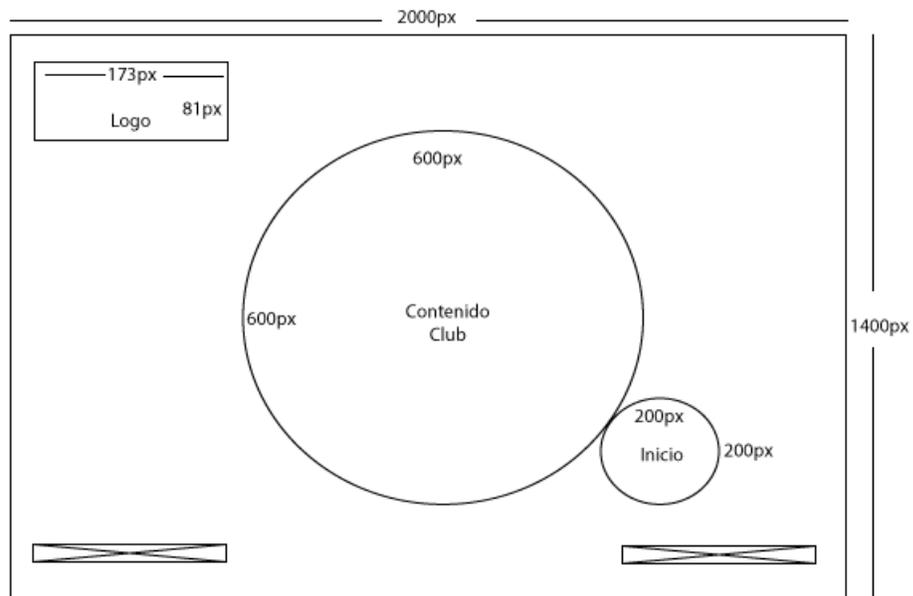
Retícula Nosotros



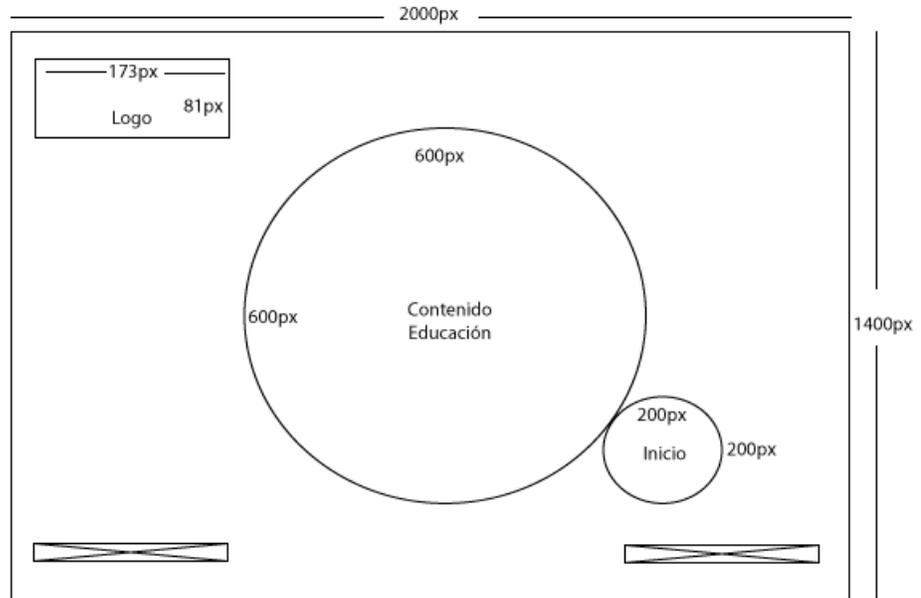
Retícula Exposiciones



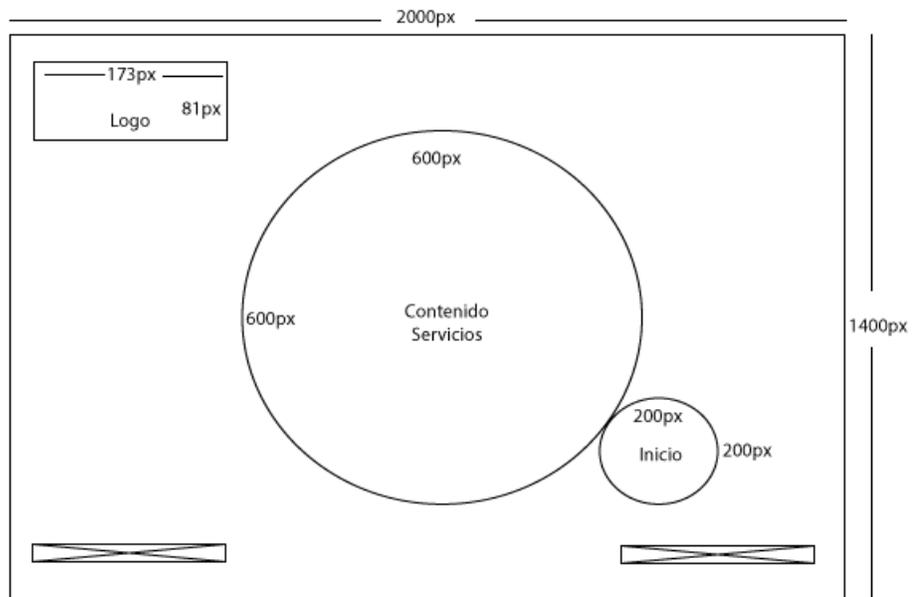
Retícula Club



Retícula Educación

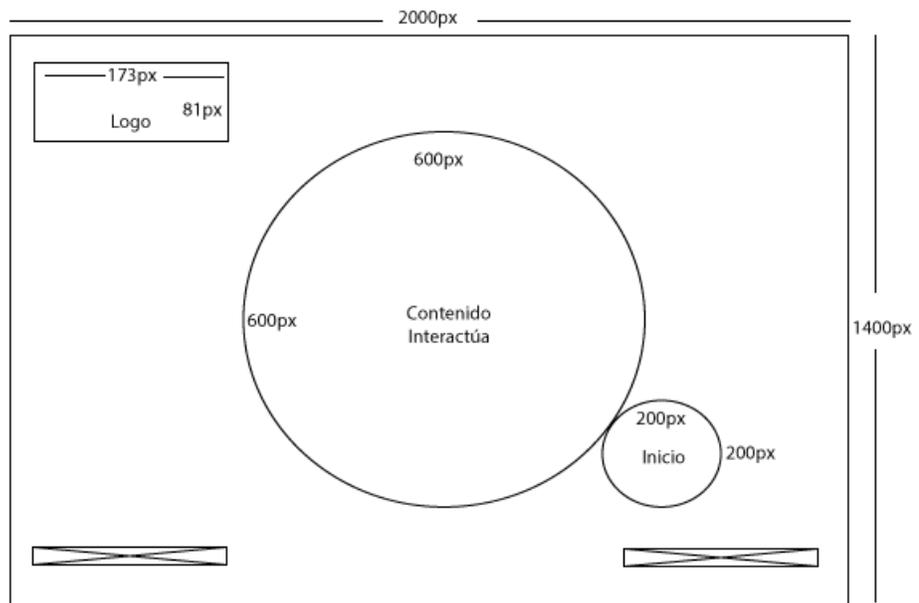


Retícula Servicios

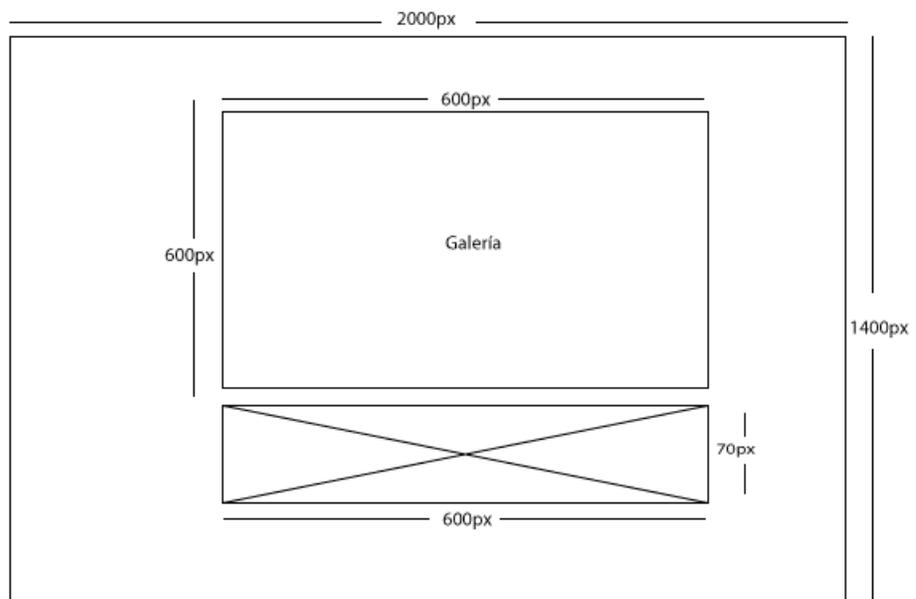


ELABORACIÓN DE UNA GUÍA INTERACTIVA (CD) DE YAKU PARQUE MUSEO DEL AGUA; UBICADO EN EL SECTOR DE EL PLACER EN EL CENTRO DE LA CIUDAD DE QUITO

Retícula Interactúa

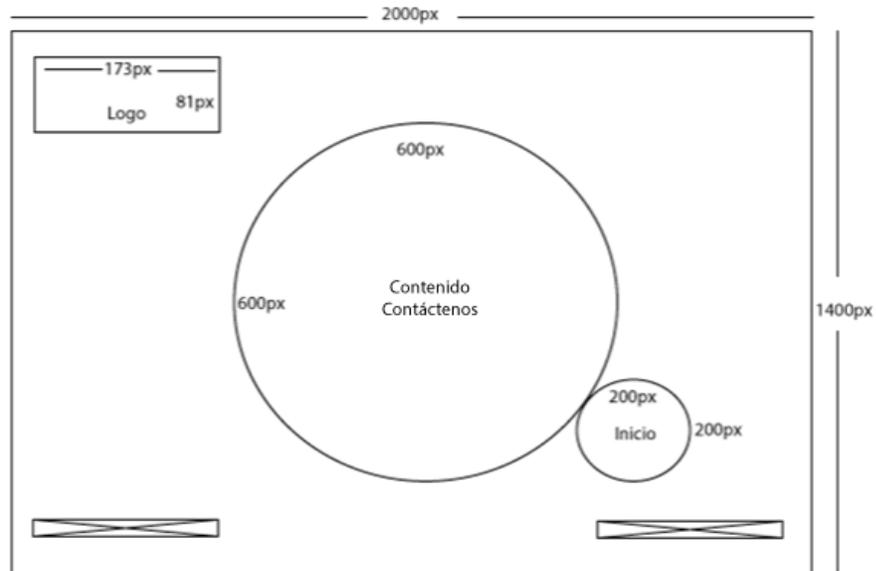


Retícula Navega



ELABORACIÓN DE UNA GUÍA INTERACTIVA (CD) DE YAKU PARQUE MUSEO DEL AGUA; UBICADO EN EL SECTOR DE EL PLACER EN EL CENTRO DE LA CIUDAD DE QUITO

Retícula Contáctenos



Diseño Cd Interactivo

Inicio



Nosotros



ELABORACIÓN DE UNA GUÍA INTERACTIVA (CD) DE YAKU PARQUE MUSEO DEL AGUA; UBICADO EN EL SECTOR DE EL PLACER EN EL CENTRO DE LA CIUDAD DE QUITO

Exposiciones

yaku
Parque Museo del Agua
FUNDACIÓN MUSEOS

EXPOSICIONES

PERMANENTES

TANQUES DE EL PLACER: Museo de sitio

Son espacios de la primera planta de recolección, almacenamiento y distribución de agua en Quito. Desde el testimonio de algunos trabajadores y vecinos, podemos conocer más sobre la importancia de este espacio para los habitantes de la ciudad.

PLANETA AGUA: La Trama de la Vida

Junto al agua, tú y todas las especies somos parte de la trama de la vida.

Elaborado por Ma. José Santana

Proyecto Interactivo YAKU

Club

yaku
Parque Museo del Agua
FUNDACIÓN MUSEOS

CLUB DE EDUCADORES YAKU

¿Qué es el Club de Educadores YAKU?

Se trata de un espacio diseñado para educadores con el objetivo de abrir escenarios de interacción y construcción conjunta de propuestas, direccionadas a enriquecer el quehacer educativo cotidiano, articulándolo a un eje ambiental.

Elaborado por Ma. José Santana

Proyecto Interactivo YAKU

ELABORACIÓN DE UNA GUÍA INTERACTIVA (CD) DE YAKU PARQUE MUSEO DEL AGUA; UBICADO EN EL SECTOR DE EL PLACER EN EL CENTRO DE LA CIUDAD DE QUITO

Educación

yaku
Parque Museo del Agua
FUNDACIÓN MUSEOS

COMUNIDAD EDUCATIVA

Yaku ha desarrollado algunas propuestas de vinculación entre educadores formales y no formales, sobre todo con nuestra comunidad educativa vecina, porque creemos que la escuela no suplente el trabajo del museo ni viceversa pero si pueden apoyarse y trabajar en conjunto para, por un lado hacer énfasis y aumentar la eficacia.

U

Elaborado por Ma. José Santana

Proyecto Interactivo YAKU

Servicios

yaku
Parque Museo del Agua
FUNDACIÓN MUSEOS

DOCUMENTOS DE INTERÉS

Propiedades del Agua
El Agua tiene piel!
Si una piel con alta tensión superficial.
Y esa es una de sus propiedades. Es decir una de sus características propias. Esas particulares formas del agua de ser y de hacer en ti y en el planeta.

Y

Elaborado por Ma. José Santana

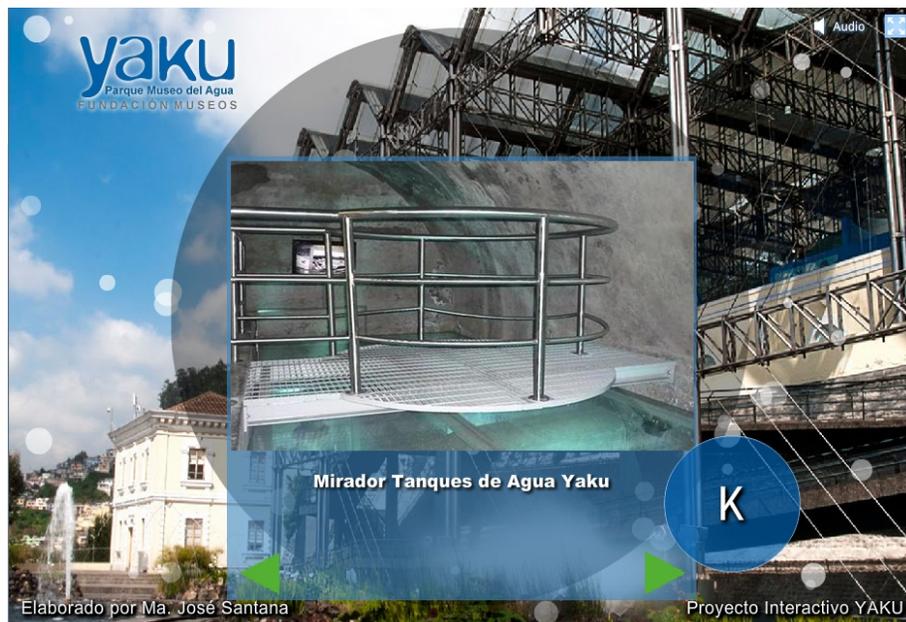
Proyecto Interactivo YAKU

ELABORACIÓN DE UNA GUÍA INTERACTIVA (CD) DE YAKU PARQUE MUSEO DEL AGUA; UBICADO EN EL SECTOR DE EL PLACER EN EL CENTRO DE LA CIUDAD DE QUITO

Interactúa

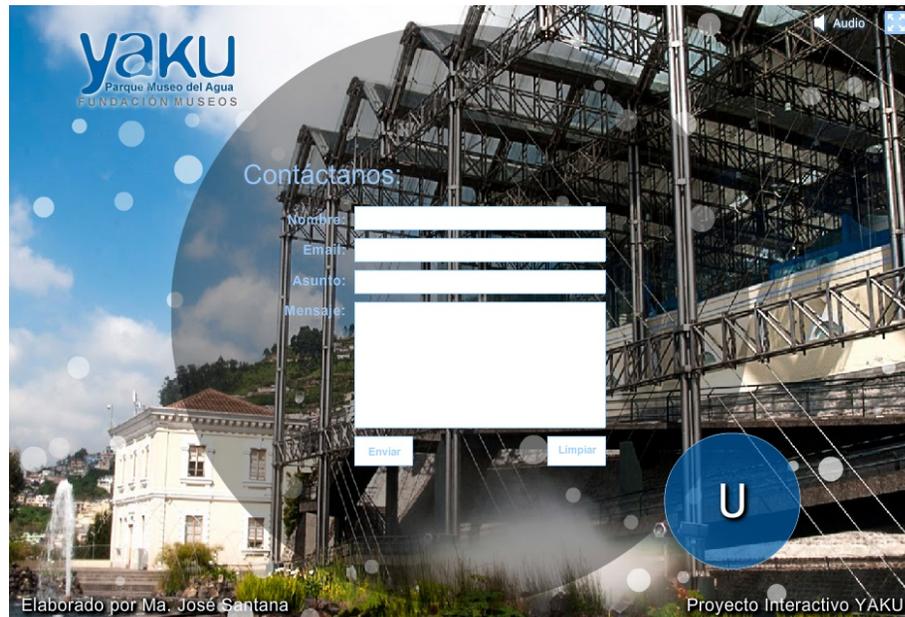


Navega



ELABORACIÓN DE UNA GUÍA INTERACTIVA (CD) DE YAKU PARQUE MUSEO DEL AGUA; UBICADO EN EL SECTOR DE EL PLACER EN EL CENTRO DE LA CIUDAD DE QUITO

Contáctenos



ELABORACIÓN DE UNA GUÍA INTERACTIVA (CD) DE YAKU PARQUE MUSEO DEL AGUA; UBICADO EN EL SECTOR DE EL PLACER EN EL CENTRO DE LA CIUDAD DE QUITO

PROGRAMACIÓN

CÓDIGO PRINCIPAL CD YAKU – PARQUE INTERACTIVO

```
import efectos.transiciones.Tweener;

var center_x:int;

var center_y:int;

stop();

pantalla_completa.visible = true;

sound_control.visible = true;

pantalla_completa.addEventListener( MouseEvent.CLICK, switch_screen_mode );

flashmo_credit.addEventListener( MouseEvent.CLICK, credit_link );

fondo_principal.alpha = logo.alpha = 0;

Tweener.addTween( logo, { alpha: 1, time: 0.7, delay: 1, transition: "easeOutSine" } );

Tweener.addTween( fondo_principal, { alpha: 1, time: 0.7, transition: "easeOutSine"
} );

stage.addEventListener( Event.RESIZE, resize_listener );

stage.dispatchEvent( new Event( Event.RESIZE ) );

function resize_listener( e:Event ): void
{
    fondo_principal.x = center_x = stage.stageWidth >> 1;
    fondo_principal.y = center_y = stage.stageHeight >> 1;
    fondo_principal.scaleX = fondo_principal.scaleY = 0.7;

    contenedor_principal.x = center_x;
    contenedor_principal.y = center_y;
```

```
pantalla_completa.x = stage.stageWidth - 20;
pantalla_completa.y = 20;

sound_control.x = stage.stageWidth - 100;
sound_control.y = 20;

logo.x = 30;
logo.y = 30;

logo.scaleX = logo.scaleY = 1;

if( stage.stageWidth > 1000 && stage.stageHeight > 650 )
{
    fondo_principal.scaleX = fondo_principal.scaleY = 0.8;
    logo.x = 100;
    logo.y = 100;
}
if( stage.stageWidth > 1500 && stage.stageHeight > 800 )
{
    fondo_principal.scaleX = fondo_principal.scaleY = 1;
    logo.x = 160;
    logo.y = 160;
}
}
```

```
function switch_screen_mode( me:MouseEvent )
{
    if( stage.displayState == StageDisplayState.NORMAL )
        stage.displayState = StageDisplayState.FULL_SCREEN;
    else
        stage.displayState = StageDisplayState.NORMAL;
}
```

```
var default_volume:Number = 0.6; // 0.00 to 1.00
var bg_music:Sound = new Sound();
var music_channel:SoundChannel = bg_music.play(0, 10000);
var music_volume:SoundTransform = new SoundTransform();

music_volume.volume = default_volume;
music_channel.soundTransform = music_volume;

sound_control.stop();
sound_control.addEventListener( MouseEvent.CLICK, play_pause );
```

```
function play_pause(e:MouseEvent):void
{
    music_volume.volume = default_volume;

    if( e.target.currentFrame == 1 )
        music_volume.volume = 0;
```

```
music_channel.soundTransform = music_volume;  
e.target.play();  
}
```

CÓDIGO DE PROGRAMACIÓN MENU

```
import efectos.transiciones.Tweener;  
  
var menu_label:Array = new Array("Nosotros", "Exposiciones", "Club",  
"Educacion",  
"Navega", "Contactenos");  
"Servicios", "Interactua",  
"Navega", "Contactenos");  
  
var total:Number = menu_label.length;  
var total_piece:Number = 60;  
var column:Number = 4;  
var i:Number = 0;  
var page:Number;  
var piece_scale:Number;  
  
var piece:MovieClip;  
var main_menu:MovieClip = new MovieClip();  
var circle_group:MovieClip = new MovieClip();  
this.addChild(main_menu);  
this.addChildAt(circle_group, 0);  
  
boton.visible = false;  
fondo_de_contenido.visible = false;
```

```
for (i = 0; i < total; i++)
{
    var btn = new flashmo_button();
    btn.name = "btn" + i;
    btn.alpha = 0;
    btn.item_no = i;

    btn.area_activa.visible = false;
    btn.area_activa.addEventListener( MouseEvent.ROLL_OVER, btn_over );
    btn.area_activa.addEventListener( MouseEvent.ROLL_OUT, btn_out );
    btn.area_activa.addEventListener( MouseEvent.CLICK, btn_click );
    btn.area_activa.addEventListener( Event.ENTER_FRAME, btn_enter );

    var each_substring:Array = menu_label[i].split("|");
    btn.flashmo_button_label.fm_label.text = each_substring[0];
    btn.flashmo_button_letter.gotoAndStop(i+1);
    btn.item_url = each_substring[1];
    main_menu.addChild(btn);
}

function btn_over(e:MouseEvent):void
{
    e.target.parent.over = true;
}
```

```
function btn_out(e:MouseEvent):void
```

```
{  
    e.target.parent.over = false;  
}
```

```
function btn_click(e:MouseEvent):void
```

```
{  
    var mc = e.target.parent;  
    if ( mc.item_url != undefined )  
        navigateToURL( new URLRequest( mc.item_url ), "_parent" );  
    else  
        change_page(mc.item_no);  
}
```

```
function btn_enter(e:Event):void
```

```
{  
    var mc = e.target.parent;  
    if ( mc.over == true )  
        mc.nextFrame();  
    else  
        mc.prevFrame();  
}
```

```
function enable_menu():void
```

```
{  
    for(var i:Number = 0; i < main_menu.numChildren; i++)
```

```
{  
    var mc = MovieClip( main_menu.getChildAt(i) );  
    mc.area_activa.visible = true;  
    mc.buttonMode = true;  
}  
}
```

function disable_menu():void

```
{  
    for(var i:Number = 0; i < main_menu.numChildren; i++)  
    {  
        var mc = MovieClip( main_menu.getChildAt(i) );  
        mc.area_activa.visible = false;  
        mc.buttonMode = false;  
    }  
}
```

function change_page(no:Number):void

```
{  
    page = no;  
    play();  
    disable_menu();  
}
```

```
for( var p:Number = 0; p < total_pieza; p++ )
```

```
{  
    piece = new flashmo_ball();  
    piece.gotoAndStop( p % 2 + 1 );  
  
    piece.x = Math.floor( Math.random() * 900 - 450 );  
    piece.y = Math.floor( Math.random() * 700 - 350 );  
    piece.scaleX = piece.scaleY = Math.random() * 0.7 + 0.3;  
    piece.alpha = Math.random() * 0.4 + 0.3;  
    piece.addEventListener( MouseEvent.MOUSE_OVER, move_one );  
    circle_group.addChild(piece);  
}  
  
function move_one(me:MouseEvent):void  
{  
    Tweener.addTween( me.target, {  
        x: Math.floor( Math.random() * 900 -  
450 ),  
        y: Math.floor( Math.random() * 700 -  
350 ),  
        time: 1.2, transition: "easeInOutQuad" }  
);  
}  
  
function move_pieces():void  
{  
    circle_group.visible = true;
```

```
for( var p:Number = 0; p < circle_group.numChildren; p++ )
{
    piece = MovieClip( circle_group.getChildAt(p) );

    Tweener.addTween( piece, {
        x: Math.floor( Math.random() * 900 -
450 ),
        y: Math.floor( Math.random() * 700 -
350 ),
        time: 1.2, delay: 0.02 * p, transition:
"easeInOutQuad" } );
    }
}
```

CÓDIGO DE PROGRAMACIÓN PAGINAS DE CONTENIDO

```
stop();
todas_las_paginas.alpha = 0;
todas_las_paginas.gotoAndStop(page + 11);

boton_a_menu.flashmo_button_label.fm_label.text = "Volver al Menu";
boton_a_menu.flashmo_button_letter.gotoAndStop(page+1);
boton_a_menu.scaleX = 0.4;
boton_a_menu.scaleY = 0.8;
boton_a_menu.alpha = 0;
boton_a_menu.buttonMode = true;
```

```
boton_a_menu.addEventListener( Event.ENTER_FRAME, return_enter );
boton_a_menu.addEventListener( MouseEvent.ROLL_OVER, return_over );
boton_a_menu.addEventListener( MouseEvent.ROLL_OUT, return_out );
boton_a_menu.addEventListener( MouseEvent.CLICK, return_to_menu );

Tweener.addTween( boton_a_menu, { scaleX: 1, scaleY: 1, alpha: 1, rotation: 0,
                                time: 0.6, transition: "easeOutBack" } );

Tweener.addTween( todas_las_paginas, { alpha: 1,
                                time: 0.6, transition: "easeOutBack" } );

function return_to_menu( me:MouseEvent ):void
{
    play();
    boton_a_menu.buttonMode = false;
    boton_a_menu.removeEventListener( MouseEvent.CLICK, return_to_menu );
}

function return_over(e:MouseEvent):void
{
    e.target.over = true;
}

function return_out(e:MouseEvent):void
{
    e.target.over = false;
}
```

```
function return_enter(e:Event):void
{
    var mc = e.target;

    if( mc.over == true )
        mc.nextFrame();
    else
        mc.prevFrame();
}
```

CÓDIGO GENERAL DE CONTENIDOS XML

```
var css_file:String = "estilos.css";
var flashmo_item_list = new Array();
var flashmo_item_group:MovieClip = new MovieClip();
var item_width:Number = mascara.width;
var item_height:Number = 0;
var item_spacing:Number = 15;
var item_padding:Number = 0;
var i:Number;
var total:Number;

var flashmo_xml:XML = new XML();
var flashmo_style:StyleSheet = new StyleSheet();
var css_loader:URLLoader = new URLLoader();
```

```
function push_array(e:Event):void
{
    flashmo_xml = XML(e.target.data);
    total = flashmo_xml.item.length();
    for( i = 0; i < total; i++ )
    {
        flashmo_item_list.push( { content:
flashmo_xml.item[i].content.toString() } );
    }
    load_css();
}
}
```

```
function load_xml(xml_file:String):void
{
    var xml_loader:URLLoader = new URLLoader();
    xml_loader.load( new URLRequest( xml_file ) );
    xml_loader.addEventListener(Event.COMPLETE, push_array);
}
}
```

```
function load_css():void
{
    css_loader.load( new URLRequest(css_file) );
    css_loader.addEventListener(Event.COMPLETE, css_complete);
}
}
```

```
function css_complete(e:Event):void
{
}
```

```
var css_format:TextFormat = new TextFormat();
flashmo_style.parseCSS(css_loader.data);
create_item_list();
}

function create_item_list():void
{
    for( i = 0; i < total; i++ )
    {
        var flashmo_item = new MovieClip();
        flashmo_item.addChild( create_item_desc(
flashmo_item_list[i].content ) );
        flashmo_item.addChildAt( create_item_bg( flashmo_item.height, i ), 0
);
        flashmo_item.y = item_height;
        item_height += flashmo_item.height + item_spacing;
        flashmo_item_group.addChild( flashmo_item );
    }

    this.addChild( flashmo_item_group );
    flashmo_item_group.mask = mascara;
    flashmo_sb.scrolling("flashmo_item_group", "mascara", 0.50); // ScrollBar
Added
}

function create_item_bg( h:Number, item_no:Number )
{
    var fm_rect:Shape = new Shape();
```

```
fm_rect.graphics.beginFill(0xDED9D1, 0); // ITEM BACKGROUND  
COLOR  
  
fm_rect.graphics.drawRoundRect(0, 0, item_width, h + item_padding * 2, 0);  
  
fm_rect.graphics.endFill();  
  
return fm_rect;  
  
}
```

```
function create_item_desc( item_desc:String )  
{  
  
    var fm_text = new TextField();  
  
    fm_text.x = item_padding;  
  
    fm_text.y = item_padding;  
  
    fm_text.width = item_width - item_padding * 2;  
  
    fm_text.styleSheet = flashmo_style;  
  
    fm_text.htmlText = item_desc;  
  
    fm_text.multiline = true;  
  
    fm_text.wordWrap = true;  
  
    fm_text.selectable = false;  
  
    fm_text.autoSize = TextFieldAutoSize.LEFT;  
  
    fm_text.blendMode = "layer";  
  
    return fm_text;  
  
}
```

CÓDIGO DE PROGRAMACIÓN PARA CARGA DE ANEXOS XML (PAGINAS INDIVIDUALES)

```
page_1.load_xml("nosotros.xml");  
  
page_2.load_xml("exposiciones.xml");
```

```
page_3.load_xml("club.xml");  
page_4.load_xml("educacion.xml");  
page_5.load_xml("servicios.xml");  
page_6.load_xml("interactua.xml");
```

CÓDIGO DE PROGRAMACIÓN PARA GALERIA

```
import flash.events.MouseEvent;  
  
stop();  
  
prev.buttonMode = true;  
next.buttonMode = true;  
  
next.addEventListener(MouseEvent.CLICK, siguiente);  
function siguiente(e:MouseEvent):void  
{  
    gotoAndStop(this.currentFrame+1);  
}  
  
prev.addEventListener(MouseEvent.CLICK, anterior);  
function anterior(e:MouseEvent):void  
{  
    gotoAndStop(this.currentFrame-1);  
}
```

MARKETING Y DIFUSIÓN

FLYERS



CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR
Flyers	5.000	\$450
TOTAL		\$450

Total Inversión de 5.000 Flyers \$450

ELABORACIÓN DE UNA GUÍA INTERACTIVA (CD) DE YAKU PARQUE MUSEO DEL AGUA; UBICADO EN EL SECTOR DE EL PLACER EN EL CENTRO DE LA CIUDAD DE QUITO

REDES SOCIALES FACEBOOK



CONCEPTO	VALOR
Redes Sociales	\$4500
TOTAL	\$4500

Total Inversión en Redes Sociales (Facebook) por un mes \$4500

ELABORACIÓN DE UNA GUÍA INTERACTIVA (CD) DE YAKU PARQUE MUSEO DEL AGUA; UBICADO EN EL SECTOR DE EL PLACER EN EL CENTRO DE LA CIUDAD DE QUITO

VALLA PUBLICITARIA



MEDIO	UBICACIÓN	V. UNITARIO	No. VALLAS	No. CIRCUITOS	MINIMO	VALOR TOTAL
Vallas	Urbana	\$ 450	2	1	3 meses	\$900

Total Inversión Valla Publicitaria \$900

ELABORACIÓN DE UNA GUÍA INTERACTIVA (CD) DE YAKU PARQUE MUSEO DEL AGUA; UBICADO EN EL SECTOR DE EL PLACER EN EL CENTRO DE LA CIUDAD DE QUITO

TOTAL MEDIOS

MEDIO	VALOR
Flyer	\$450
Red Social (Facebook)	\$4500
Valla Publicitaria	\$900
Total	\$5850

Total de Inversión en Medios Publicitarios \$5.850



IMÁGENES



ELABORACIÓN DE UNA GUÍA INTERACTIVA (CD) DE YAKU PARQUE MUSEO DEL AGUA; UBICADO EN EL SECTOR DE EL PLACER EN EL CENTRO DE LA CIUDAD DE QUITO



ELABORACIÓN DE UNA GUÍA INTERACTIVA (CD) DE YAKU PARQUE MUSEO DEL AGUA; UBICADO EN EL SECTOR DE EL PLACER EN EL CENTRO DE LA CIUDAD DE QUITO

CAPÍTULO VI: ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

6.1 Recursos

	Recurso a utilizar	Detalle
Técnico - Tecnológico	Laptop Hp Core i3 Windows 7	Adobe Illustrator CS6 Adobe Photoshop CS6 Adobe Flash CS6 Adobe Dreamweaver CS6 Microsoft Office Word 2007
	Internet	<ul style="list-style-type: none"> • http://es.slideshare.net/liamoralez/illustrator-cs6-19987157 • http://www.aulaclie.es/photoshop-cs6/t_1_1.htm#ap_01_01 • http://csjmultimedia.blogspot.com/2011/05/concepto-de-multimedia.html • http://redgrafica.com/El-formato-SWF-su-historia-y • http://www.enable-javascript.com/es/ • http://www.monografias.com/trabajos7/html/html.shtml • http://www.w3c.es/Divulgacion/GuiasBreves/HojasEstilo
	Cámara Samsung smart camera DV150F	Fotografías Yaku Parque Museo del Agua
	Impresora	Información
	Copiadora	Información
Humano	Autor del Proyecto	María José Santana
	Tutor	Marco Yamba
	Lector	Kety Cañar
	Sitio del Proyecto	Distrito Metropolitano de Quito
Económico	Materiales	Carpetas Hojas Esféros Folletos
	Transporte	Buses Taxis Entrada al Museo

Tabla 11: Recursos

6.2 Presupuesto

Gastos Operativos

Cantidad	Detalle	Valor Unitario	Valor Total	Financiamiento
30	Transporte	\$ 3.00	\$90.00	Propio
30	Entradas Museo	\$ 2.00	\$60.00	Propio
240	Impresiones Blanco/Negro	\$0.03	\$7.20	Propio
24	Impresiones Color	\$0.30	\$7.20	Propio
3	Anillados	\$1.20	\$3.60	Propio
1	Empastados	\$12.00	\$12.00	Propio
6	Servicios Básicos	\$35	\$210	Propio
			Total: \$390	

Tabla 12: Gastos Operativos

6.3 Cronograma

N°	Actividad	Responsable	Tiempo				Resultados Esperados	
			Mes	Semana				
				1	2	3		4
1	Aprobación del Tema	Dirección de Escuela	Abril				X	Aprobación del Tema para iniciar el Proyecto
2	Capítulo I	María José Santana	Mayo	X	X	X	X	<ul style="list-style-type: none"> - Contexto - Justificación - Definición del Problema
3	Capítulo II	María José Santana	Junio		X	X	X	<ul style="list-style-type: none"> - Mapeo de Involucrados - Matriz de Involucrados
4	Capítulo III	María José Santana	Julio		X	X	X	<ul style="list-style-type: none"> - Árbol de Problemas - Árbol de Objetivos
5	Capítulo IV	María José Santana	Agosto			X	X	<ul style="list-style-type: none"> - Análisis Alternativas - Diagrama de Estrategias - Matriz Marco Lógico - Medios de Verificación - Supuestos
6	Capítulo V	María José Santana	Septiembre	X	X	X		<ul style="list-style-type: none"> - Propuesta
7	Capítulo VI y VII	María José Santana	Octubre	X	X			<ul style="list-style-type: none"> - Aspectos Administrativos - Conclusiones y Recomendaciones

Tabla 13: Cronograma

CAPÍTULO VII: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1 Conclusiones

- Identificar de una manera clara y concisa los beneficios que posee el museo con una visita autodidáctica.
- La creación de una Guía Interactiva para despertar el interés de los ciudadanos por visitar el museo.
- Mostrar beneficios y cualidades que posee el museo los cuales son una gran fuente de autoeducación del medio ambiente y el elemento agua.
- Desarrollar una fuente de información adecuada que este acorde al interés de nuestros visitantes tanto en niños como en adultos y así fomentar el esparcimiento familiar.

7.2 Recomendaciones

- Conocer al grupo objetivo para poder transmitir la información adecuada y de esta manera causar impacto e interés por visitar el museo.
- Mostrar todos los beneficios que ofrece el museo y fomentar la autoeducación del mismo.
- La creación del Cd Interactivo nos da un panorama más claro de la autoeducación didáctica.
- Unificar información adecuada y que llame la atención y el interés de nuestros ciudadanos.

FUENTES

- <http://es.slideshare.net/liamoralez/illustrator-cs6-19987157>
- http://www.aulaclie.es/photoshop-cs6/t_1_1.htm#ap_01_01
- <http://esjmultimedia.blogspot.com/2011/05/concepto-de-multimedia.html>
- <http://redgrafica.com/El-formato-SWF-su-historia-y>
- <http://www.enable-javascript.com/es/>
- <http://www.monografias.com/trabajos7/html/html.shtml>
- <http://www.w3c.es/Divulgacion/GuiasBreves/HojasEstilo>
- <http://computacionaudiovisual2451.bligoo.com.mx/tutorial-2-cd-interactivo-con-flash#.VE4IzSKG-IE>
- <http://www.paisturistico.com/ecuador/quito/atractivos/delaguamuseo>
- <http://www.monografias.com/trabajos7/mult/mult.shtml>