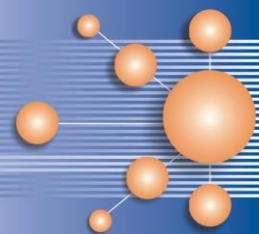
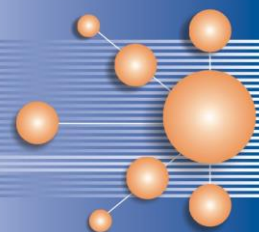


CONTENIDO

1.TEMÁTICA	1
1.1 Alcaldía mayor, estructuración servicios Cade	1
1.2 Plan de desarrollo gestión pública admirable	2
1.3 Sistema de servicios Alcaldía Mayor	5
1.4 La cultura ciudadana	6
1.5 Sistema Cade	8
1.6 El Cade y los canales de interacción ciudadana	10
1.7 Infraestructura urbana y Cade	13
1.8 El Cade en cifras	14
1.9 Datos estadísticos sobre servicio Cade	15
2.MARCO TEÓRICO	16
2.1 Problemática	16
2.2 Kiosco multimedia	18
2.3 Planteamiento: posicionamiento de la calidad del servicio en la empresa pública	20
2.4 Los objetos en la calidad del servicio Público	22
2.5 Posicionamiento de la calidad de la red de servicios públicos a través de mensajes objetuales	23
2.6 Aportes del proyecto a la empresa, al diseño y a la cultura	25
3.MARCO CONCEPTUAL	28
3.1 El servicio	28
3.2 El servicio público	29
3.3 Calidad del servicio	31
3.4 Estrategias de la calidad del servicio	32
3.5 El ciudadano	34
3.6 La cultura de consumo	36
3.7 Proceso de servicio actual en el Kiosco multimedia	37
3.8 Análisis del posicionamiento actual de la calidad del servicio en los Kioscos Multimedia a través de los objetos	38
3.9 Análisis del posicionamiento ideal de la calidad del servicio en las estaciones multimedia a través de los objetos.	39



4. CONCEPTOS DE DISEÑO	40
4.1 Axiomas	40
4.2 La RED	42
4.3 Tabla de conceptos de diseño y principios formales	44
4.4 Descripción general sistema estación multimedia	49
5. DESARROLLO MORFOLÓGICO	52
5.1 Esquemas bidimensionales (planta general)	52
5.1.1 Distribución general del sistema	53
5.2 Desarrollo punto de información pregnante	55
5.3 Desarrollo formal punto de trabajo	56
5.3.1 Desarrollo formal de soporte punto de trabajo	59
5.4 Definición de arquetipo	60
5.5 Estructuración formal de la lectura y operatividad	62
6. ESPECIFICACIÓN COMUNICATIVA	64
6.1 Principios semánticos	64
6.2 Principios sintácticos	65
6.3 Principios estéticos	66
7. CRITERIOS ERGONÓMICOS Y ESCALARES	68
7.1 Dimensiones generales	68
7.2 Relación antropométrica	70
7.3 Relaciones Ergonómicas	71
7.4 Escala y proporción	72
7.5 Comprobación de figura humana	75
7.6 Relaciones hombre-objeto-uso (secuencia operativa)	76
7.7 Relaciones hombre-espacio-objeto	77
8. CONCRECIÓN DEL PRODUCTO	78
8.1 Planos técnicos generales	78
8.2 Organización de componentes (despiece)	82
8.3 Vistas y Render contextual	83



9. FACTORES DE PRODUCCIÓN	84
9.1 Esquema de producción	84
9.2 Aplicación en distribución de planta	85
9.3 Paquete tecnológico	86
9.4 Cuadro de planificación para línea de producción	95
9.5 Diagrama de procesos y movimientos	102
9.5 Planos de producción	108
9.6 Planos de estructuración y armado	108
10. GESTIÓN DE MERCADEO	116
10.1 Tabla de costos	116
10.2 Cuadro de proveedores	119
10.3 Plan de mercadeo	122
10.4 Estrategia del plan de mercadeo	127
10.5 Imagen comercial	129
11. FACTORES AMBIENTALES	130
11.1 Ciclo de vida del producto	130
11.2 Análisis de viabilidad	135
12. CONCEPTOS BÁSICOS (GLOSARIO)	140
13. CONCLUSIONES	146
BIBLIOGRAFÍA	147