



TECNOLÓGICO SUPERIOR
“ CORDILLERA ”

CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO

**DISEÑO DE UNA PÁGINA VIRTUAL DEL MERCADO ARTESANAL LA
MARISCAL EN LA CIUDAD DE QUITO PARA PROMOVER LA CULTURA Y
ARTESANÍAS DEL ECUADOR**

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

Autora: López Cushicagua Jessica Valeria

Tutor: Lic. Paola Martínez Ríos

Quito, Octubre 2013

Declaración de autoría

Declaro que la investigación es absolutamente original, auténtica, personal que han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes. Las ideas doctrinas, resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.

Jessica Valeria López Cushicagua

Contrato de Cesión sobre Derechos Propiedad Intelectual

Comparecen a la celebración del presente contrato de cesión y transferencias de derechos de propiedad intelectual, por parte de, **LÓPEZ CUSHICAGUA JESSICA VALERIA**, por sus propios y personales derechos, a quien en lo posterior se le denominara el “CEDENTE”, y por otra parte, el INSTITUTO TECNOLÓGICO CORDILLERA, representando 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, quienes acuerdan al tenor de las siguientes cláusulas:

PRIMERA PARTE: ANTECEDENTE.- a) El Cedente dentro del pensum de estudio en la carrera de **DISEÑO GRÁFICO** que imparte en 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, “**DISEÑO DE UNA PAGINA VIRTUAL DEL MERCADO ARTESANAL LA MARISCAL PARA PROMOCIONAR LA CULTURA Y ARTESANIAS DEL ECUADOR**”, el cual incluye la creación y desarrollo de un producto editorial, 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 de un producto editorial, 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 producción.

SEGUNDA: CESIÓN Y TRANSFERENCIA.- Con el antecedente indicado, el Cedente libre y voluntariamente cede y transfiere de manera perpetua y gratuita todos los patrimoniales del producto editorial descrito en la cláusula anterior a favor del Cesionario, sin reservarse para si ningún privilegio especial (código fuente, código objeto, diagramas de flujo, planos, manuales de uso, etc.). El cesionario podrá explorar producto editorial por cualquier medio o

procedimiento tal cual lo establece el Artículo 20 de la Ley de Propiedad Intelectual, esto es, realizar autorizar, prohibir, entre otros: a) La reproducción del producto editorial por cualquier forma o procedimiento; b) La comunicación pública del producto editorial; c) La distribución publica de ejemplares o copias, la comercialización, arrendamiento o alquiler del producto editorial; d) Cualquier transformación o modificación del producto editorial; e) La protección y registro en el IEPI el producto editorial a nombre del Cesionario; f) Ejercer la protección jurídica del producto editorial; g) Los demás derechos establecidos en la Ley y derechos patrimoniales.

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

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

SEXTA: DOMICILIO, JURISDICCIÓN Y COMPETENCIA.- Las partes fijan como domicilio la ciudad de Quito. Toda controversia o diferencia derivada de este, será resuelta directamente entre las partes y, si esto no fuere factible, se solicitara la asistencia de un Mediador del Centro de Arbitraje y Mediación del 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 sus controversias a la resolución de un árbitro, que se sujetara 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 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 el español; y, g) La reconvención, 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 _____ del mes de _____ del dos mil quince

f) _____

C.C. N°

CEDENTE

f) _____

Instituto Superior Tecnológico Cordillera

CESIONARIO

Agradecimiento

Agradezco a mi familia , amigos y compañeros de trabajo quienes son los que me han apoyado durante todo el nivel académico, pero sobre todo agradezco a Dios por haberme dado la oportunidad de seguir adelante.

Dedicatoria

Dedico este proyecto a mi mamá y papá quienes fueron los que siempre estuvieron apoyándome a pesar de las caídas, siempre me animaron a salir adelante y no dejarme caer.

Contenido

Declaración de autoría	
Contrato de Cesión sobre Derechos Propiedad Intelectual.....	
Agradecimiento.....	
Dedicatoria.....	
Resumen Ejecutivo	I
Abstract.....	II
Introducción	III
Capítulo I	1
Antecedentes	1
1.01 Contexto.....	1
1.02 Justificación.	2
1.03 Definición Del Problema Central (Matriz T).....	4
Capítulo II	5
Análisis de Involucrados.....	5
2.01 Mapeo de los involucrados.	5
2.02 Matriz de análisis y selección con los involucrados	6
Capítulo III.....	7
Problemas y objetivos	7
3.01 Árbol de Problemas.....	7
3.02 Árbol de Objetivos.....	8
Capitulo IV.....	9

Análisis de Alternativas	9
4.01 Matriz de análisis de alternativas e identificación de acciones.....	9
4.02 Matriz de análisis de impacto de los objetivos.	11
4.03 Diagrama de estrategias.	12
4.04 Construcción de la Matriz de Marco Lógico.	13
Capítulo V	23
La Propuesta.....	23
5.01 Antecedentes de la herramienta del perfil de la propuesta.	23
Adobe Muse	24
Adobe ilustrador	24
Adobe Photoshop	25
Adobe Flash	25
5.02 Descripción de la herramienta	26
5.03 Formulación del proceso de aplicación.....	27
Capítulo VI.....	45
Aspectos Administrativos	45
6.01 Recursos.....	45
6.02 Presupuesto	46
6.03 Cronograma.....	47
Capítulo VII	48
Conclusiones y Recomendaciones	48

7.01	Conclusiones	48
7.02	Recomendaciones	49
7.03	Referencias Bibliográficas y Net graficas.....	50
	Bibliografía	50
	Mercado Artesanal de la Mariscal:	51
	Anexos	52
	Tabulaciones	54

Índice de Tablas

Tabla 1: Definición Del Problema Central (Matriz T)	4
Tabla 2: Matriz de análisis de involucrados	6
Tabla 3: Matriz de análisis de impacto de los objetivos.....	11
Tabla 4: Revisión de los criterios para los indicadores	13
Tabla 5: Selección de indicadores	15
Tabla 6: Medios de Verificación	17
Tabla 7: Supuestos.....	19
Tabla 8: Matriz Marco Lógico.....	21
Tabla 9: Gastos Operativo	46
Tabla 10: Aplicación del proyecto.....	46
Tabla 11: Cronograma	47

Índice de Figuras

Figura 1: Esquema de mapeo de los involucrados.	5
Figura 2: Árbol de problemas.....	7
Figura 3: Árbol de objetivos.....	8
Figura 4: Matriz de análisis de alternativas.....	9
Figura 5: Diagrama de estrategias.....	12
Figura 6: Mapa de contenidos.....	31

Resumen Ejecutivo

En el año de 1999, varios de comerciantes ambulantes, provenientes de la provincia de Imbabura, Otavalo se situaron en el sector de La Mariscal para comercializar sus productos. Con el tiempo empezaron llegar más comerciantes de distintas partes del país, para lo cual en aquella época, el coronel Sevilla, en ese entonces alcalde de la ciudad fundo el mercado artesanal la mariscal, en donde se alojaron casi 50 comerciantes.

Hoy en día, el mercado artesanal la mariscal es uno de los lugares más visitados por los turistas en la ciudad de quito, actualmente cuenta con 198 locales, en los cuales, se ofrece miles de productos artesanales entre lo que se destaca, artesanía en madera, textiles, tagua, cuero, pintura, platería, música, gastronomía, entre otras.

La elaboración de un sitio web será de mucho beneficio para el mercado artesanal La Mariscal, debido a que mediante esta se puede difundir la cultura y artesanía del ecuador por todo el mundo, mostrando y promocionando el producto nacional.

Para ello se ha optado por que el sitio web sea interactivo y a su vez de fácil navegación para el usuario, en donde se encontrara los productos ofertados, con los locales en donde se los encuentra, e incluso con la opción de poder realizar una compra virtual de los productos, generando mayor rentabilidad al sitio web.

Con el sitio web, el mercado artesanal La Mariscal se verá reconocido tanto a nivel nacional como internacional, para de esta manera contribuir al desarrollo y progreso del mercado y a su vez del país, mediante el turismo.

Abstract

In 1999, a number of street vendors from the Otavalo city, stood at the La Mariscal to sell their products. Over time traders began to arrive from around the country, which at the time, Coronel Sevilla, then mayor of the city founded the quarterback craft market, where almost 50 traders stayed.

Today, the craft market La Mariscal is one of the most visited by tourists in the city of Quito places, currently has 198 local, where thousands of artisanal products between what crafts stands wood is offered , textiles, tagua, leather, paint, silver, music, food, among others.

The development of a web site will be of great benefit to the craft market La Mariscal, because through this you can spread the culture and crafts of Ecuador around the world, showing and promoting the national product.

To this end it was decided that the website is interactive and in turn easy navigation for the user, where the products offered was found, with the locations where they are found, and even the option to make a virtual shopping products, generating higher returns to the website.

With the website, the Mercado Artesanal La Mariscal will be recognized both nationally and internationally, to thereby contribute to the development and progress of the market and in turn the country through tourism.

Introducción

Una página web es una herramienta esencial para difundir información en una institución, ya que llega a todo el mundo y de una manera rápida y eficaz.

El Mercado Artesanal La Mariscal es considerado uno de los lugares turísticos donde realizar compras, es visitado por muchos turistas que han sido informados por los hoteles de la zona de La Mariscal en su gran mayoría, debido a esto, me propuse trabajar con esta organización e implementar una página web, en la cual se exponga lo que tiene para ofrecer el Mercado Artesanal La Mariscal a sus visitantes.

La página web generará mayor reconocimiento al Mercado Artesanal La Mariscal, ya que estará presente en la web, en redes sociales, y además los usuarios podrán interactuar con los artesanos, sea para consultas o compra de alguno de sus productos. Pero lo más importante es que el Mercado Artesanal La Mariscal sea conocido por todo el mundo, impulsando de una u otra forma el producto ecuatoriano, incentivando a la matriz productiva del país y al mismo tiempo poniendo el nombre del Ecuador cada vez más alto.

Con la elaboración de una página web para el Mercado Artesanal La Mariscal pretendo poner a prueba mis conocimientos adquiridos en esta institución en beneficio de esta entidad, icono representativo de la cultura ecuatoriana, para dar a conocer al mundo el gran potencial que tiene el Ecuador en cuanto a su cultura y artesanía.

Capítulo I

Antecedentes

1.01 Contexto.

Internet es una de las redes más grandes herramienta de comunicación a nivel mundial, su importancia radica en que a través de ella podemos obtener información rápida y eficaz sobre diversos temas, sin moverse de casa o del lado de su computador, esto entre infinidad de aplicaciones que podemos utilizar.

La gran rapidez con la que Internet se ha expandido y popularizado en los últimos años ha supuesto una revolución muy importante en el mundo de las comunicaciones, llegando a causar cambios en muchos aspectos de la sociedad. Lo que se conoce hoy como Internet es en realidad un conjunto de redes independientes (de área local y área extensa) que se encuentran conectadas entre sí, permitiendo el intercambio de datos y constituyendo por lo tanto una red mundial que resulta el medio idóneo para el intercambio de información, distribución de datos de todo tipo e interacción personal con otras personas.

En la actualidad las empresas, instituciones y dependencias anhelan ser reconocidas por lograr la satisfacción completa de sus clientes, pero existe una parte fundamental para marcar ese reconocimiento, y consiste en la comunicación e información de sí mismos, ¿Qué son?, ¿Quiénes son?, darse a conocer sea por su esfuerzo, labor o calidad en servicios.

El mercado artesanal de Quito "La Mariscal" es un lugar comercial, en el que se puede encontrar múltiples objetos, propios de una cultura conocida en nuestro país como lo es

la Cultura de Otavalo, la gran variedad de productos que ofrecen es desarrollada de forma artesanal, y con materia propia del País, a su vez amigable con el medio ambiente.

1.02 Justificación.

El mercado Artesanal es una organización comercial ubicada en la zona turística de la ciudad de Quito, reconocida por la venta de productos 100% artesanales.

A pesar de que su infraestructura no es muy amplia cuenta con casi 200 locales, en los que se encuentran productos como instrumentos musicales, ropa, joyas, artesanías e incluso alimentos. Los comerciantes son personas muy amables y habilosas, lo que hace al mercado un lugar muy ameno.

El mercado artesanal “La Mariscal” ha venido manejando como herramienta de comunicación el “boca a boca”, y debido a ello ha alcanzado un cierto nivel de posicionamiento en el mercado.

Este mercado tiene muchas oportunidades de crecimiento, por el mismo hecho que se comercializa productos ecuatorianos, innovadores y de gran utilidad. Una de las principales causas por las que no se ha dado este crecimiento es la falta de información; actualmente el Mercado Artesanal “La Mariscal” no cuenta con publicidad externa, ni en ningún tipo de medio de comunicación; en internet se puede encontrar únicamente pequeñas reseñas de ubicación, dado por el ministerio de Turismo del Ecuador, y debido a la publicidad informativa ha impedido el desarrollo del mercado.

Por este motivo se quiere implementar una página web del Mercado Artesanal “La Mariscal”, en la que se informe a la población sobre este extraordinario lugar, desarrollar una página web, donde se muestre la cultura y artesanía propia del Ecuador, utilizando como principal medio de difusión el internet.

El internet es un medio de comunicación que no tiene límites, en el que la información llega de una forma rápida y eficaz a cualquier lugar del mundo, motivo por el cual se eligió este medio, para desarrollar el proyecto.

De esta manera, se logrará incentivar el turismo tanto interno como externo en el país, generando mayor desarrollo del lugar, mayores ingresos al país, y sobre todo dando oportunidades de crecimiento a los comerciantes del mercado.

Este proyecto tiene como principal fin dar a conocer y promocionar la Cultura y Artesanía del Ecuador, y para ello se ha elegido al Mercado Artesanal “La Mariscal” como una organización representativa y que se encuentra ubicada en la ciudad de Quito.

1.03 Definición Del Problema Central (Matriz T).

Situación Empeorada	Situación Actual				Situación Mejorada
Desconocimiento del Mercado Artesanal "La Mariscal"	Escasa información en sitios web del Mercado Artesanal "La Mariscal"				Conocimiento del Mercado Artesanal "La Mariscal" en sitios web
Fuerzas Impulsadora	I	PC	I	PC	Fuerza Bloqueadora
Conocimiento de productos del Mercado Artesanal "La Mariscal"	5	4	2	1	Desconocimiento de productos del Mercado Artesanal "La Mariscal"
Adecuada información del Mercado Artesanal "La Mariscal" en sitios web	4	5	1	1	Deficiente información del Mercado Artesanal "La Mariscal" en sitios web
Alta afluencia de clientes	4	4	2	1	Baja afluencia de clientes
Adecuada promoción de la Cultura y Artesanía del Ecuador	5	4	2	1	Limitada promoción de la Cultura y Artesanía del Ecuador
Suficiente acceso a redes de internet	4	4	2	2	Limitado acceso a redes de internet

Tabla 1: Definición Del Problema Central (Matriz T)

Capítulo II

Análisis de Involucrados

2.01 Mapeo de los involucrados.

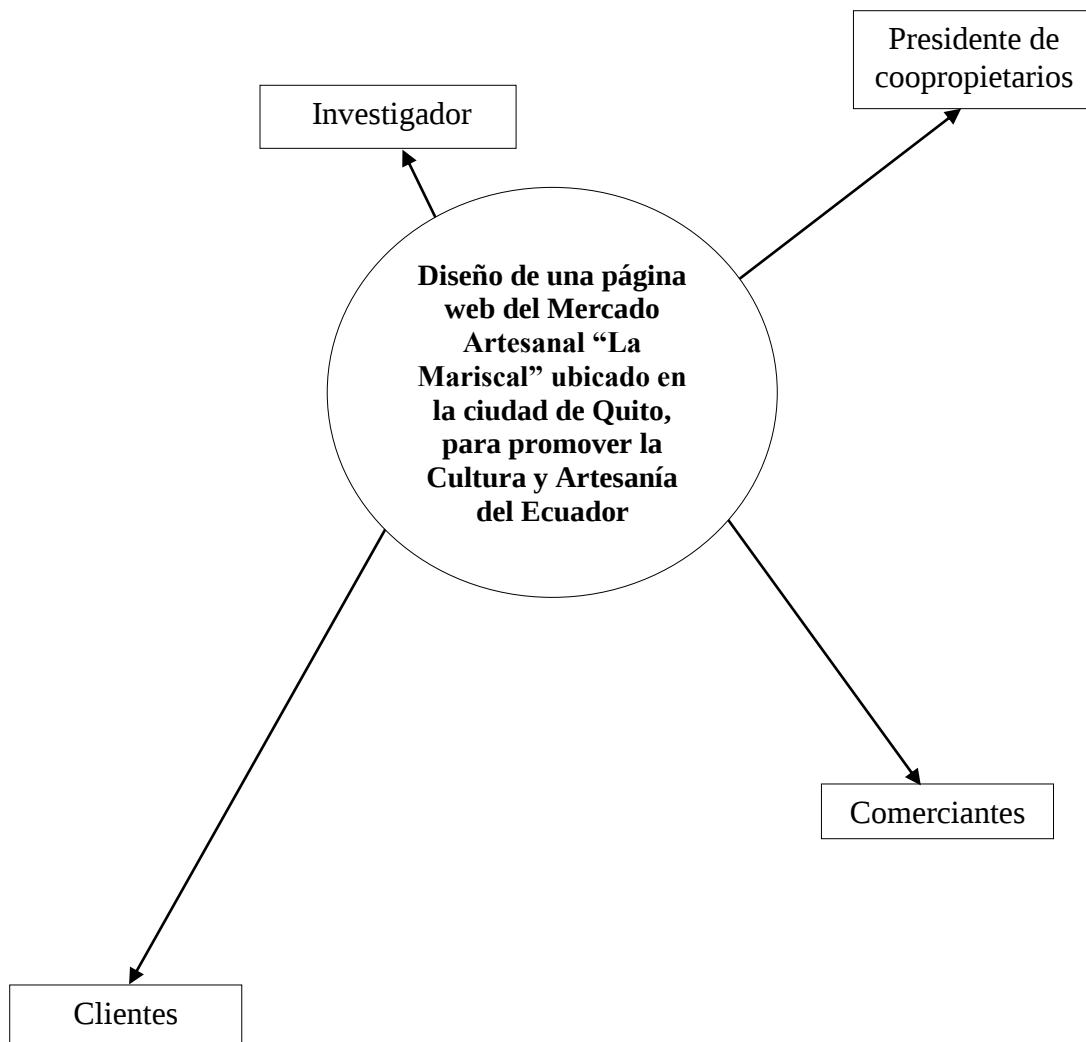


Figura 1: Esquema de mapeo de los involucrados.

2.02 Matriz de análisis y selección con los involucrados

Actores Involucrados	Interés sobre el problema	Problemas percibidos	Recursos, mandatos y capacidades	Interés sobre el proyecto	Conflictos potenciales
Investigador	Dar información sobre el Mercado Artesanal "La Mariscal"	Desconocimiento del Mercado Artesanal "La Mariscal" por parte de clientes	Recursos Humanos Tecnológicos Información	Implementar un sitio web con información del Mercado Artesanal "La Mariscal"	Colaboración de comerciantes del Mercado Artesanal "La Mariscal"
Presidente de copropietarios	Brindar información necesaria para posicionar al Mercado Artesanal "La Mariscal" en sitios web	Insuficiente información del Mercado Artesanal "La Mariscal" hacia los clientes	Recursos Humanos Tecnológicos Información	Generar mayor afluencia de clientes al Mercado Artesanal "La Mariscal"	Desconocimiento de sitios web
Comerciantes	Exponer sus productos en nuevos medios de información	Medios limitados para difundir información	Recursos Humanos Tecnológicos Capacidad intelectual y de Información	Generar mayores ingresos en ventas de sus productos	Competencia entre comerciantes
Clientes	Conocer el Mercado Artesanal "La Mariscal"	Falta de información en sitios web	Recursos tecnológicos Capacidad de información	Fácil acceso a la información del Mercado Artesanal "La Mariscal"	Limitado acceso a redes de internet

Tabla 2: Matriz de análisis de involucrados

Capítulo III

Problemas y objetivos

3.01 Árbol de Problemas.

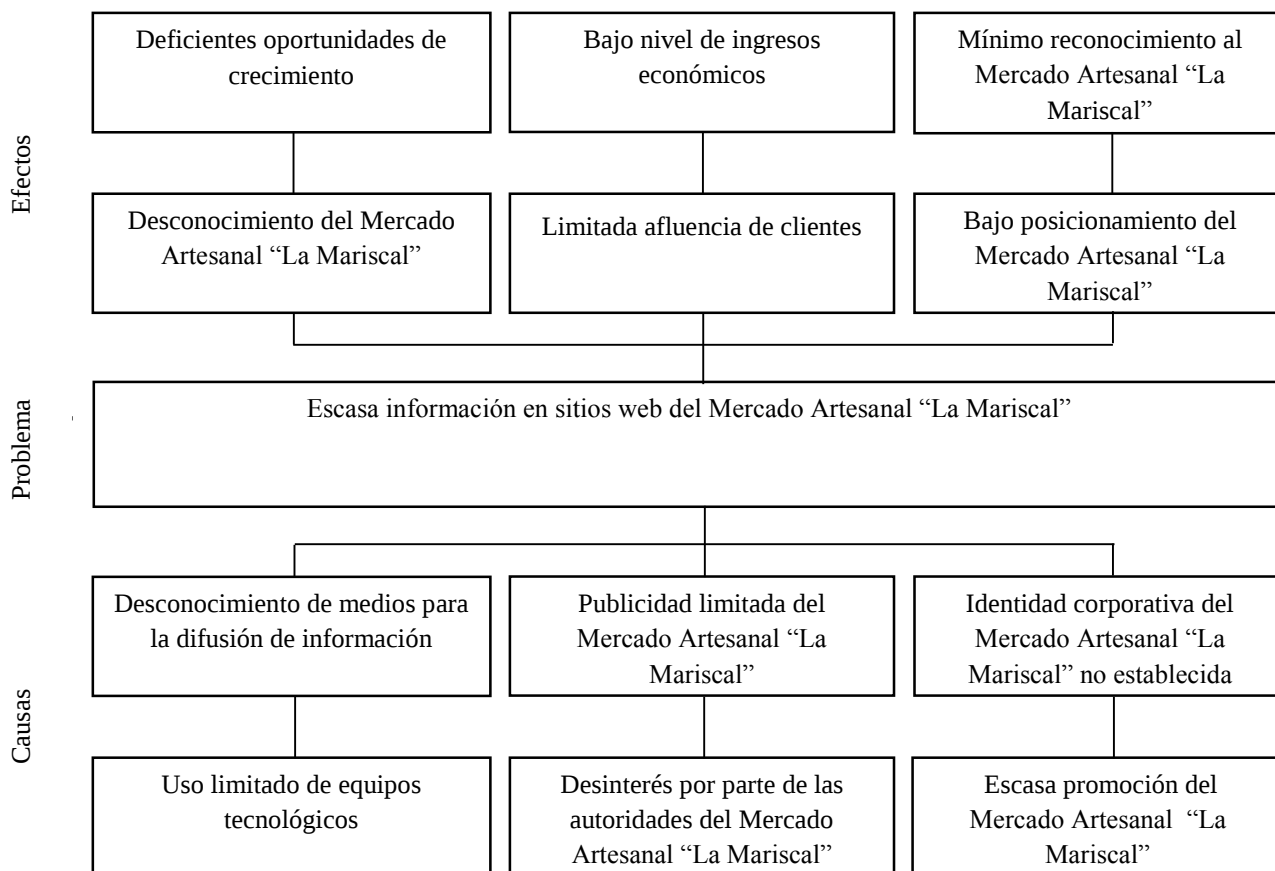


Figura 2: Árbol de problemas

3.02 Árbol de Objetivos.

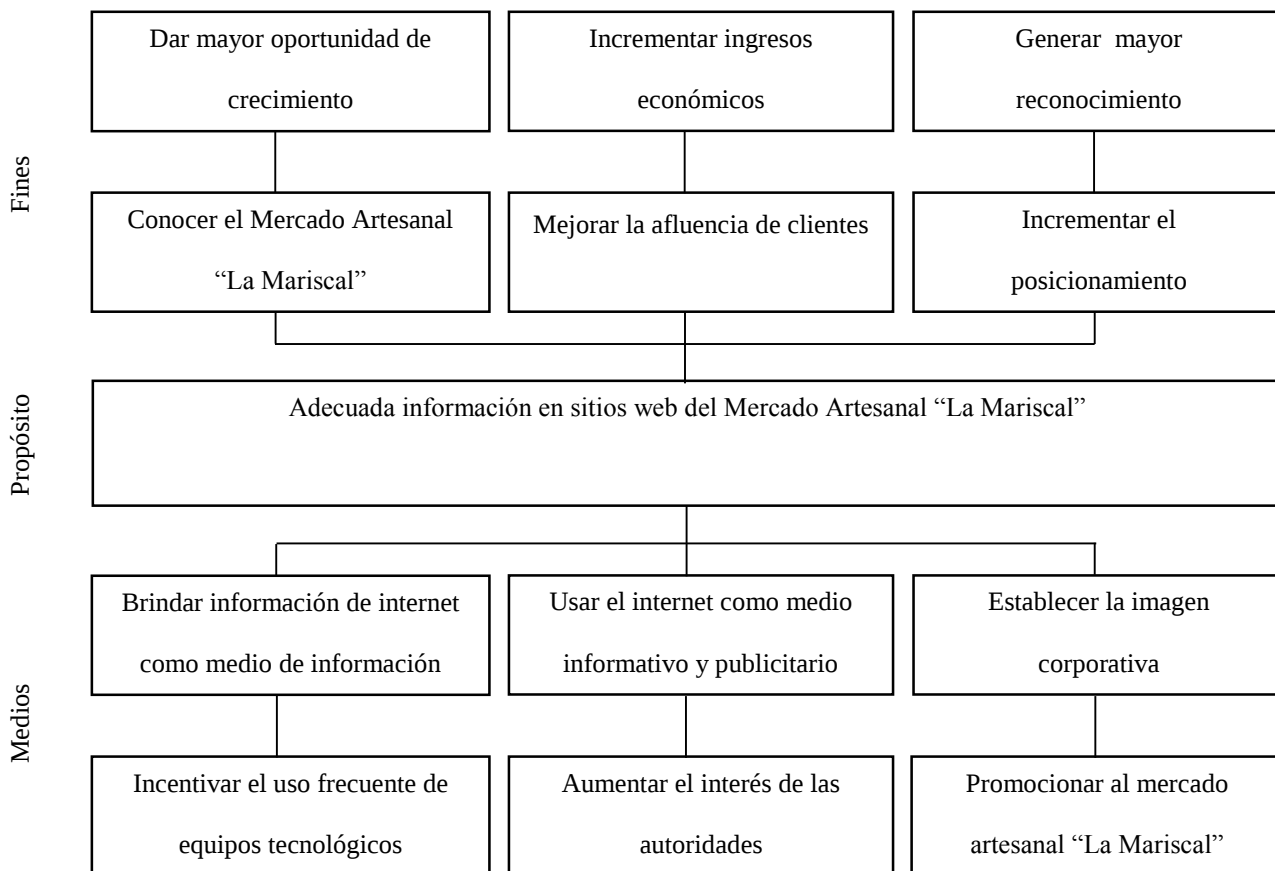


Figura 3: Árbol de objetivos

Capítulo IV

Análisis de Alternativas

7.01 Matriz de análisis de alternativas e identificación de acciones.

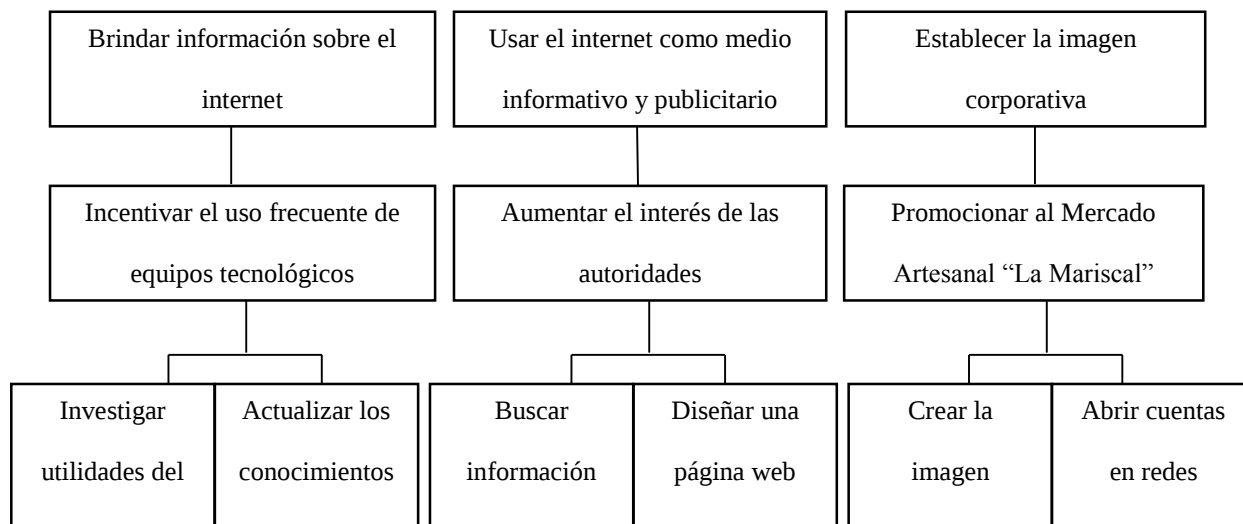


Figura 4: Matriz de análisis de alternativas

4.01.01 *Tamaño del proyecto.*

Este proyecto está dirigido a turistas que necesitan obtener información eficaz de los lugares turísticos de la ciudad de Quito

4.01.02 *Localización del proyecto.*

El Mercado Artesanal “La Mariscal” se encuentra en la zona centro norte de la ciudad de Quito, en el sector de la Mariscal, ubicado en las calles Jorge Washington y Reina Victoria

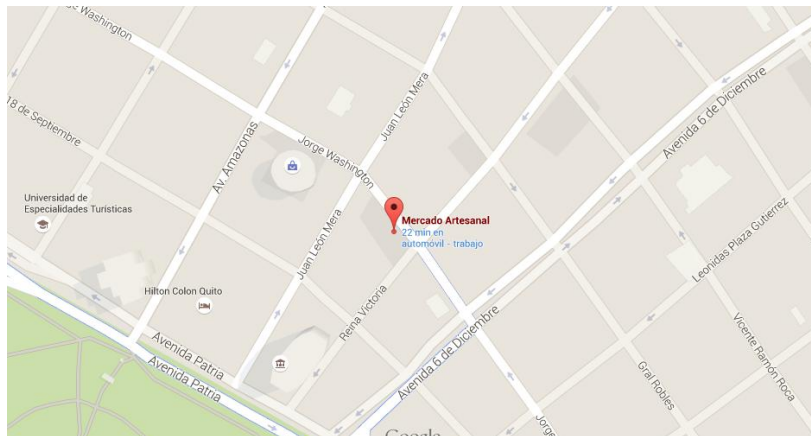


Imagen 1: Fuente: googlemaps

4.01.03 *Análisis Ambiental.*

El proyecto está elaborado para uso virtual o digital, por lo que es amigable con el medio ambiente ya que no se utilizará papel ni tintas convencionales perjudiciales con el medio ambiente.

Además que a través de la página web se incentivará el cuidado al medio ambiente, ya que en el “Mercado Artesanal La Mariscal” se ofertan productos que son de material reciclado.

7.02 Matriz de análisis de impacto de los objetivos.

Objetivos	Impacto sobre el propósito	Factibilidad Técnica	Factibilidad financiera	Factibilidad social	Factibilidad política	Total	Categoría
Brindar información sobre el internet	5	4	5	5	5	24	alta
Usar el internet como medio informativo y publicitario	5	5	5	5	5	25	alta
Establecer la imagen corporativa	5	5	4	5	5	24	alta
Incentivar el uso frecuente de equipos tecnológicos	4	5	5	5	5	24	alta
Aumentar el interés de las autoridades	5	5	5	5	5	25	alta
Promocionar al Mercado Artesanal "La Mariscal"	5	5	5	5	5	25	alta

Tabla 3: Matriz de análisis de impacto de los objetivos

7.03 Diagrama de estrategias.

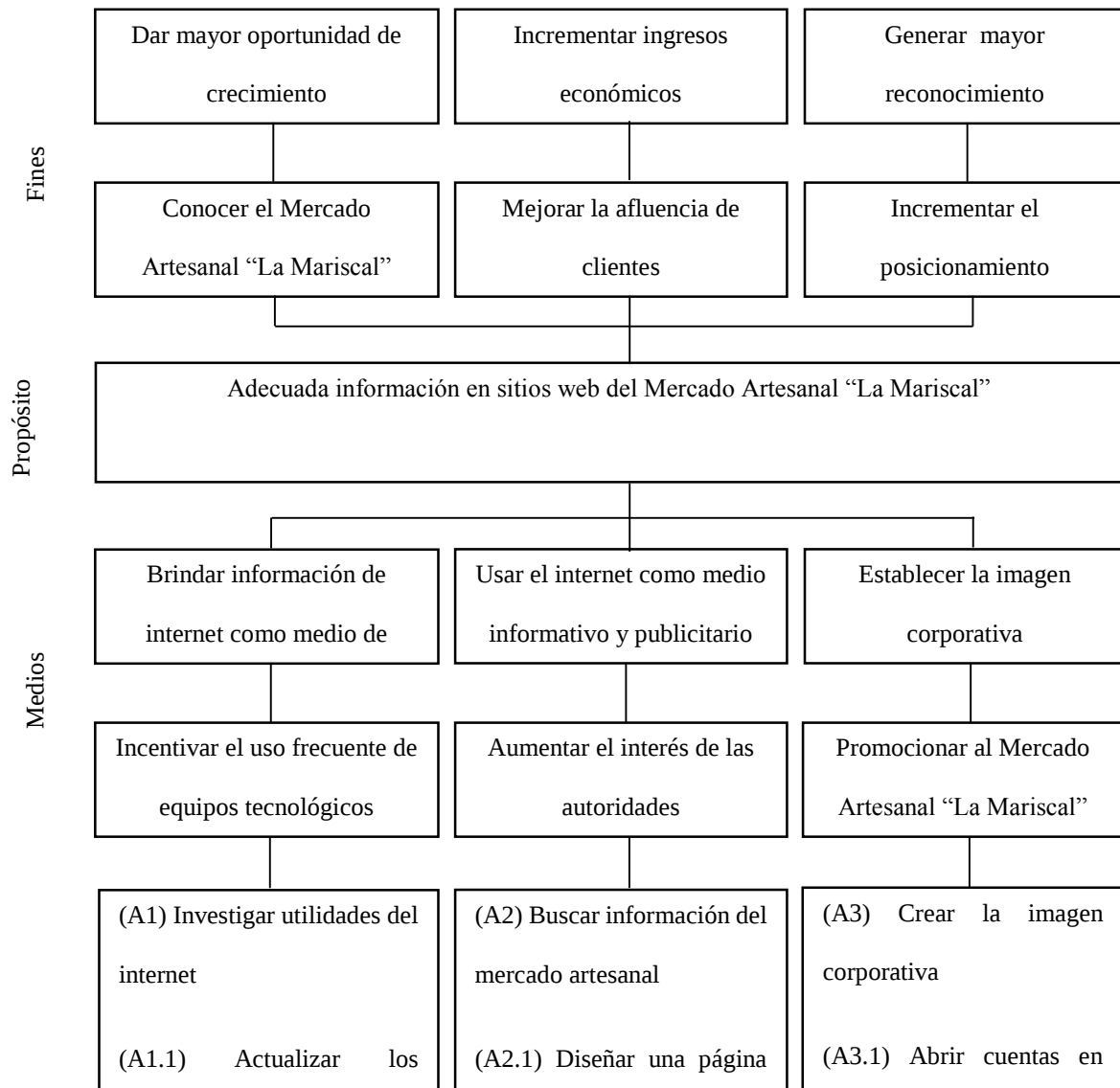


Figura 5: Diagrama de estrategias

7.04 Construcción de la Matriz de Marco Lógico.

4.04.01 Revisión de los criterios para los indicadores.

Nivel	Resumen narrativo	Indicador	Meta				
			Cantidad	Calidad	Tiempo	Lugar	Grupo social
FIN	Conocer el Mercado Artesanal "La Mariscal"	El 90% de los turistas conocen el Mercado Artesanal "La Mariscal"	250	alta	6 meses	Mercado Artesanal La Mariscal	Turistas que visitan el mercado Artesanal La Mariscal
	Mejorar la afluencia de clientes	La afluencia de clientes se incrementa en un 30%	196	alta	4 meses	Mercado Artesanal La Mariscal	Turistas que visitan el mercado Artesanal La Mariscal
	Incrementar el posicionamiento	El Mercado Artesanal "La Mariscal" gana un posicionamiento de un 40%	200	alta	6 meses	Mercado Artesanal La Mariscal	Turistas que visitan el mercado Artesanal La Mariscal
	Dar mayor oportunidad de crecimiento	Un 40% de los comerciantes amplían su negocio	110	media	3 meses	Mercado Artesanal La Mariscal	comerciantes
	Incrementar ingresos económicos	Los ingresos económicos aumentan en un 40%	198	alta	4 meses	Mercado Artesanal La Mariscal	Comerciantes y autoridades
	Generar mayor reconocimiento	El 90% de los turistas reconocen al Mercado Artesanal "La Mariscal"	250	alta	6 meses	Mercado Artesanal La Mariscal Quito	Turistas que visitan el mercado Artesanal La Mariscal
PROPOSITO	Adecuada información en sitios web del Mercado Artesanal "La Mariscal"	Un 90% de la población de Quito tiene información del Mercado Artesanal "La Mariscal"	250	alta	8 meses	Mercado Artesanal La Mariscal	Turistas que visitan el mercado Artesanal La Mariscal
COMPONENTES	Brindar información de internet como medio de información	El 90% de los comerciantes y autoridades conocen sobre el uso del internet	198	alta	3 meses	Mercado Artesanal La Mariscal	Comerciantes y autoridades
	Usar el internet como medio informativo y publicitario	El 70% de la población se informó mediante el internet	250	alta	6 meses	Mercado Artesanal La Mariscal	Comerciantes y autoridades
	Establecer la imagen corporativa	La imagen del Mercado Artesanal "La Mariscal" atrae un 50% más de lo habitúa	250	alta	4 meses	Mercado Artesanal La Mariscal	Comerciantes y autoridades
	Incentivar el uso frecuente de equipos tecnológicos	Un 40 % de los comerciantes utilizan el dispositivos tecnológicos	198	alta	4 meses	Mercado Artesanal La Mariscal	Comerciantes y autoridades

	Aumentar el interés de las autoridades	El interés de las autoridades del mercado se incrementó en un 80%	3	baja	3 meses	Mercado Artesanal La Mariscal	Comerciantes y autoridades
	Promocionar al Mercado Artesanal "La Mariscal"	La publicidad web del mercado artesanal tiene una acogida del 50% en sitio web	250	alta	8 meses	Mercado Artesanal La Mariscal	Turistas que visitan el mercado Artesanal La Mariscal
ACTIVIDADES	Investigar las utilidades del internet	Con los beneficios del internet aporta con un 100% al proyecto	1	baja	3 meses	Mercado Artesanal La Mariscal	investigador
	Actualizar conocimientos tecnológicos	El proyecto se desarrolló en un 80% con conocimientos actualizados	1	baja	10 meses	Mercado Artesanal La Mariscal	investigador
	Buscar información del Mercado Artesanal "La Mariscal"	La búsqueda de información aporta con un 100% al proyecto	1	baja	6 meses	Mercado Artesanal La Mariscal	investigador
	Diseñar una página web	El diseño de la página web pertenece al 100% del proyecto	1	baja	6 meses	Mercado Artesanal La Mariscal	investigador
	Crear la imagen corporativa	La imagen corporativa aporta con un 80% al proyecto	1	baja	10 meses	Mercado Artesanal La Mariscal	Investigador
	Abrir cuentas en redes sociales	Las redes sociales aportan con un 60% al presente proyecto	250	alta	10 meses	Mercado Artesanal La Mariscal	Comerciantes autoridades y turistas

Tabla 4: Revisión de los criterios para los indicadores

4.04.02 Selección de indicadores.

NIVEL	RESUMEN NARRATIVO	INDICADOR	CLASIFICADOR DE INDICADOR					PUNTAJE	SELECCIÓN
			A	B	C	D	E		
FIN	Conocer el Mercado Artesanal "La Mariscal"	El 90% de los turistas conocen el Mercado Artesanal "La Mariscal"	x		x	x	x	4	Alto
	Mejorar la afluencia de clientes	La afluencia de clientes se incrementa en un 30%	x	x	x	x	x	5	Alto
	Incrementar el posicionamiento	El Mercado Artesanal "La Mariscal" gana un posicionamiento de un 40%	x		x	x	x	4	Alto
	Dar mayor oportunidad de crecimiento	Un 40% de los comerciantes amplían su negocio	x	x	x	x	x	5	Alto
	Incrementar ingresos económicos	Los ingresos económicos aumentan en un 40%	x	x	x	x	x	5	Alto
	Generar mayor reconocimiento	El 90% de los turistas reconocen al Mercado Artesanal "La Mariscal"	x		x	x	x	4	Alto
PROPÓSITO	Adecuada información en sitios web del Mercado Artesanal "La Mariscal"	Un 90% de la población de Quito tiene información del Mercado Artesanal "La Mariscal"	x	x	x	x	x	5	Alto
COMPONENTES	Brindar información de internet como medio de información	El 90% de los comerciantes y autoridades conocen sobre el uso del internet	x	x	x	x	x	5	Alto
	Usar el internet como medio informativo y publicitario	El 70% de la población se informó mediante el internet	x	x	x	x	x	5	Alto
	Establecer la imagen corporativa	La imagen del Mercado Artesanal "La Mariscal" atrae un 50% más de lo habitual	x		x	x	x	4	Alto
	Incentivar el uso frecuente de equipos tecnológicos	Un 40 % de los comerciantes utilizan el dispositivos tecnológicos	x	x	x	x	x	5	Alto

DISEÑO DE UNA PAGINA VIRTUAL DEL MERCADO ARTESANAL LA MARISCAL EN LA CIUDAD DE QUITO, PARA PROMOCIONAR LA CULTURA Y ARTESANÍAS DEL ECUADOR.

	Aumentar el interés de las autoridades	El interés de las autoridades del mercado se incrementó en un 80%	x	x	x	x	x	5	Alto
	Promocionar al Mercado Artesanal "La Mariscal"	La publicidad web del mercado artesanal tiene una acogida del 50% en sitio web	x	x	x	x	x	5	Alto
ACTIVIDADES	Investigar las utilidades del internet	Con los beneficios del internet aporta con un 100% al proyecto	x	x	x	x	x	5	Alto
	Actualizar conocimientos tecnológicos	El proyecto se desarrolló en un 80% con conocimientos actualizados	x	x	x	x	x	5	Alto
	Buscar información del Mercado Artesanal "La Mariscal"	La búsqueda de información aporta con un 100% al proyecto	x	x	x	x	x	5	Alto
	Diseñar una página web	El diseño de la página web pertenece al 100% del proyecto	x	x	x	x	x	5	Alto
	Crear la imagen corporativa	La imagen corporativa aporta con un 80% al proyecto	x	x	x	x	x	5	Alto
	Abrir cuentas en redes sociales	Las redes sociales aportan con un 60% al presente proyecto	x	x	x	x	x	5	Alto

Tabla 5: Selección de indicadores

4.04.03 Medios de Verificación

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	Medios de Verificación				
			Fuentes de información	Método de recolección	Método de análisis	Frecuencia de recolección	Responsable
FIN	Conocer el Mercado Artesanal "La Mariscal"	El 90% de los turistas conocen el Mercado Artesanal "La Mariscal"	primaria	encuesta	Estadístico	6 meses	Investigador
	Mejorar la afluencia de clientes	La afluencia de clientes se incrementa en un 30%	primaria	encuesta	Estadístico	4 meses	Investigador
	Incrementar el posicionamiento	El Mercado Artesanal "La Mariscal" gana un posicionamiento de un 40%	primaria	entrevista	Estadístico	6 meses	Investigador
	Dar mayor oportunidad de crecimiento	Un 40% de los comerciantes amplían su negocio	primaria	entrevista	Estadístico	3 meses	Investigador
	Incrementar ingresos económicos	Los ingresos económicos aumentan en un 40%	primaria	entrevista	Estadístico	4 meses	Investigador
	Generar mayor reconocimiento	El 90% de los turistas reconocen al Mercado Artesanal "La Mariscal"	primaria	encuesta	Estadístico	6 meses	Investigador
PROPÓSITO	Adecuada información en sitios web del Mercado Artesanal "La Mariscal"	Un 90% de la población de Quito tiene información del Mercado Artesanal "La Mariscal"	primaria	encuesta	Estadístico	8 meses	Investigador
COMPONENTES	Brindar información de internet como medio de información	El 90% de los comerciantes y autoridades conocen sobre el uso del internet	primaria	encuesta	Estadístico	3 meses	Investigador
	Usar el internet como medio informativo y publicitario	El 70% de la población se informó mediante el internet	primaria	encuesta	Estadístico	6 meses	Investigador
	Establecer la imagen corporativa	La imagen del Mercado Artesanal "La Mariscal" atrae un 50% más de lo habitual	primaria	encuesta	Estadístico	4 meses	Investigador

	Incentivar el uso frecuente de equipos tecnológicos	Un 40 % de los comerciantes utilizan el dispositivos tecnológicos	primaria	entrevista	Estadístico	4 meses	Investigador
	Aumentar el interés de las autoridades	El interés de las autoridades del mercado se incrementó en un 80%	primaria	encuesta	Estadístico	3 meses	Investigador
	Promocionar al Mercado Artesanal "La Mariscal"	La publicidad web del mercado artesanal tiene una acogida del 50% en sitio web	primaria	encuesta	Estadístico	8 meses	Investigador
ACTIVIDADES	Investigar las utilidades del internet	Con los beneficios del internet aporta con un 100% al proyecto	primaria	observación	Simple verificación	3 meses	Investigador
	Actualizar conocimientos tecnológicos	El proyecto se desarrolló en un 80% con conocimientos actualizados	primaria	observación	Simple verificación	10 meses	Investigador
	Buscar información del Mercado Artesanal "La Mariscal"	La búsqueda de información aporta con un 100% al proyecto	primaria	observación	Simple verificación	6 meses	Investigador
	Diseñar una página web	El diseño de la página web pertenece al 100% del proyecto	primaria	observación	Simple verificación	6 meses	Investigador
	Crear la imagen corporativa	La imagen corporativa aporta con un 80% al proyecto	primaria	observación	Simple verificación	10 meses	Investigador
	Abrir cuentas en redes sociales	Las redes sociales aportan con un 60% al presente proyecto	primaria	observación	Simple verificación	10 meses	Investigador

Tabla 6: Medios de Verificación

4.04.04 Supuestos

Nivel	Resumen Narrativo	Supuestos	Factores de Riesgo				
			Financiero	Político	Social	Ambiental	Legal
FIN	Conocer el Mercado Artesanal "La Mariscal"	Poco interés por parte de clientes			X	X	
	Mejorar la afluencia de clientes	El mercado no es del agrado de los clientes	X		X	X	X
	Incrementar el posicionamiento	No cumple con las expectativas del cliente	X		X	X	
	Dar mayor oportunidad de crecimiento	Temor por parte de los comerciantes	X	X	X		X
	Incrementar ingresos económicos	Productos no comercializados debido a precios altos	X	X	X	X	X
	Generar mayor reconocimiento	Mayor reconocimiento en la Competencia	X		X		X
PROPOSITO	Adecuada información en sitios web del Mercado Artesanal "La Mariscal"	Difícil acceso a redes de internet	X		X		X
COMPONENTES	Brindar información de internet como medio de información	Desinterés por parte de clientes	X		X		
	Usar el internet como medio informativo y publicitario	Saturación de publicidad en el sitio web	X	X	X		X
	Establecer la imagen corporativa	Insuficientes recursos para establecer la imagen corporativa	X	X	X		X
	Incentivar el uso frecuente de equipos tecnológicos	Desinterés por parte de comerciantes	X		X		
	Aumentar el interés de las autoridades	Indiferencia por parte de las autoridades	X	X	X		X

	Promocionar al Mercado Artesanal "La Mariscal"	Promociones no son de gran acogida por clientes	X		X	X	
ACTIVIDADES	Investigar las utilidades del internet	Información obtenida no verificada			X		
	Actualizar conocimientos tecnológicos	Programas actualizados pagados	X		X		
	Buscar información del Mercado Artesanal "La Mariscal"	Información insuficiente del mercado			X		X
	Diseñar una página web	Imagen del mercado no definida	X		X		X
	Crear la imagen corporativa	Piezas graficas ya establecidas en el mercado	X		X		
	Abrir cuentas en redes sociales	Limitada acogida por parte de clientes			X		

Tabla 7: Supuestos

4.04.05 Matriz Marco Lógico (MML)

Resumen Narrativo		Indicadores	Medios de Verificación					Supuestos
			Fuentes de información	Método de recolección	Método de análisis	Frecuencia de recolección	Responsable	
	FINES							
Conocer el Mercado Artesanal “La Mariscal”		El 90% de los turistas conocen el Mercado Artesanal “La Mariscal”	primaria	encuesta	Estadístico	6 meses	Investigador	Poco interés por parte de clientes
Mejorar la afluencia de clientes		La afluencia de clientes se incrementa en un 30%	primaria	encuesta	Estadístico	4 meses	Investigador	El mercado no es del agrado de los clientes
Incrementar el posicionamiento		El Mercado Artesanal “La Mariscal” gana un posicionamiento de un 40%	primaria	entrevista	Estadístico	6 meses	Investigador	No cumple con las expectativas del cliente
Dar mayor oportunidad de crecimiento		Un 40% de los comerciantes amplían su negocio	primaria	entrevista	Estadístico	3 meses	Investigador	Temor por parte de los comerciantes
Incrementar ingresos económicos		Los ingresos económicos aumentan en un 40%	primaria	entrevista	Estadístico	4 meses	Investigador	Productos no comercializados debido a precios altos
Generar mayor reconocimiento		El 90% de los turistas reconocen al Mercado Artesanal “La Mariscal”	primaria	encuesta	Estadístico	6 meses	Investigador	Mayor reconocimiento en la Competencia
	PROPOSITO							
Adecuada información en sitios web del Mercado Artesanal “La Mariscal”		Un 90% de la población de Quito tiene información del Mercado Artesanal “La Mariscal”	primaria	encuesta	Estadístico	8 meses	Investigador	Difícil acceso a redes de internet
	COMPONENTES							
Brindar información de internet como medio de información		El 90% de los comerciantes y autoridades conocen sobre el uso del internet	primaria	encuesta	Estadístico	3 meses	Investigador	Desinterés por parte de clientes
Usar el internet como medio informativo y publicitario		El 70% de la población se informó mediante el internet	primaria	encuesta	Estadístico	6 meses	Investigador	Saturación de publicidad en el sitio web

DISEÑO DE UNA PAGINA VIRTUAL DEL MERCADO ARTESANAL LA MARISCAL EN LA CIUDAD DE QUITO, PARA PROMOCIONAR LA CULTURA Y ARTESANÍAS DEL ECUADOR.

Establecer la imagen corporativa		La imagen del Mercado Artesanal "La Mariscal" atrae un 50% más de lo habitual	primaria	encuesta	Estadístico	4 meses	Investigador	Insuficientes recursos para establecer la imagen corporativa
Incentivar el uso frecuente de equipos tecnológicos		Un 40 % de los comerciantes utilizan el dispositivos tecnológicos	primaria	entrevista	Estadístico	4 meses	Investigador	Desinterés por parte de comerciantes
Aumentar el interés de las autoridades		El interés de las autoridades del mercado se incrementó en un 80%	primaria	encuesta	Estadístico	3 meses	Investigador	Indiferencia por parte de las autoridades
Promocionar al Mercado Artesanal "La Mariscal"		La publicidad web del mercado artesanal tiene una acogida del 50% en sitio web	primaria	encuesta	Estadístico	8 meses	Investigador	Promociones no son de gran acogida por clientes
ACTIVIDADES								
Investigar las utilidades del internet		Con los beneficios del internet aporta con un 100% al proyecto	primaria	observación	Simple verificación	3 meses	Investigador	Información obtenida no verificada
Actualizar conocimientos tecnológicos		El proyecto se desarrolló en un 80% con conocimientos actualizados	primaria	observación	Simple verificación	10 meses	Investigador	Programas actualizados pagados
Buscar información del Mercado Artesanal "La Mariscal"		La búsqueda de información aporta con un 100% al proyecto	primaria	observación	Simple verificación	6 meses	Investigador	Información insuficiente del mercado
Diseñar una página web		El diseño de la página web pertenece al 100% del proyecto	primaria	observación	Simple verificación	6 meses	Investigador	Imagen del mercado no definida
Crear la imagen corporativa		La imagen corporativa aporta con un 80% al proyecto	primaria	observación	Simple verificación	10 meses	Investigador	Piezas graficas ya establecidas en el mercado
Abrir cuentas en redes sociales		Las redes sociales aportan con un 60% al presente proyecto	primaria	observación	Simple verificación	10 meses	Investigador	Limitada acogida por parte de clientes

Tabla 8: Matriz Marco Lógico

DISEÑO DE UNA PAGINA VIRTUAL DEL MERCADO ARTESANAL LA MARISCAL EN LA CIUDAD DE QUITO, PARA PROMOCIONAR LA CULTURA Y ARTESANÍAS DEL ECUADOR.

Capítulo V

La Propuesta

5.01 Antecedentes de la herramienta del perfil de la propuesta.

La Word Wide Web o más conocida como www se origina a partir del año de 1980, cuando un científico Berners-Lee (2000) desarrolla ENQUIRE, una base de datos personal que constaba de varias páginas internas, que se encontraban entrelazadas a una página principal.

Para el año de 1984, decide crear un sistema en que dicha Base de datos sea compartida por los científicos en ese tiempo ya que necesitaban intercambiar información; así que desarrolla un sistema de base de datos de hipertexto con enlaces, pero fue de poco interés para la CERN (Organización Europea para la Investigación Nuclear). Años después en 1990, Robert Cailliau, reescribe la propuesta de Lee y envían a la Conferencia Europea sobre la Tecnología del Hipertexto, pero tampoco tuvieron respuesta de compradores.

Para finales de ese mismo año Berners-Lee ya había desarrollado varias herramientas para trabajar en la web, como HTTP (protocolo de transferencia de hipertexto), HTML (Lenguaje de marcado de hipertexto), el primer navegador web WWW (Word wide web).

Varios científicos fueron desarrollando aún más este sistema que gracias a Berner-Lee formaba parte de la CERN.

Al introducir el lenguaje HTML, Berners-Lee dio opción a poder introducir aspectos visuales en los sitios publicados, es así como nace el diseño web.

Software

Adobe Muse

Adobe Muse, una aplicación exclusiva del Adobe Creative Cloud que permite crear sitios y páginas web en HTML de forma rápida, sin programación y con una integración excelente con el resto de herramientas Adobe. La primera vez que abres Muse tienes la impresión que estás diseñando páginas web con InDesign, fácil e intuitivo. Crea impresionantes sitios web personalizados sin escribir (código.<http://www.adobe.com/la/products/muse.html>).

Adobe ilustrador

Es un editor de gráficos vectoriales en forma de taller de arte que trabaja sobre un tablero de dibujo, conocido como «mesa de trabajo» y está destinado a la creación artística de dibujo y pintura para ilustración (ilustración como rama del arte digital aplicado a la ilustración técnica o el diseño gráfico, entre otros). Es desarrollado y comercializado por Adobe Systems y constituye su primer programa oficial de su tipo en ser lanzado por ésta compañía definiendo en cierta manera el lenguaje gráfico contemporáneo mediante el dibujo vectorial. Adobe Illustrator contiene opciones creativas, un acceso más sencillo a las herramientas y una gran versatilidad para producir rápidamente gráficos flexibles cuyos usos se dan en (maquetación-publicación) impresión, vídeo, publicación en la Web y dispositivos móviles.

Adobe ilustrador (https://es.wikipedia.org/wiki/Adobe_Illustrator).

Adobe Photoshop

Es un editor de gráficos rasterizados desarrollado por Adobe Systems Incorporated. Usado principalmente para el retoque de fotografías y gráficos, su nombre en español significa literalmente "taller de fotos".

Es líder mundial del mercado de las aplicaciones de edición de imágenes y domina este sector de tal manera que su nombre es ampliamente empleado como sinónimo para la edición de imágenes en general.

Adobe Photoshop (https://es.wikipedia.org/wiki/Adobe_Photoshop).

Adobe Flash

Se trata de una aplicación de creación y manipulación de gráficos vectoriales con posibilidades de manejo de código mediante un lenguaje de scripting llamado ActionScript. Flash es un estudio de animación que trabaja sobre "fotogramas" y está destinado a la producción y entrega de contenido interactivo para diferentes audiencias de todo el mundo sin importar la plataforma.

Adobe Flash (https://es.wikipedia.org/wiki/Adobe_Flash_Player).

Adobe Edge Animate

Adobe Edge es un conjunto de herramientas de desarrollo web desarrollado por Adobe Systems que mejora las capacidades de sus otras aplicaciones, como Dreamweaver. La primera aplicación en la suite fue liberado en agosto de 2011 como una herramienta de autoría multimedia diseñado para suceder al flash plataforma. En septiembre de 2012, Adobe renombró la aplicación Edge Animate, y anunció Edge Reflow, Código de borde,

y Inspeccione Edge. También se incluye con la suite son Edge Web Fuentes, el PhoneGap aplicación y el acceso a Adobe Typekit servicio.

Adobe Edge Anímate (<http://tv.adobe.com/es/product/edge-animate/>).

Cámara fotográfica

Para las fotografías de ha utilizado una cámara Sony modelo No. DSC-H2, digital Camera 6.0 Megapíxeles, 12 optical zoom

Hardware

Este sitio se ha desarrollado en un equipo con las siguientes especificaciones:

Fabricante: Toshiba

Modelo: Satélite L45-B

Procesador: Intel® Core™ i5-4210U CPU @ 1,70 GHz 2,40 GHz

Memoria instalada (RAM): 6,00 GB

Tipo de sistema: Sistema operativo de 64 bits, procesador x64

Edición de Windows: Windows 8.1 Single Language

5.02 Descripción de la herramienta

Adobe Muse CC

En adobe muse se desarrolla la diagramación, diseño, enlaces de la página web tomando en cuenta márgenes, encabezados y pies de páginas, y aplicando diferentes funciones de la biblioteca de muse, como son galerías, menús e hipervínculos.

Adobe Edge anímate

Mediante este software se ha desarrollado varias animaciones en la página web, como es en la página principal y la página de galería, se han elaborado animaciones simples, para no afectar el contenido ya establecido en muse.

Adobe Flash

Con Adobe Flash se ha logrado proporcionar la animación a algunos elementos del sitio web, mediante programación en Actionscript. Con esto logramos mayor interés en el público por ver el resto del sitio.

Adobe ilustrador

Adobe ilustrador es un software impensable para el sitio ya que mediante este desarrollamos las ilustraciones vectoriales de lo que es el logotipo, el manual de logotipo, así como grafico vectoriales utilizados en algunos enlaces del sitio web

Adobe Photoshop

Se ha utilizado en la edición y corrección de fotografías, también en parte del diseño de alguno de los contenidos del sitio web.

5.03 Formulación del proceso de aplicación

Planificación

Propósito.

Esta página web se desarrolla con el único propósito de dar a conocer el mercado artesanal “La Mariscal”, en el cual se muestra la cultura y artesanía propia del Ecuador, para de esta manera convertirlo en un icono patrimonial de la ciudad de Quito.

Además de promocionar los productos nacionales y artesanales, generando turismo interno y externo del país, y a su vez promover la cultura y arte ecuatoriano por todo el mundo mediante el sitio web en el cual se expongan un sin número de piezas artísticas hechas en Ecuador y teniendo la opción a la adquisición de las mismas por este medio, otorgando funcionabilidad y factibilidad a los comerciantes del mercado Artesanal “La Mariscal”.

Usuario

El presente proyecto está dirigido para personas con las siguientes características:

Edad: Jóvenes y Adultos sin restricción de edad

Género: masculino y femenino

Ocupación: indefinido

Nivel socioeconómico: medio- alto

Herramientas

Para el desarrollo de este proyecto se utilizará:

Software

- Adobe Muse

- Adobe Flash
- Adobe Edge Animate
- Adobe Ilustrador
- Adobe Photoshop
- Hosting
- Dominio

Hardware

- Computador
- Cámara

Desarrollo.

El desarrollo de este proyecto consiste en un sitio web para el Mercado Artesanal La Mariscal, cuya propuesta se basa en la promoción de cultura y artesanía del Ecuador, es por ello que se optó por elaborar el sitio web de una forma interactiva, para de esta manera generar interés a los visitantes.

La elaboración de este sitio web se inicia con

- Recolección de información con las autoridades de esta organización
- Diagramación del sitio web en Adobe muse
- Desarrollo de la imagen corporativa del Mercado Artesanal La Mariscal
- Diseño y elaboración de interfaz de sitio web
- Implementación de contenido y material informativo del Mercado Artesanal La Mariscal
- Aplicación de animaciones del sitio mediante los programas de Adobe Flash y Edge Animate.

Debido al uso de estos dos últimos programas de diseño web, el sitio web será desarrollado bajo una programación HTML, CSS y ActionScript

Contenidos.

- **Inicio:** Es la página principal del sitio web, que contiene el logo y menú del sitio
- **Nosotros:** Esta parte podemos encontrar una reseña más detallada de lo que es el Mercado Artesanal La Mariscal por medio de la misión, visión, objetivos e historia del mercado.
- **Productos:** Se pone a disposición una gama completa de los productos que ofrece Mercado Artesanal La Mariscal tanto para información al cliente, como la posible compra de los productos. Esta página tiene un enlace directo a paypal para la adquisición de los mismos.
- **Galería:** Es la página que contiene las fotografías de los productos con el fin de captar visualmente al cliente.
- **Noticias:** En esta sección se puede encontrar noticias y eventos del Mercado Artesanal La Mariscal
- **Contactos:** Contiene la información importante de la empresa hacia el cliente, como dirección y sugerencias o recomendaciones en las que se pueden contactar a la empresa

Mapa de contenidos

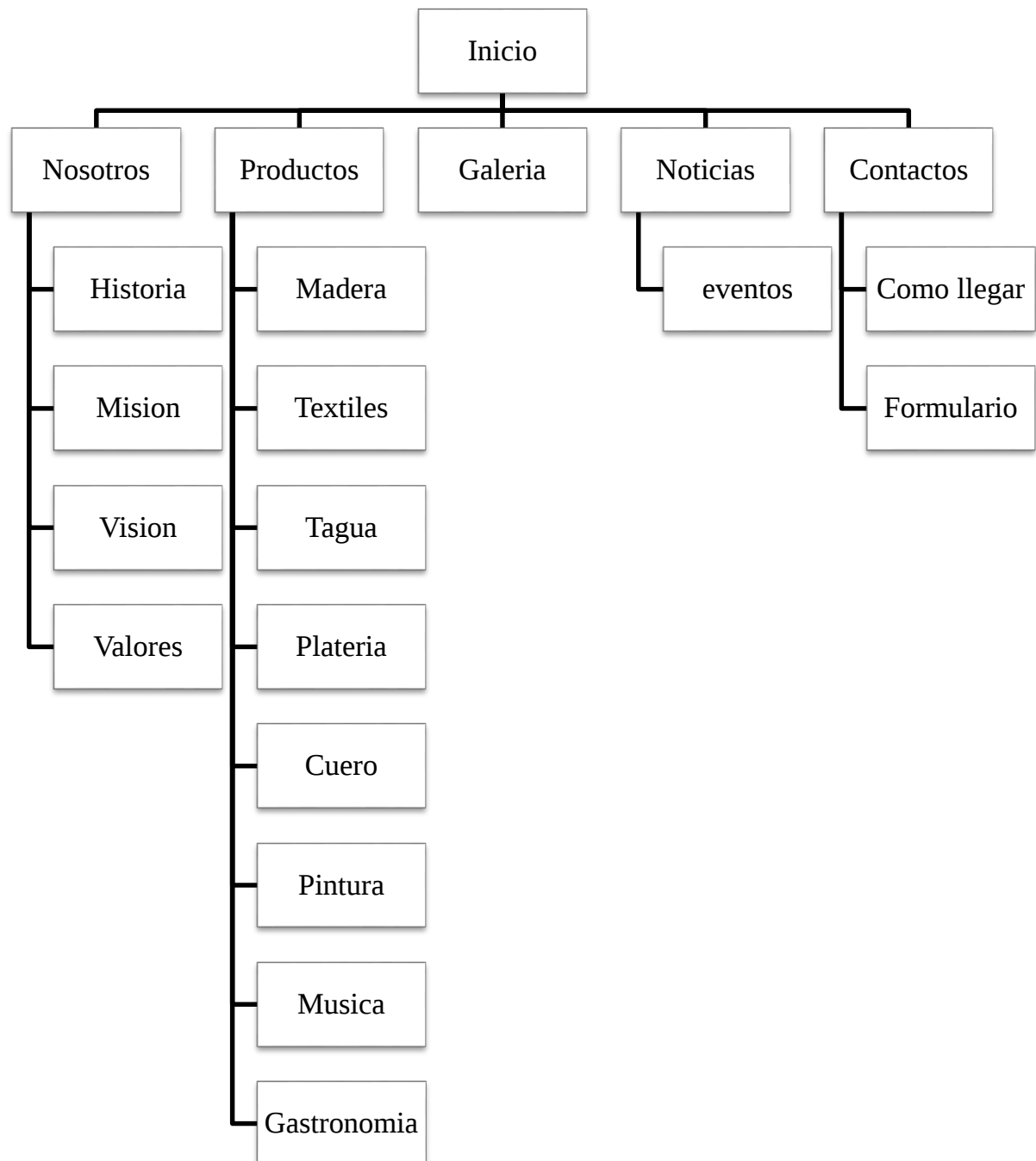


Figura 6: Mapa de contenidos

Diseño de Interfaz

Imagen Corporativa

Logotipo



Disposiciones de color

Blanco y Negro



Blanco y Negro



Balance de Grises



Balance de Grises



Colores Corporativos

CMYK	RGB	HSB
 C:2,85 M:24,95 Y:94,64 K:0	 R:234 G:197 B:47	 H:48,19 S:80,11 B:91,69
 C:0 M:100 Y:100 K:0	 R:191 G:4 B:17	 H:355,82 S:98,08 B:75,05
 C:8,39 M:85,18 Y:97,63 K:0	 R:191 G:83 B:26	 H:20,95 S:86,58 B:74,82
 C:80 M:10 Y:45 K:22	 R:79 G:137 B:129	 H:172,08 S:42,08 B:53,68
 C:0 M:0 Y:0 K:100	 R:33 G:25 B:21	 H:19,24 S:34,72 B:12,76

Tipografía

Olivier	Lithos pro
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0123456789	ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ 0123456789

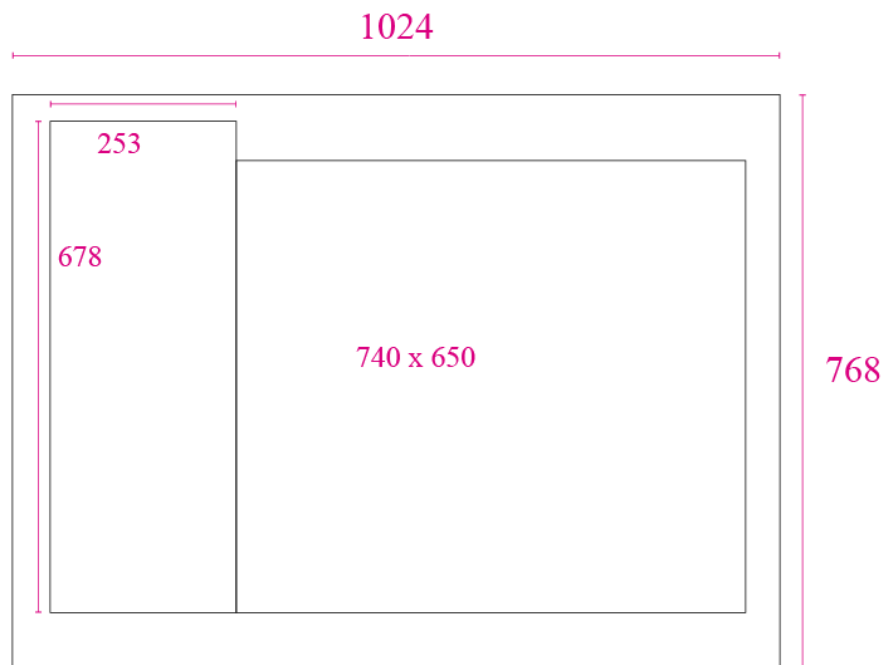
Botones

NOTICIAS

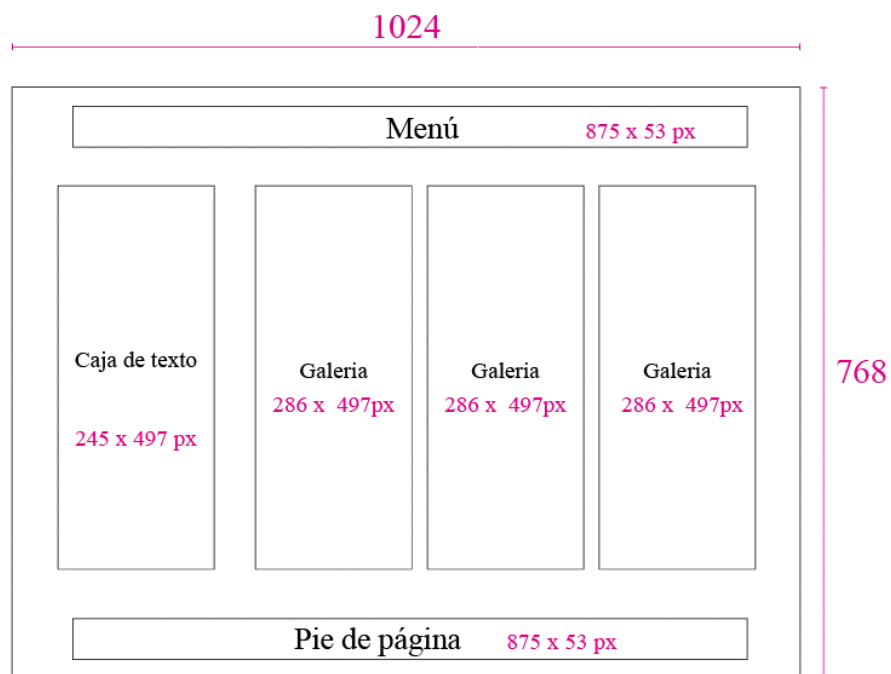


Retículas

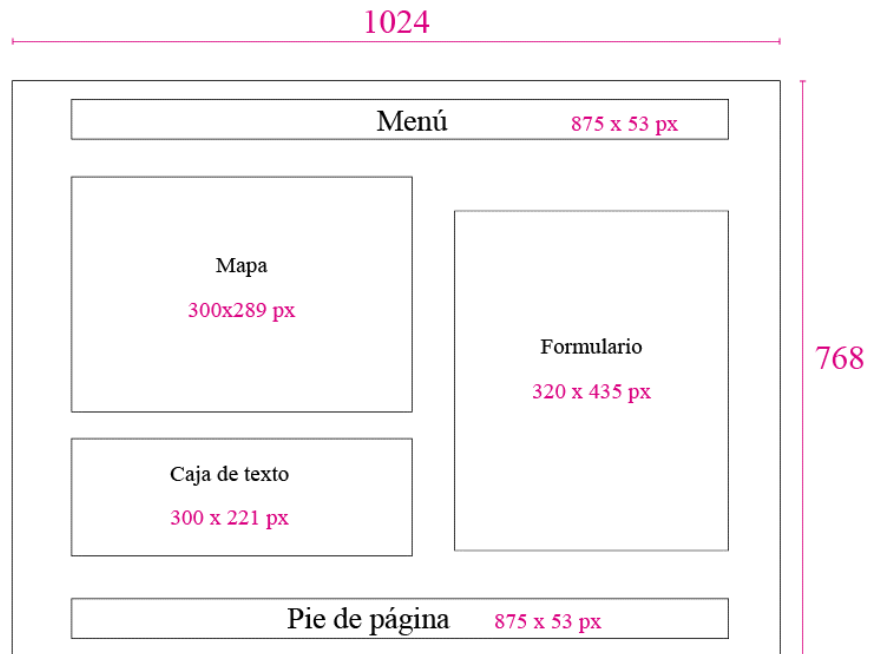
Inicio



Galería



Contactos



Producción

Página Inicio



Página nosotros

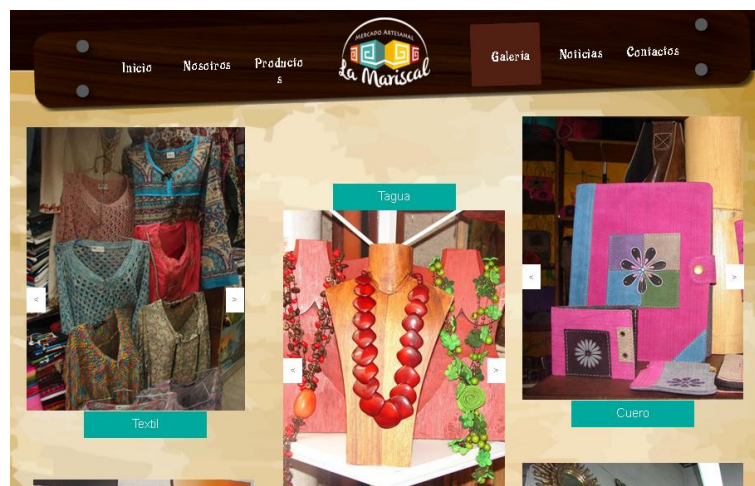


DISEÑO DE UNA PAGINA VIRTUAL DEL MERCADO ARTESANAL LA MARISCAL EN LA CIUDAD DE QUITO, PARA PROMOCIONAR LA CULTURA Y ARTESANÍAS DEL ECUADOR.

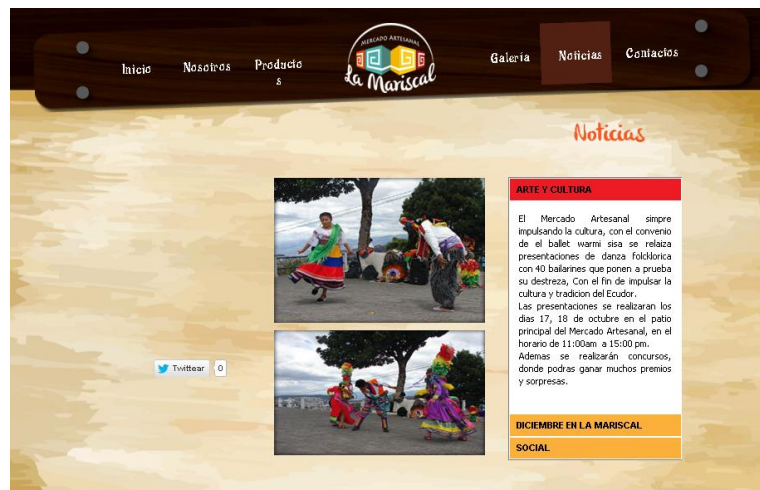
Página Productos



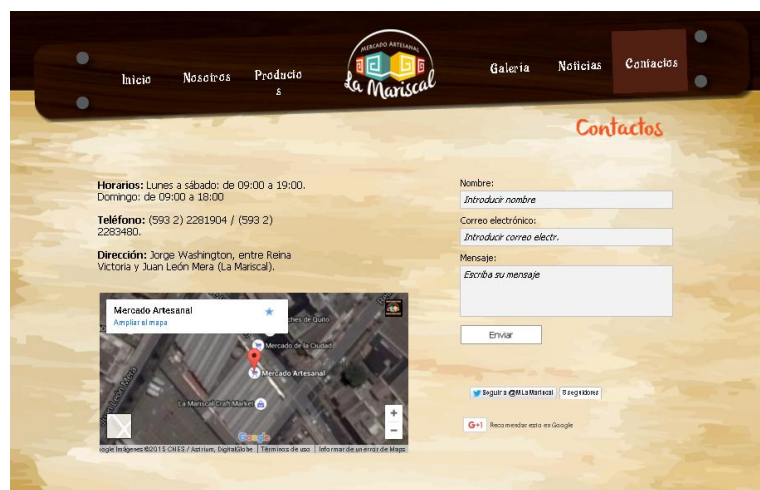
Página galería



Página noticias



Página contactos



Programación

Galería1

//fotos//

botnext.addEventListener(MouseEvent.CLICK, ira1);

function ira1(event:MouseEvent):void

{ nextFrame();

}

botprev.addEventListener(MouseEvent.CLICK, ira2);

function ira2 (event:MouseEvent):void

{ prevFrame();

}

//botones scroll//

botder.addEventListener(MouseEvent.MOUSE_DOWN,delante)

function delante (e:MouseEvent){

 derecha=true

}

botizq.addEventListener(MouseEvent.MOUSE_DOWN,atras)

function atras (e:MouseEvent){

 izquierda=true

Navegación –Interactividad

El sitio web funciona correctamente, la interactividad de página a página es la adecuada y la planteada en la diagramación, las pagina de compra de los productos redirecciona a la página de PayPal para que el usuario pueda interactuar con El Mercado Artesanal La Mariscal, realizando facilidades de compra, adquisición, y pago de los mismos

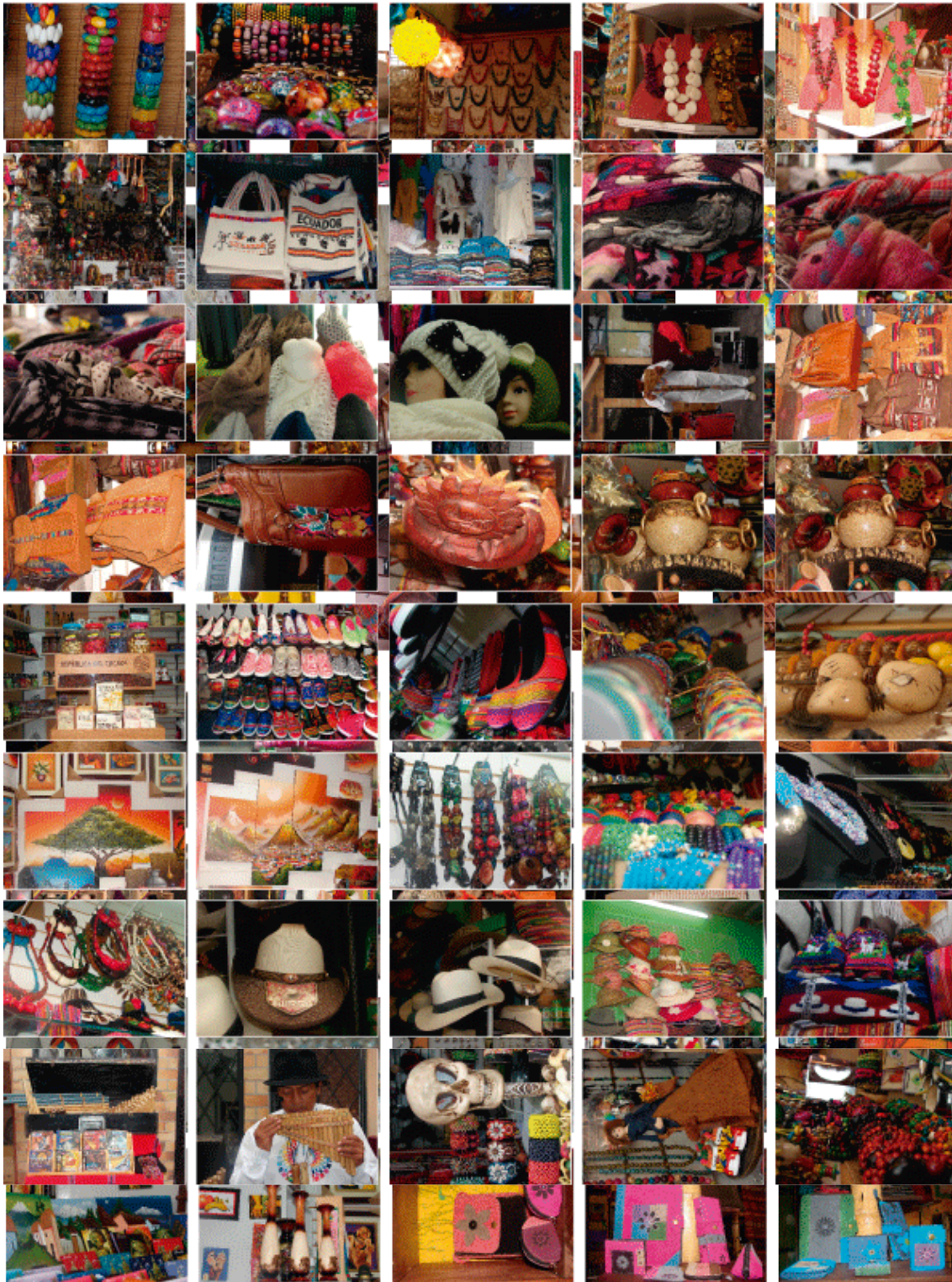
El formulario nos envía la información que se solicita en la página para ponernos en contactos con el cliente

Servicios

Los servicios que ofrece el sitio web son enlaces externos a:

- † Facebook
- † Twitter
- † Google+
- † Pay pal

Imágenes



DISEÑO DE UNA PAGINA VIRTUAL DEL MERCADO ARTESANAL LA MARISCAL EN LA CIUDAD DE QUITO, PARA PROMOCIONAR LA CULTURA Y ARTESANÍAS DEL ECUADOR.

Marketing y Difusión

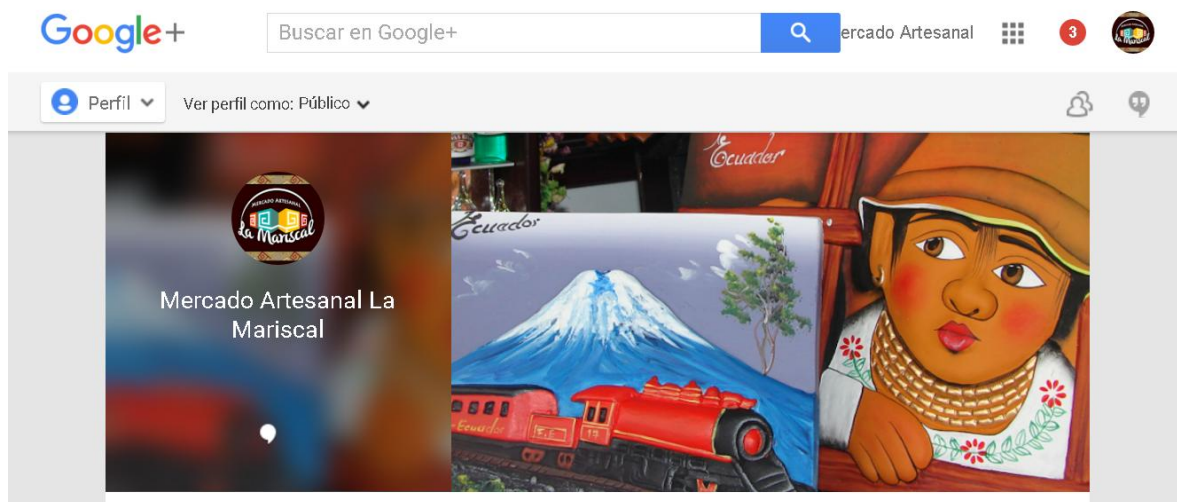
Portadas Facebook y Twitter



DISEÑO DE UNA PAGINA VIRTUAL DEL MERCADO ARTESANAL LA MARISCAL EN LA CIUDAD DE QUITO, PARA PROMOCIONAR LA CULTURA Y ARTESANÍAS DEL ECUADOR.



Portada google+



DISEÑO DE UNA PAGINA VIRTUAL DEL MERCADO ARTESANAL LA MARISCAL EN LA CIUDAD DE QUITO, PARA PROMOCIONAR LA CULTURA Y ARTESANÍAS DEL ECUADOR.

Capítulo VI

Aspectos Administrativos

6.01 Recursos

Técnicos y Tecnológicos

Hardware

- Computador personal Toshiba Satélite L45-B
- Cámara fotográfica Sony modelo No. DSC-H2 6.0 Megapíxeles

Software

- Adobe Ilustrador
- Adobe Photoshop
- Adobe Flash
- Adobe Edge Animate
- Adobe Muse
- Hosting

Humanos

Investigador: Jessica López

Económico

Investigador: Jessica López

6.02 Presupuesto

Gastos Operativos

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total	Financiamiento
Transporte Mercado Artesanal	10	0,50	5,00	Investigador
Transporte varios (Biblioteca, Itsco)	8	0,50	4,00	Investigador
Alimentacion	2	2,50	5,00	Investigador
Impresiones	120	0,10	12	Investigador
Servicios Basicos	4	10	40	Investigador
TOTAL			66,00	

Tabla 9: Gastos Operativo

Aplicación del Proyecto

Cantidad	Detalle	Valor Unitario	Valor Total
1	Gastos Operativos	66,00	66,00
1	Diseño de sitio web	600,00	600,00
1	Hosting	150,00	150,00
1	Dominio	50,00	50,00
1	Impresiones	80,00	80,00
TOTAL			946,00

Tabla 10: Aplicación del proyecto

6.03 Cronograma

Actividades	2015																											
	Abril				Mayo				Junio				Julio				Agosto				Septiembre				Octubre			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Planteamiento y aprobación del proyecto	x																											
Investigación bibliográfica del proyecto		x																										
Capítulo 1 antecedentes			x																									
Capítulo 2 análisis de involucrados				x																								
Capítulo 3 árbol de problemas y objetivos					x	x	x	x																				
Capítulo 4 análisis de alternativas									x	x	x	x		x														
Capítulo 5 propuesta																	x											
Capítulo 6 aspectos administrativos																		x				x						
Capítulo 7 conclusiones y recomendaciones																						x						
Evaluación y corrección del proyecto																									x			
Presentación del proyecto de grado																										x		
Sustentación del proyecto de grado																												

Tabla 11: Cronograma

Capítulo VII

Conclusiones y Recomendaciones

7.05 Conclusiones

- Las Autoridades y Comerciantes del Mercado Artesanal La Mariscal colaboraron con la información necesaria para la realización del sitio web.
- Mediante el la página web, los turistas podrán conocer el mercado artesanal La Mariscal que a su vez queda marcado como uno de los principales lugares donde se identifica a la cultura del Ecuador
- La página web del Mercado Artesanal La Mariscal facilitará a los comerciantes a interactuar con los compradores del exterior y poder ofrecer sus productos, teniendo como intermediario a la empresa Servientrega u otra para el envío de los mismos, siendo la forma de pago mediante PayPal.
- El mercado artesanal será la primera opción de los turistas para la compra de artesanías o souvenirs.
- El mercado Artesanal La Mariscal será conocido por redes sociales.
- El sitio web será atractivo para los usuarios del mismo.

7.06 Recomendaciones

- Debido al tipo de información del sitio web, se debe mantener constante mantenimiento del mismo, debido a la sección de noticias del Mercado Artesanal La Mariscal.
- Se debe mantener activas las redes sociales, ya que gracias a eso se posiciona de mejor manera la página y por ende el Mercado Artesanal La Mariscal
- Se recomienda capacitar a un cierto número de personas para el manejo del sitio web, para de esta manera se pueda actualizar diariamente la página web.

7.07 Referencias Bibliográficas y Net graficas

Bibliografía

Thüer, S. L. (2002). *Diseño Web* . Universidad Nacional de Río Cuarto.

Autores varios. (2012). *Estudio de los sistemas de gestión de contenidos web (2012)* .

Junta de Comunidades de Castilla la Mancha.

Normand, C. C. (2013). *Tecnología, diversidad y accesibilidad* . UOC.

García, A. O. (2007). *Proyecto web* . UOC.

Palau, T. M. (2011). *Diseño de Interfaces Multimedia* . UOC.

Autores varios. (2010). *Diseño de Páginas Web Accesibles* . Consejería de Murcia.

Jose mariano gonzalez romano; juan manuel cordero valle , s.a. España, (2004)

Patrick J. & Horton, Sarah. (2004), *Manual de Estilo Web – Principios de diseño básico para la creación de sitios web*. Barcelona: Gustavo Gili.

Zeldman, Jeffrey. (2004), *Diseño con estándares web*. Anaya Multimedia.

Scott, Bill & Neil, Theresa. (2009). *Diseño Web Interfaces – Principles and Patterns for Rich Interactions*. O'Reilly.

Net grafía

Edge Animate CC. Crea contenido web animado e interactivo:

<http://www.adobe.com/es/products/edge->

Página web, página electrónica o ciberpágina:

https://es.wikipedia.org/wiki/P%C3%A1gina_web

Mercado Artesanal de la Mariscal:

<http://www.quito.com.ec/que-hacer/compras/mercado-artesanal-de-la-mariscal>

Dominio Derecho y política:

<https://es.wikipedia.org/wiki/Dominio>

Anexos

ENCUESTA PARA PROYECTO MERCADO ARTESANAL LA MARISCAL

Edad: _____

Sexo: _____

País EE UU Colombia México Perú Otro _____
:

A continuación encontrará una serie de preguntas destinadas a conocer su opinión sobre diversos aspectos del Proyecto en beneficio del Mercado Artesanal La Mariscal. Mediante esto queremos conocer lo que piensa la gente como usted sobre esta temática.

Por favor subraye las respuestas que usted crea conveniente. Sus respuestas son confidenciales.

¿Conoce usted El Mercado Artesanal La Mariscal?

Sí

No

¿Con que regularidad acude al Mercado Artesanal La Mariscal?

Diario

Semanal

Mensual

Anual

Rara vez

¿Por qué medio se informó del Mercado Artesanal La Mariscal?

Revistas

Internet

Hotel

otro _____

El tipo de información que le proporcione dicho medio, ¿le pareció suficiente?

Sí

No

¿Ha buscado información del Mercado Artesanal La Mariscal en internet?

Sí

No

¿Qué dispositivo tecnológico usa regularmente para acceder a internet?

Computadora

Teléfono inteligente

Tablet

otro _____

¿Cómo le parece la imagen que tiene el Mercado Artesanal La Mariscal?

Excelente

Buena

Regular

Mala

Porqué _____

¿Le gustaría cambiar algo de la imagen del Mercado Artesanal La Mariscal?

Sí

No

Explique _____

¿Le gustaría tener más información del Mercado Artesanal La Mariscal?

Sí

No

¿Cómo define al Mercado Artesanal La Mariscal?

Lugar para comprar recuerdos

Lugar que destaca la riqueza ecuatoriana

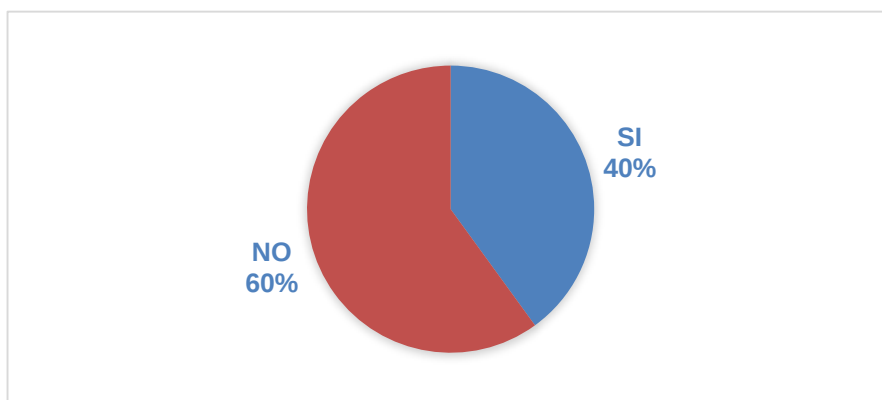
Lugar que ofrece artículos ecológicos y reciclables

Lugar turístico

Tabulaciones

1.- ¿Conoce usted El Mercado Artesanal La Mariscal?

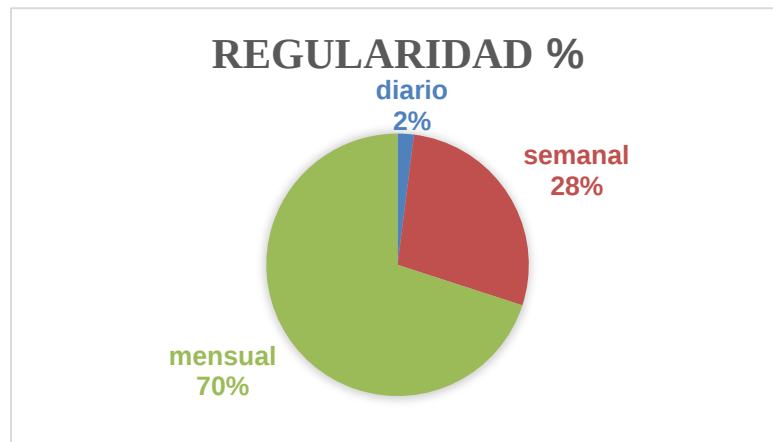
Ítem	Frecuencia	Porcentaje	Persona
Si	326	60%	150
No	58	40%	100
Total	384	100%	



Análisis: De acuerdo a las encuestas la mayoría de personas conoce el mercado artesanal la mariscal.

2.- ¿Con que regularidad acude al Mercado Artesanal La Mariscal?

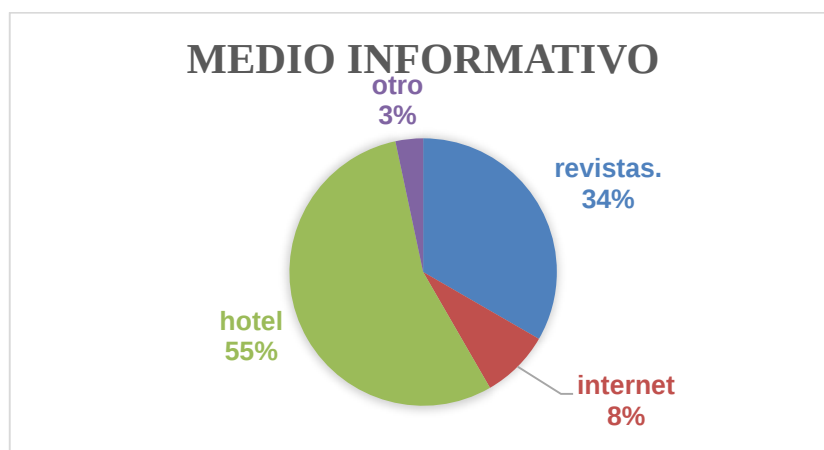
Ítem	Frecuencia	Porcentaje	Persona
diario	326	2%	5
semanal	58	28%	70
mensual	384	70%	175



Análisis: Según las encuestas, el 65 % de los clientes va con regularidad al mercado artesanal la mariscal

3.- ¿Por qué medio se informó del Mercado Artesanal La Mariscal?

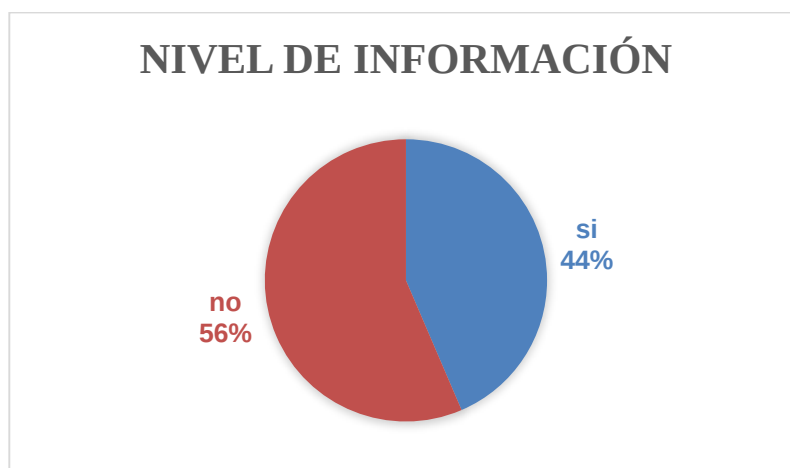
Ítem	Frecuencia	Porcentaje	Persona
internet	326	8%	20
revista	58	34%	85
Hotel	384	55%	137
Otro	20	3%	8



Análisis: La mayoría de las personas se informan por el internet, del mercado artesanal la mariscal

4.- El tipo de información que le proporciono dicho medio, ¿le pareció suficiente?

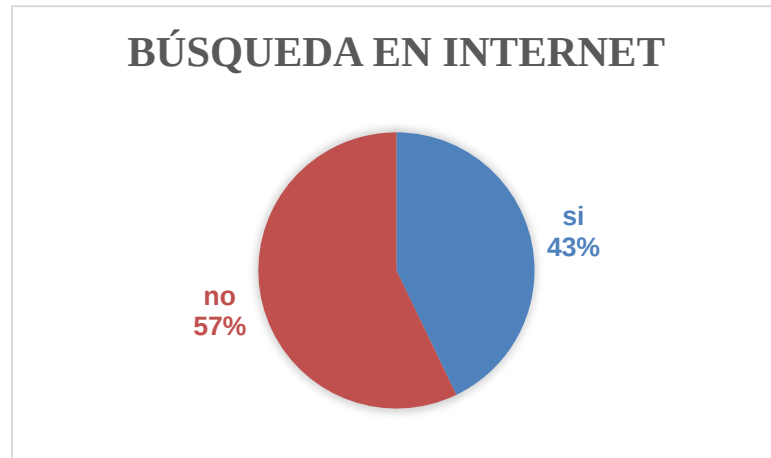
Ítem	Frecuencia	Porcentaje	Persona
Si	326	44%	110
No	58	56%	140



Análisis: La información publicada en la página web es la correcta aunque no suficiente

5.- ¿Ha buscado información del Mercado Artesanal La Mariscal en internet?

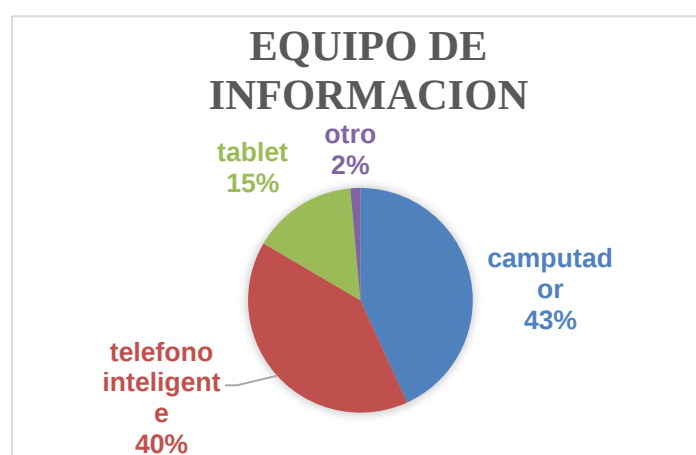
Ítem	Frecuencia	Porcentaje	Persona
Si	326	43%	108
No	58	57%	142



Análisis: La mayoría de las personas busca información en el internet acerca del mercado artesanal la mariscal

6.- ¿Qué dispositivo tecnológico usa regularmente para acceder a internet?

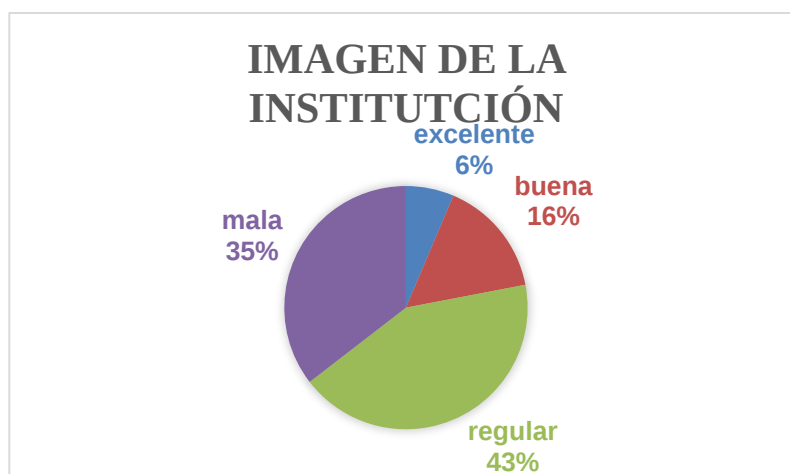
Ítem	Frecuencia	Porcentaje	Persona
computadores	326	43%	5
Teléfono inteligente	58	40%	38
Tablet	23	15%	100
Otro	15	2%	107



Análisis: La personas usan más el teléfono inteligente para poder ingresar al internet y obtener información

7.- ¿Cómo le parece la imagen que tiene el Mercado Artesanal La Mariscal?

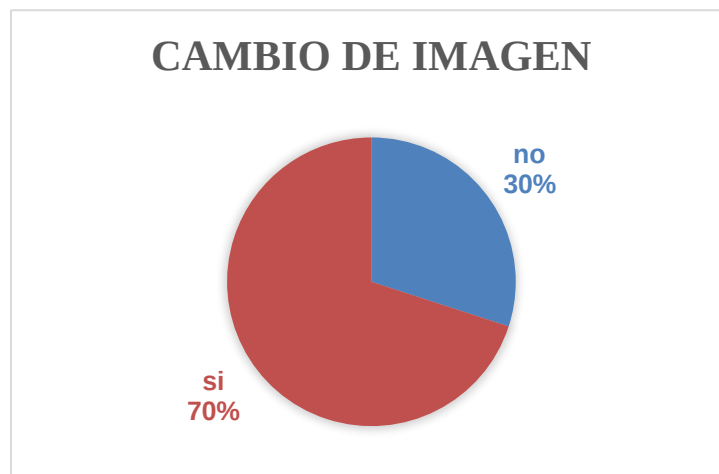
Ítem	Frecuencia	Porcentaje	Persona
excelente	124	6%	15
buena	67	16%	40
regular	21	43%	107
mala	8	35%	88



Análisis: Los usuarios creen que la imagen del mercado es regular

8.- ¿Le gustaría cambiar algo de la imagen del Mercado Artesanal La Mariscal?

Ítem	Frecuencia	Porcentaje	Persona
Si	326	70%	175
No	58	30%	75



Análisis: La mayoría de las personas cree que el cambio de imagen es necesario para el mercado artesanal

9.- ¿Le gustaría tener más información del Mercado Artesanal La Mariscal?

Ítem	Frecuencia	Porcentaje	Persona
Si	326	88%	220
No	58	12%	30



Análisis: a las personas les gustaría recibir y tener más información del Mercado Artesanal La Mariscal.

