

FACULTAD DE DISEÑO, ARQUITECTURA Y ARTE ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO

TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE DISEÑADOR GRÁFICO

PLATAFORMA DIGITAL DE SERVICIO PARA PROFESIONALES DEL DISEÑO GRÁFICO

DIRECTOR: DIS. FABIÁN CORDERO



FACULTAD DE DISEÑO, ARQUITECTURA Y ARTE ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO

TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE **DISEÑADOR GRÁFICO**

PLATAFORMA DIGITAL DE SERVICIO PARA PROFESIONALES DEL DISEÑO GRÁFICO

Autor: Santiago Rojas

Director: Dis. Fabián Cordero

Cuenca - Ecuador 2019



AUTOR

Santiago Rojas

DIRECTOR

Dis. Fabián Cordero

DISEÑO E IMÁGENES

Todas las imágenes y gráficos son realizadas por el autor, excepto las que llevan su respectiva cita.

DIAGRAMACIÓN

Autor

CUENCA, ECUADOR

2019

1.0 CONTEXTUALIZACIÓN



- El freelance y las plataformas virtuales
- · Mercado global: trabajando en la nube
- Diseño local: freelance en Cuenca, Ecuador
- Plataformas freelance
- · Diseño centrado en el usuario
- · Interfaz multimedia
- · Ergonomía digital
- · Investigación de campo
- Homólogos

2.0 PROGRAMACIÓN



- Target
- Persona design
- Partidos de diseño
- Plan de negocios

3.0 IDEACIÓN



- Generación de ideas
- Ideas finales

PROTOTIPO FINAL



- Sistema gráfico
- Aplicación móvil
- Validación

PLATAFORMA DIGITAL DE SERVICIO PARA PROFESIONALES DEL DISEÑO GRÁFICO

ÍNDICE DE CONTENIDOS

DEDICATORIA	10
AGRADECIMIENTO	11
RESUMEN	12
ABSTRACT	13
OBJETIVOS	14
INTRODUCCIÓN	15
CAPÍTULO 1: CONTEXTUALIZACIÓN	16
1.1. EL FREELANCE Y LAS PLATAFORMAS VIRTUALES	19
1.1.1. ¿QUÉ ES EL FREELANCE?	19
1.2. MERCADO GLOBAL: TRABAJANDO EN LA NUBE	23
1.3. DISEÑO LOCAL: FREELANCE EN CUENCA-ECUADOR	25
1.4. PLATAFORMAS DIGITALES	27
1.4.1. BENEFICIOS Y CARACTERÍSTICAS DE LAS PLATAFORMAS DIGITALES	28
1.5. PLATAFORMAS FREELANCE	29
1.5.1. BENEFICIOS DE LAS PLATAFORMAS FREELANCE	30
1.6. APP MÓVIL	31
1.6.1. TIPOS DE APPS	31
1.6.2. CRITERIOS PARA USAR UNA APP	31
1.7. DISEÑO CENTRADO EN EL USUARIO (DCU)	33
1.7.1. EL ROL DEL DISEÑADOR	34
1.7.2. EL DCU APLICADO EN UNA PLATAFORMA WEB DE SERVICIOS FREELANCE	34
1.8. INTERFAZ MULTIMEDIA	35
1.8.1. TIPOS DE INTERFAZ DE USUARIO	36
1.9. ERGONOMÍA DIGITAL	39
1.10. INVESTIGACIÓN DE CAMPO	41
1.11. HOMÓLOGOS	53

CAPÍTULO 2: PROGRAMACIÓN	58
2.1. TARGET	61
2.1.1. SEGMENTACIÓN DE MERCADO	61
2.2. PERSONA DESIGN	63
2.3. PARTIDOS DE DISEÑO	69
2.3.1. FORMA	69
2.3.2. FUNCIÓN	71
2.3.3. TECNOLOGÍA	71
2.4. PLAN DE NEGOCIOS	73
CAPÍTULO 3: IDEACIÓN	76
3.1. GENERACIÓN DE IDEAS	79
3.2. IDEAS FINALES	83
3.2.1. DELIVERY DESIGN	84
3.2.2. AGENCIA FREELANCE	86
3.2.3. CREATIVE HIVE	88
CAPÍTULO 4: PROTOTIPO FINAL	90
4.1. ISOLOGO	93
4.2. APLICACIÓN	99
4.3. WEB	151
4.4. VALIDACIÓN	153
CONCLUSIONES FINALES	156
RECOMENDACIONES	157

ÍNDICE DE IMÁGENES

IMAGEN 01. El freenlance	18
IMAGEN 02. ¿Qué es el freenlance?	19
IMAGEN 03. Tipos de freelance	20
IMAGEN 04. Idem	20
IMAGEN 05. Mercado global	22
IMAGEN 06. Trabajando en la nube	23
IMAGEN 07. Diseño local	24
IMAGEN 08. Freelance en Cuenca-Ecuador	25
IMAGEN 09. Plataformas digitales	26
IMAGEN 10. Beneficios de las plataformas digitales	28
IMAGEN 11. Idem	28
IMAGEN 12. Plataformas freelance	29
IMAGEN 13. App móvil	30
IMAGEN 14. Idem	31
IMAGEN 15. Diseño centrado en el usuario	32
IMAGEN 16. Interfaz multimedia	34
IMAGEN 17. Idem	35
IMAGEN 18. Tipos de interfaz de usuario	36
IMAGEN 19. Idem	37
IMAGEN 20. Ergonomía digital	38
IMAGEN 21. Investigación de campo	40
IMAGEN 22. Idem	41
IMAGEN 23. Trabajo de Christian Lasso Rocha	43
IMAGEN 24. Trabajo de Juan Pineda	45
IMAGEN 25. Trabajo de Jairo Apolo	47
IMAGEN 26. Homólogos	52
IMAGEN 27. Upwork	53
IMAGEN 28. Idem	54

MAGEN 29. Design crowd	55
MAGEN 30. Idem	55
MAGEN 31. 99 Designs	56
MAGEN 32. Idem	56
MAGEN 33. Conclusiones	57
MAGEN 34. Target	60
MAGEN 35. Segmentación de mercado	61
MAGEN 36. Persona design	62
MAGEN 37. Idem	63
MAGEN 38. Partidos de diseño	68
MAGEN 39. Forma	70
MAGEN 40. Función	71
MAGEN 41. Tecnología	71
MAGEN 42. Plan de negocios	72
MAGEN 43. Generación de ideas	7 8
MAGEN 44. Ideas finales	82
MAGEN 45. Idem	83

DEDICATORIA

Dedico este proyecto a mis padres que, sin importar las tantas caídas, me han apoyando en todo lo que les ha sido posible. A los amigos que me han alentado siempre a ser mejor y que me han enseñado los tesoros ajenos a las aulas de clase. A los contados profesores comprometidos con el saber, por la valentía de luchar día a día por un mundo mejor, sin perderse en el conformismo y egoísmo del absurdo horizonte que persigue la educación superior hoy en día.



AGRADECIMIENTO

A mis padres: Rosendo y Olga

A mis hermanos: Nicolás, Isabel, Ismael y Rosendo

A mis profesores: Paúl, Yusef y Juan

A mi tutor: Fabián

A mis amigos: María Elisa, Cisne, Nicolás, Caridad, Israel

Muchas gracias por su apoyo y por todo lo que hemos caminado juntos.



RESUMEN

En la actualidad, el trabajo por encargo (freelance) se afianza como opción de vida. Sin embargo, economías como la ecuatoriana, someten a este tipo de labor a una informalidad peligrosa, tanto para el diseñador como para quien requiere sus servicios. Dentro de dicho marco, este proyecto propuso crear una plataforma digital para que profesionales del diseño gráfico pudieran ofertar su trabajo y los clientes potenciales accedieran al mismo de manera inmediata, eficaz y legal. Para su concreción, se aplicaron criterios técnico teóricos del diseño multimedia, la comunicación y la ergonomía digital, dando como resultado una aplicación móvil que pretende dinamizar y regularizar el mercado freelance.



ABSTRACT

At present, work under contract (freelance) is established as a life option. However, economies such as the Ecuadorian, subject this type of work to a dangerous informality for both the designer and those who require this service. Within this framework, this project aimed at creating a digital platform for graphic design professionals to offer their work and potential clients to access it immediately, efficiently and legally. For its development, theoretical technical criteria of multimedia design, communication and digital ergonomics were applied. As result of this investigation, a mobile application that aims to boost and regularize the freelance market was obtained.

Key words: moonlighter, GIG, crowdsourcing, crowfunding, multimedia, marketing, publicty, freelance, virtual, device







OBJETIVO GENERAL

Aportar al estudio del estado actual del freelance en el mercado laboral del diseño gráfico.

OBJETIVO ESPECÍFICO

Diseñar el prototipo visual de una plataforma interactiva con la oferta del servicio "freelance" para el diseño gráfico.



Gone are the days of the traditional 9-to-5. We're entering a new era of work — project-based, independent, exciting, potentially risky, and rich with opportunities.

- Freelancing in America. 2015

INTRODUCCIÓN

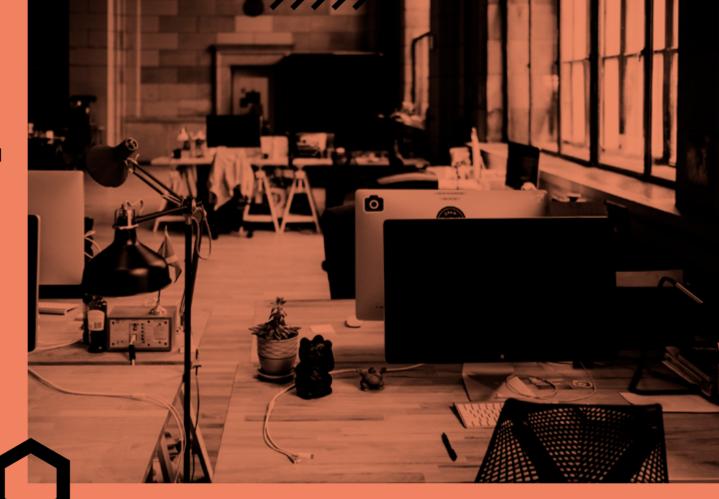
En el discurso académico occidental, el debate acerca de las problemáticas inherentes a la llamada revolución informática, se ha convertido en un tópico capital y cotidiano. Son muy evidentes los cambios que han devenido de este hecho histórico, que prácticamente no existe un espacio (en la sociedad) que no se haya visto transformado por los mismos. Dentro de estos transformaciones, una de los más relevantes, es el cambio de paradigma en la división mundial del trabajo. La revolución industrial planteó un modelo que se ha mantenido, en esencia, hasta nuestros días, sin embargo, tiene sus días contados. En el presente podemos observar una nueva distribución de las cadenas de producción, orientándose hacia un modelo aparentemente descentralizador, en el cual las barreras geográficas han dejado de ser un impedimento para cualquier tipo de producción material o intelectual.

El modelo tradicional de trabajo a tiempo completo ha dejado de ser la principal opción de vida para la sociedad occidental, siendo reemplazado por un modelo basado en trabajos a encargo, proyectos de tiempo definido, mini jobs, etc. A pesar de que en el contexto académico y empresarial se han adoptado ya estrategias para afrontar estos cambios, para ambos ha sido un fenómeno realmente difícil de cuantificar. Existen organizaciones tratando de regular y encontrar certidumbre mediante la cuantificación de datos, sin embargo, queda un arduo trabajo por hacer y es de suma importancia que los individuos que conforman esta sociedad comiencen ser partícipes activos de este nuevo paradigma económico-social.

En el contexto laboral local (Cuenca-Ecuador) no existen estudios ni estrategias para hacerle frente a la llegada inevitable de este nuevo paradigma. Por lo tanto, se ha propuesto crear el prototipo de una plataforma digital que sirva como medida de contingencia. Utilizando teorías del diseño como el DCU (Diseño Centrado en el Usuario), el diseño de interfaces digitales, la ergonomía digital y literatura relativa al diseño de aplicaciones móviles, se creó el prototipo de una plataforma que sirva para satisfacer la oferta y demanda laboral de este nuevo mercado.

INTRODUCCIÓN

CONTEXTUALIZACIÓN



- MERCADO GLOBAL **DISEÑO LOCAL**
- PLATAFORMAS FREELANCE DISEÑO CENTRADO EN EL USUARIO

- INVESTIGACIÓN DE CAMPO
- HOMÓLOGOS
- CONCLUSIONES

El desarrollo de este proyecto de graduación se sustenta en tres aproximaciones técnico conceptuales, que son los fundamentos para el desarrollo de un plataforma digital que esté en capacidad de satisfacer la oferta y demanda de las labores para las cuales está capacitado un diseñador gráfico, pensando en las demandas del paradigma laboral contemporáneo.

El primero, un compendio de aproximaciones teóricas al fenómeno freelance y la llamada economía GIG. El cual nos pone en contexto y acerca a experiencias más desarrolladas en otros lugares del mundo; también, permite realizar un estudio sobre las herramientas que se usan para regularizar y formalizar el incipiente mercado en dichos lugares.

El segundo, comprende aproximaciones técnicas y teóricas al DCU (diseño centrado en el usuario), diseño de plataformas web y diseño interactivo. Este apartado le corresponde al diseño, y nos basamos en estos conocimientos para llevar a cabo el despliegue creativo y técnico de la plataforma.

El tercero, una aproximación a las teorías de la ergonomía digital, sin esta, se corre el riesgo de desarrollar una plataforma que si bien, está resuelta gráficamente de manera correcta, no se corresponde con las capacidades y necesidades cognitivas del usuario, resultando en un diseño no funcional y alejándonos de nuestro objetivo principal: ser una plataforma de uso masivo que cumpla las demandas de los usuarios de manera eficaz.



1.1. EL FREELANCE Y LAS PLATAFORMAS VIRTUALES

Dado que la mira central de este análisis estará puesta en la incorporación de plataformas virtuales en el mercado laboral global y en una nueva división del trabajo (fenómeno freelance), será necesario plantear algunos ejes conceptuales que nos servirán para legitimar, y justificar, la necesidad de la creación de una plataforma de servicios freelance para los profesionales del diseño gráfico en Cuenca-Ecuador. Para empezar, entenderemos el concepto de freelance y veremos cuál es su relación con el mercado global; nos referiremos de manera muy sucinta a la, cada día más sonada, economía freelance y, por último, haremos un análisis del mercado laboral del diseño gráfico en la región y acerca del concepto que tienen los profesionales en cuanto al freelance.



lmagen 02.

1.1.1. ¿QUÉ ES EL FREELANCE?

El freelance es definido de manera general por la RAE como: "dicho de la persona que trabaja independientemente en cualquier actividad"; y de manera ampliada, por Freelancers Union, como: "las personas que han realizado trabajos complementarios, temporales o basados en proyectos o contratos en los últimos 12 meses". La definición de "freelancer" ha sido difícil de concretar para muchos investigadores. Actualmente, hay muchas permutaciones del término, sin embargo, vamos a utilizar la taxonomía propuesta por Freelancers Union, la cual la desglosa en 5 tipos (Freelancers Union, 2017).

CONTRATISTAS INDEPENDIENTES

Estos freelancers "tradicionales" no tienen un empleador y en su lugar realizan trabajo independiente, temporal o complementario en una base de proyecto a proyecto.

MOONLIGHTERS

Profesionales con un trabajo principal y tradicional que también realizan trabajos nocturnos de manera independiente. Por ejemplo, un desarrollador web corporativo empleado que también realiza proyectos para organizaciones sin fines de lucro en la noche.

TRABAJADORES DIVERSIFICADOS

Personas con un solo empleador, cliente, trabajo o proyecto de contrato donde su situación laboral es temporal. Por ejemplo, un consultor de estrategia de negocios que trabaja para un cliente sobre una base de contrato para un proyecto de X número de meses.



Imagen 0



Imagen 04.

TRABAJADORES TEMPORALES

Personas con múltiples fuentes de ingresos: combinación de empleos tradicionales y trabajo independiente. Por ejemplo, alguien que trabaja en recepción de la oficina de un dentista 20 horas/semana y llena el resto de sus ingresos, manejando para Uber y escribiendo por su cuenta.

DUEÑOS DE NEGOCIOS FREELANCE

Propietarios de negocios con entre uno y cinco empleados que se consideran a sí mismos freelancer y dueños de negocios. Por ejemplo, un gurú del marketing social que contrata a un equipo de otros mercadólogos sociales para crear una pequeña agencia, pero que aún se identifica como un profesional independiente. El freelance es una oferta laboral flexible, no está limitado a áreas específicas del mercado, sino que comienza a ser un fenómeno general, independientemente de la profesión, o formación, que se tenga.

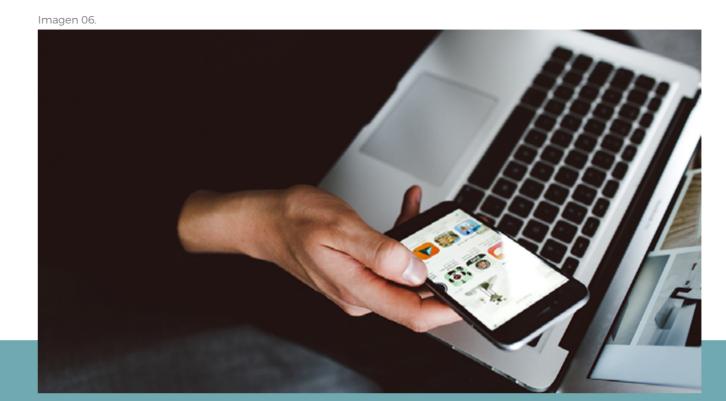
El estudio de esta taxonomía es de suma importancia para el análisis del estado actual del mercado freelance en la ciudad de Cuenca, en la cual no podemos encontrar un estudio que nos ayude a clasificar los distintos tipos de labores que aquí se ofertan.

La taxonomía anteriormente mencionada nos permitirá tener datos más concretos acerca de los profesionales que están realizando algún tipo de labor considerada como freelance. También nos permitirá posteriormente análizar cuál es la concepción particular que tiene cada uno de estos profesionales acerca de la labor que realiza, si la considera como un trabajo free lance y de qué manera lo llama desde su experiencia laboral personal.

Por último, cabe contextualizar dicha taxonomía en nuestro medio, recordemos que las diferencias socio económicas de la sociedad de la cual parte dicha calificación son, en muchos casos, irreconciliables. El entorno Andino/Latinoamericano tiene particularidades únicas que, obviamente, se muestran también en los tipos de labor que la sociedad requiere y oferta.

20

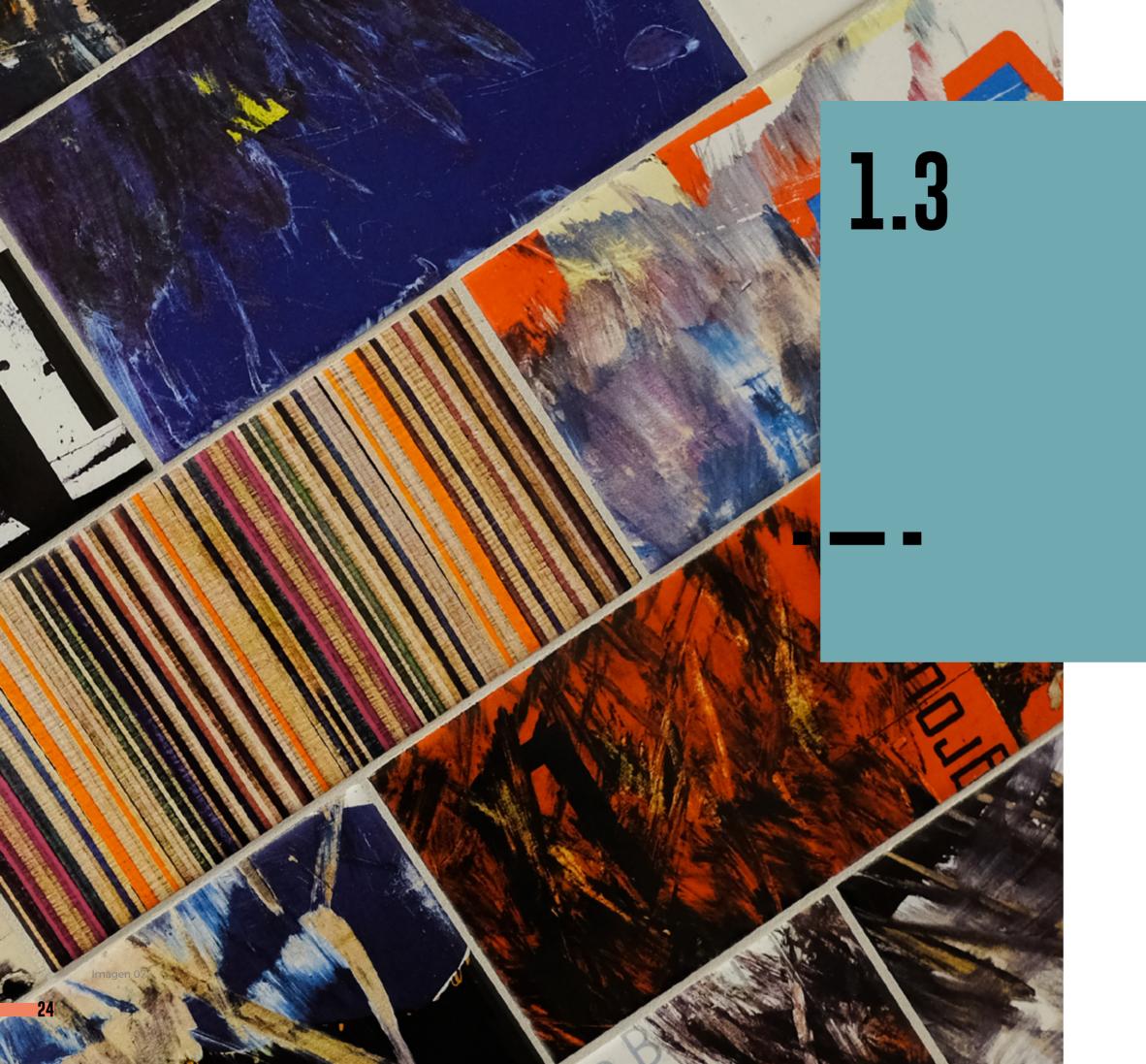




1.2. MERCADO GLOBAL: TRABAJANDO EN LA NUBE

Los espacios virtuales y la economía digital han cambiado las reglas de juego del mercado global; las barreras geográficas han dejado de ser un impedimento. Las habilidades digitales son altamente deseadas y el freelance ofrece a las empresas una manera mucho más flexible de acceder a los talentos requeridos por instituciones, empresas e individuos. Según Upwork, las habilidades digitales representan el 20% de las habilidades de más rápido crecimiento: las nuevas tecnologías digitales, como el análisis de datos y la robótica, están presionando a las compañías para que se acerquen a un grupo global de profesionales independientes en línea para obtener las habilidades digitales necesarias.

Son bastante comunes los casos en los que diseñadores ecuatorianos son contratados por por empresas transnacionales para hacer trabajo de diseño gráfico de manera estacional. Las empresas transnacionales buscan contratar diseñadores de fuera de su país para conseguir mano de obra de alta calidad al más bajo costo. Por otro lado, para los diseñadores ecuatorianos acceder a la paga que las empresas transnacionales ofrecen es, en muchos casos, mejor que la remuneración local.



1.3. DISEÑO LOCAL: FREELANCE EN CUENCA-ECUADOR

11111

La ciudad de Cuenca-Ecuador se encuentra relativamente en excelentes condiciones en cuanto al acceso a las TICS y se la considera como una ciudad que está a la vanguardia del mundo. Cabe recalcar esto porque éstas condiciones impactan directamente en el tipo de producción gráfica que oferta la ciudad a tal punto que se considera, por los profesionales del medio, que en Cuenca existe un caso fiel de Diseño Glocal: piensa globalmente, actúa localmente (Montagut, Albert, 2013). Esta idea nace como respuesta a la inminente entrada del mercado global en la ciudad; las competencias ya no se restringen únicamente al entorno laboral local sino al global.

Este fenómeno se ve materializado con la llegada de la modalidad laboral conocida como Freelance que día tras día se establece con más solidez en el mercado laboral local como una alternativa al trabajo tradicional.

En este contexto, la propuesta es realizar un producto (plataforma de servicios freelance) que, si bien parte desde una perspectiva global, se mantenga fiel a sus raíces: esté pensado e ideado desde las particularidades de su origen.



Imagen 08.



1.4. PLATAFORMAS DIGITALES

Las plataformas digitales se han convertido en una de las principales vías para organizar una amplia variedad de actividades humanas, incluyendo interacciones económicas, políticas y sociales. En particular, el aumento de las plataformas digitales ha transformado el panorama de múltiples industrias como la del transporte (Uber, Grab), hospitalidad (AirBnB, CouchSurfing), y desarrollo de software (iOS, Android). Las empresas que han aprovechado las posibilidades de las plataformas digitales han alcanzado un crecimiento significado en tamaño y escala. Por ejemplo, proveedores de plataformas digitales en las áreas de e-comerce y desarrollo de software han obtenido más de 700 billones de ganancia en el año 2015 (Evans and Gawer, 2016). Como resultado, las plataformas digitales se han convertido en un atractivo modelo de negocios y estrategia, y en un prometedor motor de crecimiento económico. (Asadullah, et, al. 2019)

¿QUÉ SON LAS PLATAFORMAS DIGITALES?

A continuación expondremos una serie de definiciones técnicas acerca de las plataformas digitales. Lo hacemos de tal manera al ser difícil, y tal vez poco práctico, encontrar una definición universal de las mismas.

- 1. "a building block that provides an essential function to a technological system and serves as a foundation upon which complementary products, technologies, or services can be developed" (Spagnoletti et al. 2015, p. 364; Yoo et al. 2012, p.1400)
- 2. "set of components used in common across a product family whose functionality can be extended by applications" (Ceccagnoli et al. 2012, p. 263)
- 3. "The extensible codebase of a software-based system that provides core functionality shared by the modules that interoperate with it and the interfaces through which they interoperate" (Tiwana et al. 2010, p.676; Ghazawneh and Henfridsson 2013, p.3)
- 4. "a set of subsystems and interfaces that form a common structure for/from which derivative applications can be developed and distributed" (Xu et al. 2010, p. 1305)

Se ha tomado la tercera definición para el desarrollo particular de este producto, es la que más se acerca a nuestros intereses conceptuales y a la naturaleza del producto a proponerse. A continuación, su traducción al español:

La base extensible de código de un sistema basado en software que proporciona la funcionalidad central que será compartida por los módulos y las interfaces que interoperan con ella.

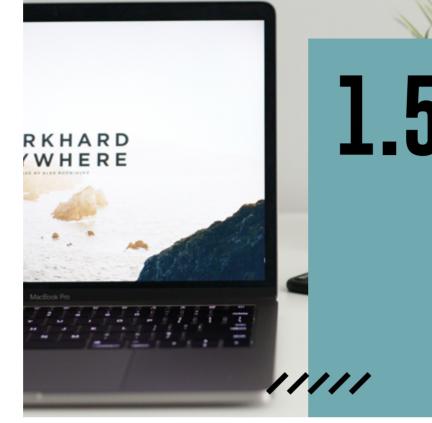
1.4.1. BENEFICIOS Y CARACTERÍSTICAS DE LAS PLATAFORMAS DIGITALES

Las plataformas digitales presentan un número de características que explican su atractivo como modelo organizativo. Primero, las plataformas digitales contribuyen a reducir los costos de transacciones de manera significativa, incluyendo la distribución, búsqueda, contratación y monitoreo de costos. Por ejemplo, plataformas como TripAdvisor y Expedia recopilan y combinan información de viajes de múltiples fuentes en una sola plataforma, reduciendo así el costo de buscar información y de utilizar los servicios de agentes intermediarios.

En segundo lugar, las plataformas digitales ayudan a organizar y coordinar el desarrollo tecnológico de productos complementarios a través de la modularidad y estructuras gubernamentales apropiadas. Por ejemplo, las plataformas de los sistemas operativos de Apple (iOS) y Google (Android) ofrecen a los desarrolladores de software independientes una estructura técnica y regulatoria que facilita e incentiva su participación en el desarrollo de aplicaciones. Además de estas características, otros atributos han sido discutidos en los términos de conceptos más amplios como generatividad y efectos cruzados de red. (Asadullah, et, al. 2019)



lmagen 10.



lmagen 11.

GENERATIVIDAD

Generatividad es definida como la habilidad de una tecnología de generar nuevos resultados impulsados por un gran número de usuarios heterogéneos. Por ejemplo, la generatividad de plataformas crowdsourcing permite producir nuevas soluciones para problemas urgentes basados en la diversidad de las contribuciones de un gran número de participantes. (Asadullah, et, al. 2019)

CROSS-SIDE NETWORK EFFECTS

Los efectos cruzados de de red reflejan el hecho de que el valor de una plataforma para un participante en un lugar incrementa en la medida en la que el número de participantes de otro lado incrementa. Por ejemplo, en plataformas como eBay o Amazon el valor de la plataforma para el vendedor incrementa cuando hay más compradores en el otro lado y viceversa. (Asadullah, et, al. 2019)

1.5. PLATAFORMAS FREELANCE



Imagen 1

Ayuda a las empresas, y a la ciudadanía en general, a obtener trabajadores contingentes para proyectos o roles laborales que no requieren empleo permanente. Las plataformas freelance permiten a los profesionales independientes crear perfiles, compartir la cartera de trabajo y comunicarse con posibles empleadores. En estas plataformas, las organizaciones pueden buscar en un directorio de candidatos en función de sus habilidades, experiencia y otros criterios de búsqueda. Las plataformas freelance pueden ser utilizadas por organizaciones de todos los tamaños que requieren trabajo contingente por diferentes motivos. Las organizaciones pequeñas y ciudadanos naturales pueden subcontratar ciertas tareas debido a restricciones presupuestarias, y es más probable que las organizaciones medianas o empresariales utilicen servicios independientes debido a la necesidad de ciertas habilidades en un proyecto único. Al utilizar plataformas freelance, las organizaciones y los ciudadanos naturales pueden contratar diseñadores gráficos, editores, traductores y otros tipos de trabajadores independientes para contratos temporales.

La contratación de trabajadores contactados a través de plataformas freelance difiere de la contratación que se realiza a través de agencias de reclutamiento o contratación de personal en la cual las organizaciones publican solicitudes en línea e interactúan directamente con los candidatos para acordar contratos temporales que sean mutuamente beneficiosos. Las plataformas freelance con frecuencia incluyen funciones simples de automatización de servicios profesionales (PSA) para facturación, seguimiento de tiempo y administración de tareas (G2Crowd, 2019).

Para calificar para la inclusión en la categoría de plataformas freelance, un proveedor de servicios debe:

- Proporcionar un portal para que las empresas y ciudadanos naturales publiquen sus necesidades de trabajo y para que los profesionales independientes creen un perfil y describan sus habilidades y experiencia.
- Permitir a las empresas y ciudadanos buscar, filtrar y comparar ofertas para seleccionar la mejor opción para sus necesidades laborales.
- Permitir que los profesionales independientes, empresas y ciudadanos colaboren directamente entre sí sin la intervención de terceros. Incluir características para que las compañías y los ciudadanos puedan evaluar a los freelancers y su trabajo.

A continuación enumeramos algunas de estas plataformas que se encuentran vigentes:

- FIVERR
- UpWork
- Freelancer.com
- Skyword
- 99Designs
- DesignCrowd
- Freelancer Near Me



Imagen 13.

1.5.1. BENEFICIOS DE LAS PLATAFORMAS FREELANCE

Las plataformas independientes ayudan a encontrar trabajadores freelance; ellos pueden colaborar en la administración y solución de necesidades laborales. Una estrategia de trabajo freelance exitosa puede beneficiar directamente a la empresa o ciudadano de las siguientes maneras:

- Realizar las tareas para las cuales un individuo, o la fuerza laboral de una empresa, no tiene las habilidades necesarias.
- · Mantener una fuerza laboral flexible.
- Completar proyectos a corto plazo.
- Reforzar la fuerza laboral sin tener que contratar empleados a tiempo completo.
- · Contratar freelancers independientemente de su ubicación

La facilidad para acceder a este tipo de oferta laboral es algo que jamás se imaginó y ahora es una herramienta que está al alcance de nuestros celulares.

1.6. APP MÓVIL

¿QUÉ ES UNA APP?

www.techtarget.com lo define de la siguiente manera: "APP es una forma abreviada de la palabra "aplicación". Una aplicación es un programa de software diseñado para realizar una función específica directamente para el usuario o, en algunos casos, para otro programa de aplicación."

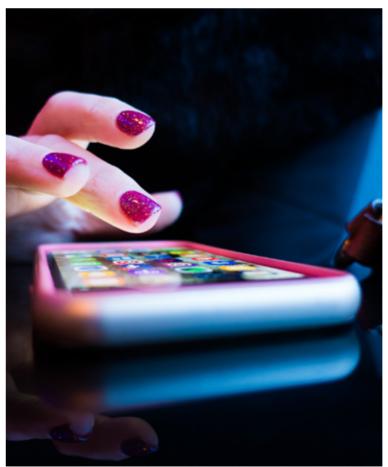


Imagen 14.

1.6.1. TIPOS DE APPS

Existe una tipología general de las aplicaciones móviles, sin embargo no se encuentra un origen concreto de dicha tipología, por lo tanto, se ha tomado la tipología general y ha sido obtenida de www.techtarget.com

- Web APP: almacenada en un servidor remoto y entregada a través de Internet a través de una interfaz de navegador.
- APP nativa: se ha desarrollado para su uso en una plataforma o dispositivo en particular.
- APP híbrida: combina elementos de aplicaciones nativas y web. Las aplicaciones híbridas a menudo se mencionan en el contexto de la informática móvil.
- Killer APP: un programa que intencional o involuntariamente te hace comprar el sistema en el que se ejecuta la aplicación.
- APP heredada: se ha heredado de lenguajes (programación), plataformas y técnicas anteriores a la tecnología actual.

1.6.2. CRITERIOS PARA USAR UNA APP

En el caso de este proyecto de graduación y por los objetivos del producto propuesto, el tipo de APP a utilizarse es una APP Nativa, particularmente para el sistema operativo de Apple: iOS.

Los sistemas operativos móviles y la capacidad de llevar una conexión al internet de manera constante han sido los principales criterios por los cuales se ha seleccionado este tipo de plataforma para la creación del producto de este proyecto. La versatilidad, la asombrosa velocidad de intercomunicación, el acceso remoto a cualquier tipo de información, la portabilidad, etc. son entre algunas de las razones por las cuales es la alternativa más viable para el producto final.



1.7. DISEÑO CENTRADO EN EL USUARIO (DCU)

"En esencia, DCU significa diseñar para las personas. Significa poner al ser humano, en su faceta de usuario, en el centro del proceso creativo. Creemos que éste es el enfoque óptimo para entender y satisfacer sus necesidades. Sólo así podremos garantizar el diseño de productos más útiles y mejores experiencias." (Pratt, Nunes, 2013)

Tomando el aporte de estos dos autores, se propuso realizar una plataforma que esté al servicio de la comunidad. Se aplicaron como parámetros esenciales los fundamentos teóricos del DCU, que en términos generales plantean lo siguiente: "diseñar pensando en el usuario es saber quién es, dónde vive, dónde trabaja, qué quiere, y, en última instancia, satisfacer sus necesidades. Esto nos conduce a diseños de más éxito y una mayor satisfacción personal como diseñadores" (Pratt, Nunes, 2013)

Ahora, es importante exponer un concepto técnico, Andy Pratt y Jason Nunes lo plantean de la siguiente manera:

"Es un enfoque de diseño que se centra en el usuario de un producto o una aplicación para crear un determinado producto digital. El DCU implica que el diseñador estudie a fondo las necesidades, los deseos y las limitaciones del público objetivo al que va dirigido el producto final, y a partir de ese análisis toma las decisiones que procedan para confeccionar su creación." (Pratt, Nunes, 2013)

El objeto de estudio es el diseño de plataformas digitales para servicios freelance. No se puede pensar en diseñar sin conocer a profundidad las necesidades y motivaciones del usuario; al mismo tiempo, no se puede pensar que el criterio propio es el adecuado para plantear soluciones para las necesidades del público objetivo, siempre debe haber comunicación entre las partes.

La necesidad de involucrar al usuario en el proceso de diseño, generalmente en el ambiente en el que usarían el producto que está siendo diseñado, fue una paso evolutivo natural en el campo del DCU. El usuario se convirtió en el eje central del desarrollo de este proceso. Su participación condujo a productos más efectivos, eficientes y seguros y contribuyó a la aceptación y el éxito de los productos (Abras, et, al. 2004)

1.7.1. EL ROL DEL DISEÑADOR

Este proceso además implica que no solamente el diseñador prevea la posible relación entre las partes, sino que encuentre la manera de poner-la a prueba de manera concreta y tangible. Si bien, la intuición es parte del proceso creativo, no podemos pensar que es la herramienta final para la legitimación de la funcionalidad del producto propuesto, por lo tanto, la validación y verificación empírica es un paso que, bajo ningún argumento, se puede obviar.

El rol del diseñador es facilitar la tarea al usuario y asegurarse que el usuario es capaz de hacer uso del producto de la manera en la que fue pensado y con mínimo esfuerzo el momento de aprender cómo usarlo. Los incómodos e ininteligibles manuales que acompañan a los productos no son centrados en el usuario. Por lo tanto, los productos deberían estar acompañados por un pequeño manual que pueda ser leído rápidamente y que se base en el universo de conocimiento del usuario. (Abras, et, al. 2004)



lmagen 16.

1.7.2. EL DCU APLICADO EN UNA PLATAFORMA WEB DE SERVICIOS FREELANCE

La función principal del DCU en el caso particular de una plataforma digital de servicios freelance es garantizar que la información esté bien ordenada y que sea sumamente accesible para el usuario cuando este la necesite. La lógica de la navegabilidad debe estar presentada de la manera más intuitiva y clara posible, hay que recordar que la funcionalidad central de esta herramienta ha sido pensada para resolver necesidades de manera veloz y eficaz. En este respecto, una mala navegabilidad puede resultar en frustraciones para el usuario, lo cual resultaría contraproducente con la finalidad de este producto.

Por lo tanto, el usuario tiene que estar presente de manera activa durante el desarrollo de la estructura de la información y la navegabilidad de la aplicación. De esta interacción se obtendrá la información relevante para el correcto desarrollo de la aplicación y de la óptima interactividad con el usuario.



1.8. INTERFAZ MULTIMEDIA

En el entorno de interacción persona/ordenador, la interfaz (o interfaz de usuario) es lo que permite que la interacción entre persona y ordenador ocurra. Es decir, la interfaz permite: que la persona pueda controlar efectivamente las acciones de la máquina u objeto.

El diseñador de la interfaz se tiene que asegurar de que el proceso de interacción se puede efectuar de manera fácil e intuitiva y que la persona (a la que llamaremos de ahora en adelante usuario) puede acceder a la información o ejecutar las acciones que desea, de la manera más simple posible. Así, el diseño de interfaces implica conocimientos de disciplinas muy variadas, como por ejemplo, la psicología o el diseño visual.

En muchas ocasiones, la palabra interfaz se refiere en realidad a un concepto mucho más específico: la interfaz gráfica de usuario (GUI del inglés graphical user interface). La GUI es el entorno visual en el que se desarrolla la interacción entre la persona y el dispositivo, y puede ser el propio del sistema operativo o bien el particular de la aplicación que se está utilizando. (La Calle, 2000)

Como menciona Alberto La Calle una de las disciplinas presentes en el diseño de interfaz de usuario es la psicología. Esta es una de las variables más importantes, que además se complementa de manera ideal con los resultados obtenidos con la metodología del DCU. Si hablamos más en términos de diseño, lo que le corresponde a esta variable es el tipo de cromática y la ergonomía del producto. Al ser un producto, en esencia formal, tenemos que tratar con sumo cuidado estos factores ya que nuestra intención es hacer que el usuario se sienta cómodo y, sobre todo, que sienta que está en un ambiente amigable; tenemos que tomar estos criterios para el diseño de interfaz porque de estas decisiones va a depender el éxito del producto final. (Monjo, Tona, 2011)

1.8.1. TIPOS DE INTERFAZ DE USUARIO

INTERFAZ DE LÍNEA DE COMANDO

Es una interfaz de usuario (UI) basada en texto que se usa para ver y administrar los archivos de una computadora. Las interfaces de línea de comandos también se denominan interfaces de usuario de línea de comandos, de usuario de consola y de usuario de caracteres.

Antes del mouse, los usuarios interactuaban con un sistema operativo (OS) o una aplicación mediante el uso de un teclado. Los usuarios escribían comandos en la interfaz de línea de comandos para ejecutar tareas en la computadora. Por lo general, esta interfaz se presentaba como un cuadro negro con texto blanco. Hoy en día, la mayoría de los usuarios prefieren la interfaz gráfica de usuario (GUI) que ofrecen los sistemas operativos como Windows, Linux y macOS. La mayoría de los sistemas actuales basados en Unix ofrecen una interfaz de línea de comandos y una interfaz gráfica de usuario.

El sistema operativo MS-DOS y el Shell de comandos en el sistema operativo Windows son ejemplos de interfaces de línea de comandos. Además, los lenguajes de programación pueden admitir interfaces de línea de comandos, como Python. (Wikibooks, 2019)



Imagen 18.

INTERFAZ TÁCTIL (TUI)

La interfaz táctil de usuario, conocida también como TUI (Touch User Interface) es una interfaz de usuario que permite la comunicación entre un usuario y un dispositivo electrónico mediante el sentido del tacto a través de una pantalla sensible. Utiliza la ayuda de una interfaz gráfica de usuario, conocida también como GUI (del inglés Graphical User Interface) para representar gráficamente un panel de control que permita interactuar al usuario con el dispositivo electrónico. (Wikibooks, 2019) comandos y una interfaz gráfica de usuario.

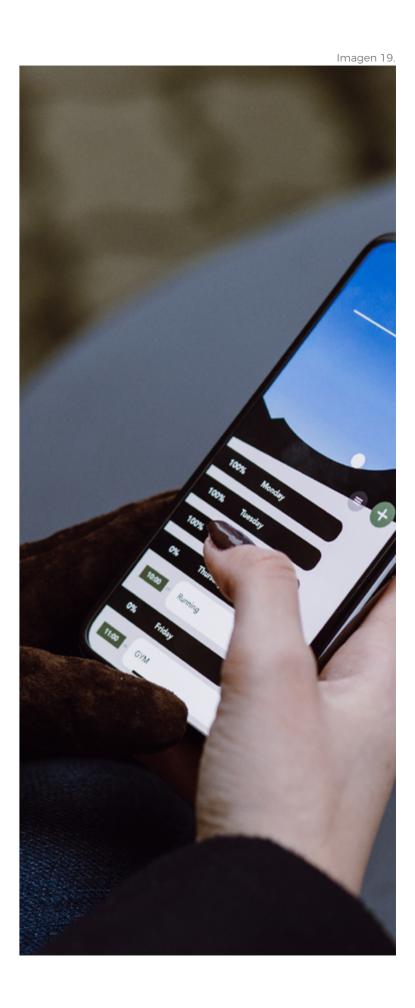
El sistema operativo MS-DOS y el Shell de comandos en el sistema operativo Windows son ejemplos de interfaces de línea de comandos. Además, los lenguajes de programación pueden admitir interfaces de línea de comandos, como Python. (Wikibooks, 2019)

INTERFAZ GRÁFICA DE USUARIO (GUI)

Es un programa o entorno que gestiona la interacción con el usuario basándose en relaciones visuales como iconos, menús o un puntero. Las interfaces gráficas de usuario (GUI) también se conocidas como WIMP porque usan windows, iconos, menús y punteros. Los usuarios usan un dispositivo señalador (como un mouse, touchpad o trackball) para controlar un puntero en la pantalla que luego interactúa con otros elementos del entorno gráfico. Permite al usuario interactuar con dispositivos a través de íconos gráficos e indicadores visuales.

El término se creó en la década de 1970 para distinguir las interfaces gráficas de las basadas en texto, como las interfaces de línea de comandos. Sin embargo, hoy en día casi todas las interfaces digitales son GUI. Xerox desarrolló la primera GUI disponible comercialmente, llamada "PARC". Fue utilizado por el Sistema de información Xerox 8010, que se lanzó en 1981. Después de que Steve Jobs vio la interfaz durante un recorrido en Xerox, hizo que su equipo en Apple desarrollara un sistema operativo con un diseño similar. El sistema operativo basado en GUI de Apple se incluyó con Macintosh, que se lanzó en 1984. Microsoft lanzó su primer sistema operativo basado en CUI, Windows 1.0, en 1985. (Wikibooks, 2019) Windows, Linux y macOS. La mayoría de los sistemas actuales basados en Unix ofrecen una interfaz de línea de comandos y una interfaz gráfica de usuario.

El sistema operativo MS-DOS y el Shell de comandos en el sistema operativo Windows son ejemplos de interfaces de línea de comandos. Además, los lenguajes de programación pueden admitir interfaces de línea de comandos, como Python. (Wikibooks, 2019)



1.9

The digital languages are a natural evolution of our society, silently changing the way we live and deal with each other and ourselves. The study of these subjects is essential to trace the cultural paths we are making as global community of gradually disconnected individuals.

- Santos, Luis. **2018**

1.9. ERGONOMÍA DIGITAL

Vivimos en una sociedad en la cual los individuos ven el exponencial crecimiento de la sociedad como una amenza a su individualidad, una sociedad en la cual la tecnología y las redes saturan de información a los individuos que la conforman. Por lo tanto, es importante buscar respiraderos y espacios de certidumbre, para la aplastante marea de información a la que nos vemos sometidos día a día.

Al final de los años 70's, cuando la computadora personal pasa a estar disponible para la gran mayoría del público, se convierte en una herramienta de creación, organización, simulación y entretenimiento. Profundos cambios socio culturales se han originado debido al ritmo de crecimiento exponencial de las tecnologías de la comunicación y los dispositivos que los soportan. Cabe recalcar que este veloz crecimiento también ha logrado que el acceso a estos dispositivos se democratice, permitiendo a la mayoría de individuos de esta sociedad adquirir uno de ellos. (Santos, Luis, 2018)

Al final de los años 80, todas las redes existentes fueron contactadas a través de una gigantezca red global, el internet. Con su creación surge un "nuevo espacio de comunicación, sociabilidad, organización y transacción, pero también un nuevo mercado de la información y el conocimiento". (Levi, P, 1997)

La llegada de las pantallas ha sido germen para la creación de nuevas relaciones humanas, imposibles de existir antes de llegada de estos dispositivos por limitaciones de timepo y espacio. Estas nuevas conexiones, en las cuales la información se caracteriza por circular de manera muy libre, se han instalado paulatinamente en casi todos los aparatos electrónicos y, por lo tanto, permeando casi toda la existencia humana contemporanea. Estas se han convertido en pequeños portales al reino de lo digital, el cual se ha ido gradualmente mezclando con la realidad. El individuo comienza a adoptar una identidad virtual que vive de manera simbiótica con su identidad "real". Las experiencias vividas a través de una pantalla dicen los usuarios se sienten más realistas que nunca y las fronteras que separan el mundo "real" del digital se han vuelto extremandamente borrosas. (Santos, Luis, 2018)

Al haberse vuelto parte tan fundamental de la existencia de la civilización humana, criterios como los de ergonomía comienzan a ser parte del pensar esta existencia digital. De manera análoga a la ergonomía de los objetos materiales, la existencia de un reino digital comienza a implicar pensar en una ergonomía que solvente sus necesidades particulares, más aún, con la llegada inminente de la realidad virtual.

La pantalla digital tiene la habilidad de establecer una comunicación hiper individualizada con cada usuario, quien ahora accede y adapta la información de acuerdo a sus gustos, humor y tiempos. El entendimiento de nuestra relación con el medio digital, así como la manera en la que esta conexión es establecida, es esencial para mejorar la experiencia personal de cada usuario. La demanda por interfaces intuitivas, adaptadas a la naturaleza humana, es una necesitada que solamente puede ser lograda a través del estudio de los factores humanos involucrados. (Santos, Luis, 2018)



1.10. INVESTIGACIÓN DE CAMPO

11111

Se realizaron una serie de entrevistas a distintos perfiles de diseñador y de potencial usuario / no diseñador. Estas se fueron puliendo en el desarrollo del primer y segundo capítulo ya que muchas de las preguntas y algunos de los tópicos tuvieron que ser re planteados a medida que avanzaba la investigación. Se realizaron entrevistas piloto que sirvieron para definir de mejor manera las preguntas y los tópicos pensados para las entrevistas.

Otra variación que se realizó ya avanzado el proyecto es una re definición del target lo cual trajo consigo un nuevo replanteamiento de entrevistas en las cuales están también considerados los usuarios no diseñadores. Fue necesaria la realización de dos entrevistas distintas, una para los creativos y otra para los usuarios.

Estás entrevistas son de naturaleza mixta, cuentan tanto con preguntas cerradas como con preguntas abiertas. Sin embargo, al ser un nuevo campo de estudio, se necesita hacer una investigación harto más rigurosa para tener datos relevantes acerca de la problemática que se está abordando.



lmagen 22.

CHRISTIAN LASSU KUCHA DISEÑADOR FREELANCE, INDIGO 480



Es una alternativa para tener mejores ingresos, independencia económica y opinión durante el proceso creativo.

- Christian Lasso Rocha, 2019.

11111

1.10.1. CHRISTIAN LASSO ROCHA

Creador de Indigo 480, realizador de 225 consultorías de marca, 130 desarrollos de identidad y estudios de imagen corporativa. Christian tiene más de 12 años de experiencia en el mercado laboral de las artes gráficas, específicamente, diseño gráfico.

Christian fue entrevistado el día 6 de febrero de 2019 a través de una video llamada realizada por Skype. Lo que sostiene Christian acerca del fenómeno freelance y la creación de una plataforma que brinde estos servicios es que le sorprende que un proyecto así no se haya comenzado a gestar con anterioridad en el país o, inclusive, en latinoamérica. Durante sus más de 12 años de labor ha trabajado más del 90% del mismo realizando trabajos como free lance, inclusive llegando a formar Indigo 480, una agencia de diseño freelance.

Christian considera que, al menos en este momento, el free lancing es una alternativa para tener mejores ingresos, independencia económica y de opinión durante el proceso creativo. Piensa que los diseñadores de oficina están destinados a morir en pocos años y vé el futuro de su profesión materializarse en pequeñas organizaciones de diseñadores -y otros creativos- que se juntan para realizar trabajos temporales. Piensa que esta rotación constante de mentes es realmente un beneficio para la creación de nuevas y mejores respuestas para un sinnúmero de necesidades de nuestro sociedad desde el diseño.



JUAN PINEUA DISEÑADOR Y FOTÓGRAFO FREELANCE



La sensación de sentirme explotado y, sobre todo, sin opinión en el proceso creativo.

- Juan Pineda, 2019.

11111

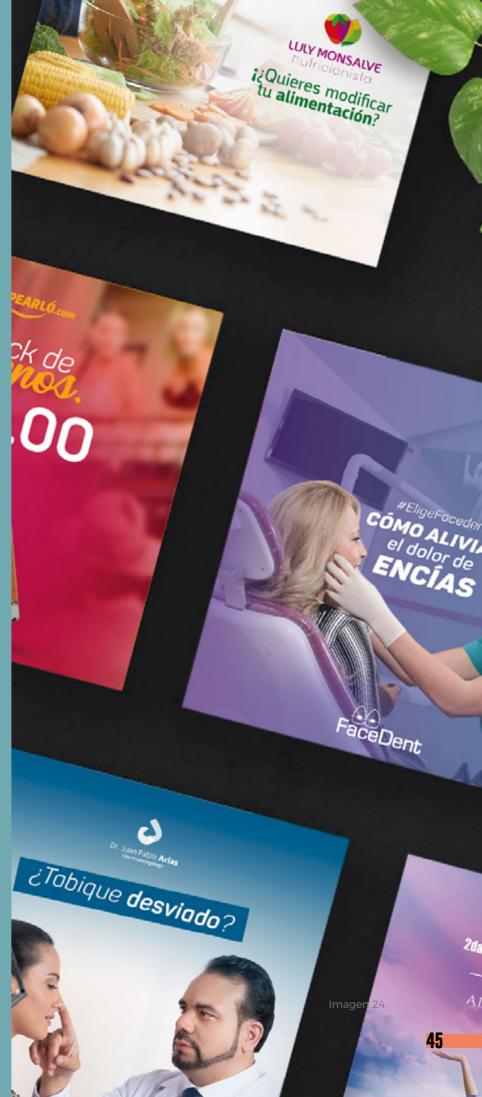
1.10.2. JUAN PINEDA

Graduado hace aproximadamente un año, ha realizado labores freelance desde que cursaba el 4to ciclo de la carrera de diseño gráfico en la Universidad del Azuay y luego de haber conseguido su título formó parte de la agencia de diseño gráfico y publicidad My Coded Mind.

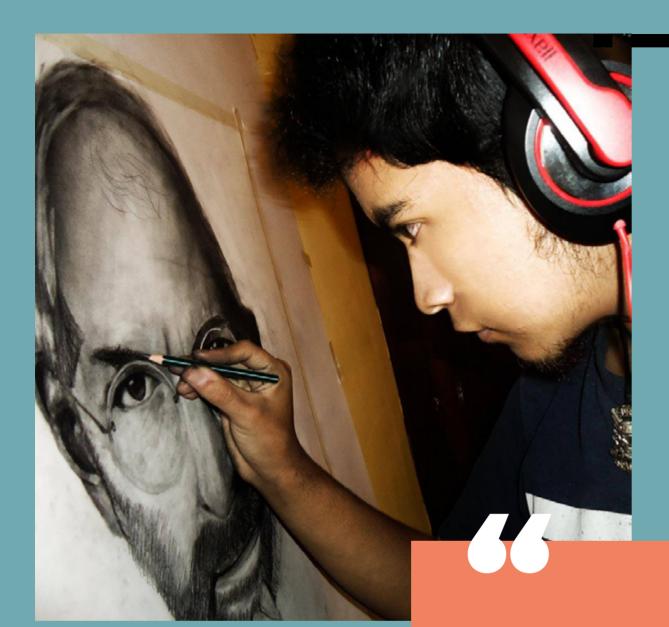
Juan opina que si bien su trabajo dentro de la agencia fue muy productivo, la labor que se le pedía hacer sobrepasaba de sobremanera la remuneración que estaba recibiendo, la razón de la deserción de su trabajo tradicional fue la sensación de sentirse explotado y, sobre todo, sin opinión; el únicamente hacia lo que se le ordenaba, pero su criterio no era parte del proceso creativo.

Juan ha tenido principalmente experiencias laborales como freelance, tanto en el diseño gráfico como en la fotografía. Una de las experiencias más interesantes, según nos relata, es la de haber sido fotógrafo retocador para una firma en EEUU; trabajo en el cual aprendió cosas realmente valiosas para su carrera profe- sional.

Después de haber tenido tal experiencia, la cual accedió justamente a través de un portal freelance, dice estar totalmente abierto, e inclusive entusiasmado ante la posibilidad del desarrollo de una plataforma de tal índole. Considera que si podría regularizar un poco más este tipo de labor, no regresaría a trabajar de dependiente de una firma mayor nunca más. Una de sus aspiraciones a futuro es crear una agencia de diseño gráfico y publicidad con un grupo de colegas que se graduaron con él.



JAIRU APULU ESTUDIANTE DE DISEÑO GRÁFICO, FREELANCE



El desarrollo de mis aptitudes laborales no dependen de manera directa de la universidad.

- Jairo Apolo, 2019.

11111

1.10.3. JAIRO APOLO

Estudiante de la carrera de Diseño Gráfico de la Universidad del Azuay - Cuenca, ha trabajado desde el primer ciclo. Anteriormente estuvo estudiando la carrera de diseño de productos mostrándo grandes aptitudes para el diseño gráfico por lo cual decidió hacer un cambio de carrera.

Durante este periodo de estudio en diseño de productos, Jairo se autoeducó de tal manera que comenzó a incursionar en el mercado laboral freelance apenas comenzada la formación formal en diseño gráfico.

Jairo opina que si bien su formación universitaria es necesaria, sus labores y el desarrollo de sus aptitudes laborales no dependen de manera directa de la universidad. Es autodidacta por naturaleza, y encuentra en la comunidad en línea todo los recursos que necesita para formarse.

Conocido por sus aptitudes en la ilustración en el medio universitario, sin embargo, su principal fuente de ingresos es el diseño web. Ha trabajado para varias pequeñas empresas, instituciones públicas y proyectos personales en los cuales ha demostrado gran aptitud para el diseño de interfaces y programación, lo cual le ha ganado un reconocimiento que le ha permitido trabajar de manera constante desde sus inicios y así pagar su educación.

Dice estar bastante entusiasmado ante la posibilidad del desarrollo de una plataforma digital en la cual pueda ofertar sus servicios. Y afirma que de concretarse su existencia el sería uno de los primeros clientes.



MAGÍSTER EN ESTUDIOS CULTURALES



Dejar que el mercado se regule solo no ha sido una buena experiencia en muchos lugares del mundo.

- Nicolas Rojas, 2019.

11111

1.10.4. NICOLAS ROJAS

Estudió Ingeniería en Sistemas en la la UTE de Quito y realizó su maestría en Estudios Culturales en la UBA de Argentina. Actualmente es docente en la UNAE.

Ha sido docente en varias maestrías con temas relativos al diseño en general y también especificamente al diseño gráfico. Sin embargo, no está asociado con ningún tipo de labor directamente relacionada a la producción del diseño gráfico.

La opinión de Nicolas acerca de la relevancia de la creación de una plataforma que regule el mercado freelance incipiente es de cierta manera opuesta a la tomada por los diseñadores entrevistados.

Nicolás considera que este tipo de labor no va a resolver las condiciones precarias en las cuales laboran muchos diseñadores gráficos sino que será más bien la oportunidad perfecta para el nacimiento de grandes marcas que se encarguen del control y la creación de este tipo de plataformas. Estas grandes marcas aprovecharán el gran pontecial de intercambio comercial de estas plataformas para explotar a los agremiados y para monopolizar dichos canales.

Considera que la única manera de que estas plataformas tengan una función social enmancipadora para el diseñador en general, deberían no estar controladas por grandes marcas si no por el mismo gremio. Que sus dirigentes deberían rotar de manera periódica y que nadie, bajo ningún criterio, debería tener una mayoría de acciones que ponga en condiciones de vulnerabilidad a los otros agremiados.

Por último, considera que dejar que el mercado se regule solo no ha sido una buena experiencia en muchos lugares del mundo y menos en las distintas sociedades latinoamericanas en las cuales el libre mercado no ha hecho más que traer desgracias a los sectores más vulnerables.

MAGÍSTER EN EDUCACIÓN



La plataforma podría ser muy practica para personas que se nos dificulta, por el tiempo, buscar un diseñador gráfico.

- Isabel Lopez, 2019.

11111

1.10.5. ISABEL LOPEZ

Estudió psicología clínica en la Universidad del Azuay y realizó una maestría en Educación en la UNITA. Ha sido perito psicólogo en el Consejo de la Judicatura del Azuay por 7 años y medio. Madre de familia de dos niños, 1 y 5 años respectivamente.

No tiene ningún tipo de relación con labores relativas al diseño gráfico y la razón por la cuál se le realizó la entrevista es porque cumple con el perfil de alguien que podría ser usuario de plataforma.

Pensando en la educación de sus hijos y de los requerimientos, tanto en materiales como en indumentaria, considera que la plataforma podría ser practica para personas que están en sus condiciones y que se les dificulta darse el tiempo para buscar un diseñador gráfico. Considera que la posibilidad de escoger entre varias opciones de profesionales y difereentes costos es algo muy conveniente ya que no está al tanto de cuáles son los precios del mercado y le podrían sacar provecho muy facilmente.

También, tiene un hermano que es diseñador gráfico y piensa que sería una opción muy viable para que muestre su trabajo y para poder crecer profesionalmente.

Su última consideración hace incapié en la regulación de los precios, dice que siente estar muy propensa al abuso al estar tan lejos del área y que las pocas veces que ha trabajado con diseñadores gráficos la cuestión de los precios se ha visto sometida a una especulación muy libre.

1.11. HOMÓLOGOS

Para el análisis de homólogos he tomado como referencia las plataformas digitales UPWORK, DESIGN CROWD y 99DESIGNS; y realicé un análisis de cada uno de sus partidos de diseño desde su forma, función y tecnología.



lmagen 27.

1.11.1. UPWORK

La pantalla principal es directa y muy intuitiva, realicé el registro en menos de dos minutos y todo fue bastante claro y con la información precisa y directa. Otro elemento que llama la atención en la página principal es el uso muy jerárquico de la fotografía, la página ha tenido ya varios meses la imagen de un hombre adulto con terno en un ambiente que denota ciertas capacidades adquisitivas y de estatus.

En primera instancia, en cuanto a la cromática, vemos el uso de dos colores, un verde fresco y el blanco para los fondos y el negro para la tipografía (en distintas tonalidades). En cuanto a la morfología, se usan formas rígidas como el cuadrado y el triángulo y carece totalmente de algún tipo de sombra, por lo tanto, podemos decir, que usa un diseño bastante limpio.

Durante el registro nos permite elegir, sin posibilidad de confusión, entre una cuenta de USUARIO y una PRO-

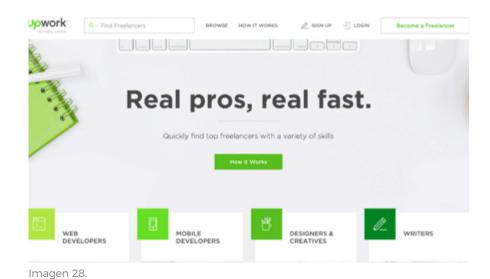
FESIONAL. En la segunda opción, nos permite hacer de una forma bastante simple pero interactiva un perfil de acuerdo a habilidades y aptitudes; encontramos aquí una serie de recomendaciones que nos permiten ser lo más concretos posible y hacerlo de manera muy rápida.

Durante el registro se piden una serie de datos que le permitan a la plataforma tener un vínculo real con la persona natural, inclusive es obligatorio poner una foto en la cual el rostro se vea muy claramente, sin posibilidad de confusión: se recomienda una foto estilo pasaporte.

Algo muy interesante que salta a la vista es que al inicio del registro hay un apartado en el cuál nos piden dar información acerca del nivel de proficiencia que tenemos con el idioma inglés.

También se especifica, de manera clara, que el usuario debe colocar cuánto aspira ganar por hora y que la plataforma se llevará un 20% de esa ganancia.

Después de llenar una serie de datos acerca del perfil personal y la formación, hay que esperar a que un equipo de la página analice todos los datos y envié una aprobación.



PARTIDOS DE DISEÑO

FORMA

- Usa tipografías Sans Serif de alta legibilidad.
 Aparentemente 3 familias tipográficas distintas.
- Colores planos, sin degradado. El color principal es el blanco y el secundario verde, con tonos azules como complemento a los colores principales.
- Usa fotografía principalmente y en pocos casos ilustración.
- · Iconografía limpia y flat design.

FUNCIÓN

Plataforma que oferta trabajos de índole freelance de todo tipo, no particularmente diseño. En ella podemos ofertar y buscar trabajos de distinta índole.

Al mismo tiempo sirve como plataforma de pago y garantía de entrega satisfactoria del trabajo y de la transacción económica de ambas partes.

TECNOLOGÍA

- Página web.
- APP móvil.

1.11.2. DESIGN CROWD

Muy parecido a UpWork en cuanto al registro de usuario. Sin embargo, esta plataforma es únicamente para diseñadores, Upwork está a la disposición de cualquier tipo de trabajo free lance.

PARTIDOS DE DISEÑO

FORMA

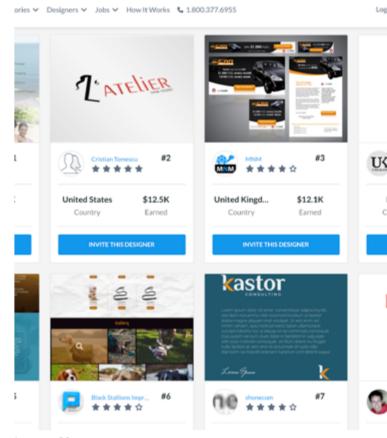
- Usa tipografías Sans Serif de alta legibilidad. Aparentemente 3 familias tipográficas distintas.
- Colores planos, sin degradado. El color principal es el blanco y el secundario azul, con variaciones tonales del azul principal como complemento.
- Usa principalmente ilustración e iconografía. Fotografía solo en casos particulares como para distinguir a los diseñadores con los cuales vamos a trabajar. También en algunos casos, fotografía de los productos de diseño.

FUNCIÓN

Plataforma que oferta trabajos de índole free lance de diseño. En ella podemos ofertar y buscar trabajos de diseño distinta índole. Existe una tipologría de acuerdo a la clasificación general del diseño. Al mismo tiempo sirve como plataforma de pago y garantía de entrega satisfactoria del trabajo y de la transacción económica de ambas partes.

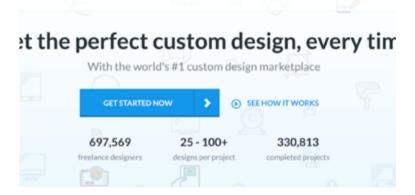
TECNOLOGÍA

- Página web.
- APP móvil.



lmagen 29.

Categories ♥ Designers ♥ Jobs ♥ How It Works **६** 1.800.377.6955



Our design services



See all categories 🗸

Imagen 30.

54

1.11.3. 99DESIGNS

PARTIDOS DE DISEÑO

FORMA

- Usa tipografías Sans Serif de alta legibilidad. Aparentemente 2 familias tipográficas distintas.
- Colores planos y degradados sutiles. El color principal es el blanco y el secundario verde, con un fuerte uso del negro para generar contrastes fuertes.
- Gran uso de la ilustración conjuntamente con flat design y una elaborada iconografía.

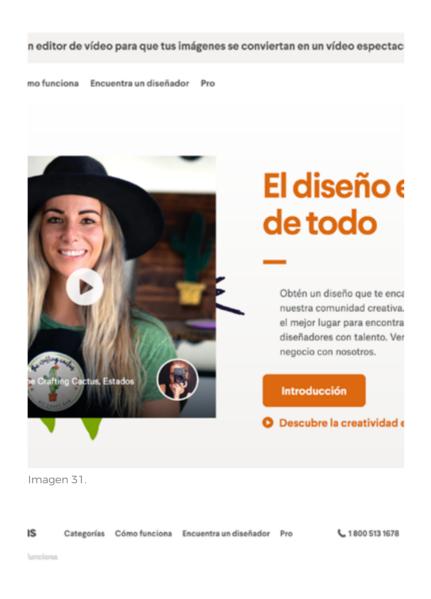
FUNCIÓN

Plataforma que oferta trabajos de índole diseño freelance. En ella podemos ofertar y buscar trabajos de diseño gráfico. Existe una tipología de diseño gráfico para generar categorías y hacer más sencillo el servicio.

Al mismo tiempo sirve como plataforma de pago y garantía de entrega satisfactoria del trabajo y de la transacción económica de ambas partes.

TECNOLOGÍA

- Página web.
- APP móvil.



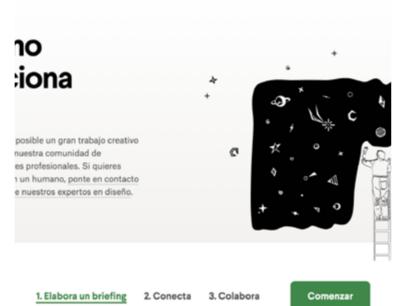


Imagen 32.

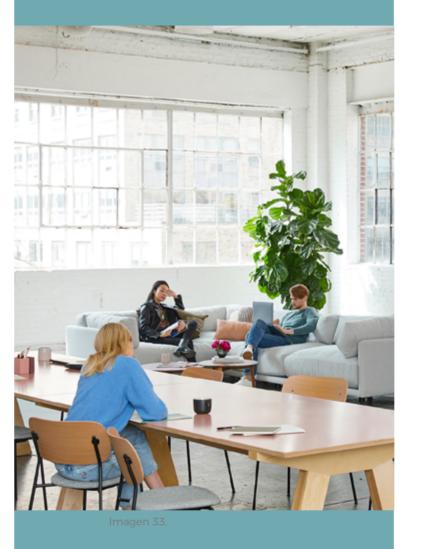
CONCLUSIONES DEL CAPÍTULO



El desarrollo de este capítulo nos permite inferir de manera muy positiva los alcances que tiene un producto de esta índole y todo el trabajo de diseño que está detrás. Si nos alejamos de teorías de diseño como son la Usabilidad, DCU y el Diseño de Interfaz de Usuario resulta realmente muy arriesgado aventurarse a realizar un producto de este tipo.

La investigación de campo nos permite ver que realmente se ha vuelto una necesidad en el medio la implementación de este tipo de plataformas y que diferentes tipos de perfiles de diseñadores gráficos están de acuerdo con la existencia del mismo y lo apoyan en su totalidad. Esto, junto al análisis de homólogos también nos muestra que un producto así es bastante viable y totalmente adaptable a nuestro contexto particular.

Con todos los conocimientos adquiridos durante la realización de este primer capítulo se puede concluir que la realización de una plataforma de servicios freelance es una necesidad capital en la coyuntura actual del diseño gráfico (y otras ramas del diseño). También podemos concluir que esta plataforma debe ser realizada con un criterio principalmente funcional, tratando de eliminar cualquier tipo de artificio innecesario, no nos podemos olvidar, que lo que planteamos diseñar es una herramienta para diseñadores y para la comunidad.



56

2.0

PROGRAMACIÓN



- . TADGET
- · PERSONA DESIGN
- PARTIDOS DE DISEÑO
- PLAN DE NEGOCIOS

El desarrollo de este capítulo implicó la realización de una serie de entrevistas a distintos perfiles que componen el target al cual se dirige el producto resultante de este proyecto. Existen dos targets principales, los diseñadores (que ofertarán su trabajo) y los usuarios (quienes requerirán de dicha oferta).

Los resultados de la investigación de campo dejan saber que tanto para los diseñadores como para los usuarios (no diseñadores) la propuesta es muy llamativa y en ambos casos la consideran como una solución práctica a distintas problemáticas particulares.



2.1. TARGET

2.1.1. SEGMENTACIÓN DE MERCADO

GEOGRÁFICA

- · País: Ecuador
- · Ciudad: Cuenca
- Provincia: Azuay
- · Zona: Urbana

DEMOGRÁFICA

USUARIO 1: NO DISEÑADORES

•	Género:	M-F	M-F
•	Edad:	25-40	41-65
•	Ocupación:	Estudiantes, profesionales	Profesionales
•	Educación:	Secundaria, 3er nivel	3er nivel
•	Estatus:	Media, media-alta	Media, media-alta
•	Estado civil:	Solteros, casados	Solteros, casados
	Etnia:	Mestizos	Mestizos



Imagen 3

USUARIO 2: DISEÑADORES

•	Género:	M-F	M-F
•	Edad:	20-40	41-65
•	Ocupación:	Diseñadores Gráfico	Diseñadores Gráficos
•	Educación:	Secundaria, 3er nivel	3er nivel
•	Estatus:	Media, media-alta	Media, media-alta
•	Estado civil:	Solteros, casados	Solteros, casados
	Etnia:	Mestizos	Mestizos



2.2. PERSONA DESIGN

PSICOGRÁFICA

USUARIO 1: NO DISEÑADORES

•	Personalidad:	Buscadores de novedades, cos- mopolitas, etc.
•	Intereses:	Familia, educación, trabajo, religión, etc.
•	Estilo de vida:	Lleva la vida de una persona de clase media que se sostiene de manera independiente y que aspira al ascenso económico y social. Parte de este ascenso significa acceder a la oferta cultural mercantil de la ciudad. Mestizos

USUARIO 2: DISEÑADORES

•	Personalidad:	Experimentador, emprendedor, audaz y práctico, maestro en el uso de una gran variedad de he- rramientas.
	Intereses:	Diseño, arte y cultura.
•	Valores:	Responsabilidad, sensibilidad, independencia, eficiencia, juventud, optimismo, etc.
	Hobbies:	Fotografía, cinematografía, ilus- tración, animación, 3D.
	Estilo de vida:	Lleva la vida de una persona de clase media que ha logrado acceder a un ingreso un poco mayor a la media lo cual le permite vivir de manera independiente. Sin embargo, estos ingresos generalmente no se justifican con la preparación de la persona.



lmagen 37.



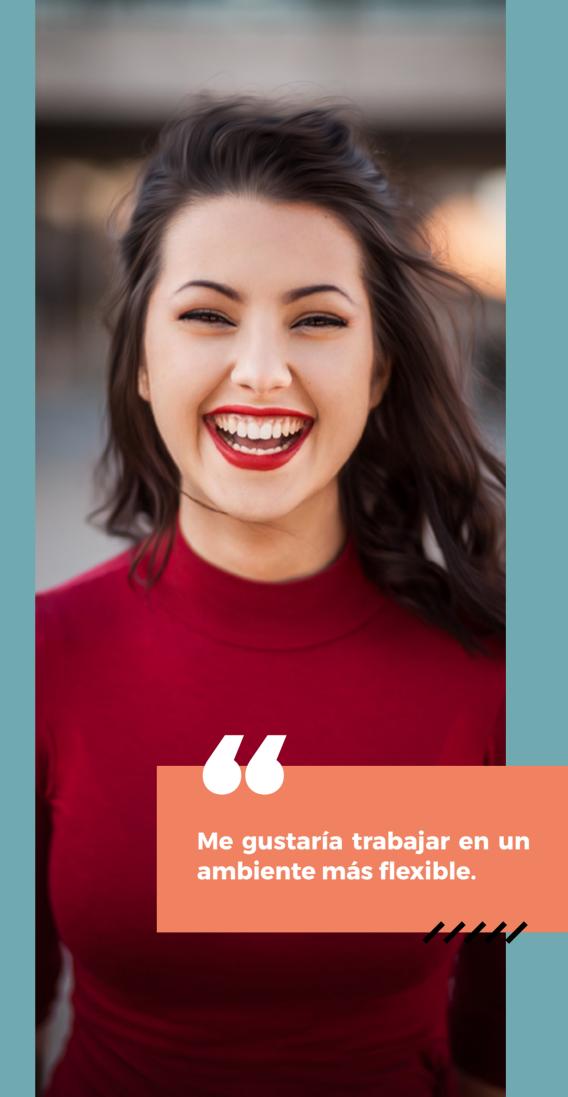
ESTUDIANTE DE DISEÑO GRÁFICO

Hola, mi nombre es Nicolás Pintado y tengo 20 años. Nací en Cuenca - Ecuador el 11 de febrero de 1999. Estoy estudiando una licenciatura en diseño gráfico en la Universidad del Azuay; actualmente en 4to ciclo.

He encontrado en la carrera que estoy siguiendo la posibilidad de expresarme de muchas maneras y sobre todo comenzar a conseguir algo de trabajo. En el colegio solía ser una persona no del todo sociable, muchos de mis gustos resultaban, a los ojos de los demás, como excentricidades. Muchos de ellos tuvieron que ser mantenidos en la vida privada debido a la constante descalificación de los mismos por mis compañeros y en muchas ocasiones también por mi familia y amigos.

A pesar de la fuerte presión que sentí para apagar mis habilidades, me hice camino en la carrera y ahora las cosas han cambiado radicalmente, mis habilidades no son únicamente apreciados por mis compañeros, sino también por profesionales de la industria de la comunicación y el marketing. A pesar de que tengo trabajos muy esporádicos, estos me han permitido aprender ciertas cosas que no se enseñan en las aulas de clases y tener un acceso que me ha permitido comprar ciertas herramientas que me han ayudado a potenciar mi creatividad.

Me gustaría estar graduado para poder recibir un salario más justo por mi trabajo. en la mayoría de ocasiones he tenido que recibir pagas realmente poco dignas por mi condición de no graduado.



NATALIA CABRERA LICENCIADA EN DISEÑO GRÁFICO

Hola, mi nombre es Natalia Cabrera y tengo 25 años. Nací en Cuenca - Ecuador el 15 de Junio de 1994. Soy diseñadora gráfica, me gradué en la Universidad Estatal de Cuenca y trabajo en una agencia de publicidad y diseño gráfico de mi ciudad.

Durante mis primeros meses de trabajo estaba realmente contenta con las nuevas dinámicas que la vida laboral había traído a mi vida, parecía que la preparación que recibí había encontrado su catalizador y que iba a poder poner a prueba todo mi potencial. Con el paso del tiempo me he encontrado realizando tareas cada vez más monótonas y mecánicas; mientras más han aumentado mis habilidades y más eficiente me he vuelto, más trabajo me han comenzado a encargar. Ahora recibo el mismo salario por hacer más del triple del trabajo que comencé haciendo y, a menos que haga una maestría o algún tipo de especialización, mi aspiración de un mejor salario se ve muy lejos en el horizonte.

El trabajo monótono me ha tenido pensando (y a otros colegas también) en crear una pequeña empresa entre nosotros y comenzar a tomar trabajos pequeños. Llevamos hablando de esto ya bastante tiempo pero tenemos miedo de que las cosas no sean tan fáciles como las imaginamos y que tengamos que regresar a pedir trabajo en el mismo lugar. No hemos logrado conseguir salarios mayores a los 500 dólares a pesar de que estamos muy calificados para hacer el trabajo por el que se nos paga.

Me gustaría poder trabajar en un ambiente más flexible, en el cual el trabajo no sea tan monótono y que no se me explote de la manera en la que lo hacen. Quisiera tener más tiempo para diseñar con gusto y que mi opinión en el resultado final de mi trabajo, sea más tomado en cuenta.



EMPRENDEDOR, TERCER NIVEL

Hola, mi nombre es Hector Cedillo y tengo 35 años. Nací en Cuenca - Ecuador el 17 de Julio de 1984. Soy magister en dirección de arte y publicidad, me gradué en la Universidad de arte de Barcelona - España y soy dueño de una de las empresas de diseño gráfico y publicidad más reconocidas de mi ciudad y el país.

Siempre quise trabajar de manera independiente, por eso, desde que regresé de realizar mi especialización comencé a hacer trabajos en colaboración con diseñadores recién graduados que tenían talento. Desde entonces, hemos crecido mucho y los valores que mi empresa ha demostrado a lo largo de estos años nos han llevado a ser una de las principales opciones para manejo de imagen de las mejores empresas de la ciudad y del país.

Los tiempos han ido cambiando y el trabajo por encargo es cada vez más demandado.

El único problema que tenemos con eso es que por falta de regulación, hay personas que rompen el mercado con precios absurdos; prefieren perder contal de conseguir el trabajo. Frente a esto he pensado últimamente en cómo adaptarme a este nuevo mercado, sin tener que recortar personal ni llegar a competir con precios absurdos.

Muchos de mis trabajadores también son trabajadores por encargo, siempre les viene bien ese ingreso extra que no pueden ganar en la empresa. Para mi es muy beneficioso porque eso les ayuda a crecer profesionalmente y salir de la, a veces, monótona tarea que realizamos aquí.

He pensado en emprender otros negocios relacionados con las artes gráficas y la publicidad pero tengo que analizar muy bien los cambios que ha venido sufriendo el mercado. Por el momento seguimos caracterizándose por nuestra eficiencia y la calidad de nuestro trabajo.



DENTISTA, MADRE DE FAMILIA

Hola, mi nombre es Isabel Galarza y tengo 38 años. Nací en Cuenca - Ecuador el 14 de Julio de 1981. Soy odontólogo graduada en la Universidad Estatal de Cuenca-Ecuador. Soy dueña de una clínica dental y trabajo de manera independiente desde hace 12 años.

Hace poco renové la imagen de mi clínica y el trabajo de conseguir los diseñadores adecuados fue muy arduo. Conseguir lo que uno se imagina con el precio que a uno le gustaría pagar es una tarea que realmente la veía como imposible.

Aún queda trabajo por hacer, estuve con dos diseñadores y tuve problemas con los tiempos de entrega y el trabajo de uno de ellos era realmente muy lejano al resultado que se había proyectado en un inicio y nos tocó dejar la implementación de lado a pesar de que pagué por el trabajo.

Me gustaría pensar que esta es una alternativa para quienes no estamos vinculados con el mercado del diseño gráfico y, sobre todo, para quienes carecemos del tiempo para buscar diversidad de oferta en distintos lugares.

Quisiera tener opciones que me den resultados más eficaces. Mi trabajo no me permite darle mucho tiempo a la supervición del trabajo, sería interesante ver, de manera pre- via, la calidad del trabajo por el cual voy optar.

2.3. PARTIDOS DE DISEÑO

2.3.1. FORMA

SOPORTE

Para este tipo de producto es primordial pensar en un soporte que permita al usuario la interacción y el intercambio de información inmediato e intuitivo. Se recomienda realizar una página web responsiva al más alto nivel, de tal forma que el usuario pueda acceder a ella desde todo tipo de dispositivos. También, siguiendo la misma lógica, es necesaria la creación de una aplicación que permita al usuario acceder de manera más inmediata sin tener que ingresar mediante un navegador en sus dispositivos móviles.

TIPOGRAFÍA

Se usará tipografía Sans Serif con el fin de favorecer la legibilidad: son reconocidas rápidamente y su morfología evita cualquier tipo de ambigüedad; además se recomienda su uso en la web y apps.

Para los textos corridos se recomienda usar tamaños desde los 18 hasta 24 puntos. En los títulos o encabezados se puede aumentar considerablemente el tamaño de acuerdo a criterios de funcionalidad.

CROMÁTICA

Las personas se ven afectadas psicológicamente por el color más de lo que comunmente se piensa. Esto no se restringe a la apreciación estética, es, más bien, una cuestión semántica y simbólica. La gama de colores que será usada pretende persuadir emocionalmente a los usuarios.

La escala cromática principal estará conformada por colores cálidos (entre el amarillo y el naranja), capaces de hacerte sentir optimista, joven y alegre; proponiendo un ambiente veraniego, inclusive en los días más grises.

El color evoca a la miel de abeja y a los productos derivados de la misma: vívido, cálido, energizante y fascinante. Leatrice Eiseman dice que "debido a que los consumidores anhelan la interacción humana y la conexión social, las cualidades humanizantes y alentadoras mostradas por los tonos cálidos, alcanzan un acorde sensible". (Pantone, 2019).

La escala cromática secundaria está construída en base a tonos complementarios a la escala principal. Esta no deberá perder protagonismo, sino incrementar el protagonismo de la escala principal.

FOTOGRAFÍA

El uso de la fotografía es primordial para este tipo de propuesta de diseño. Se busca mostrar es al diseñador, a la persona que va a brindar sus servicios y a toda la comunidad que lo respalda. Por lo tanto, la fotografía es el identificador y la referencia más fiel de con quién se está trabajando; válido también para los muchos productos y servicios que se ofertarán.

Es importante que la fotografía tenga su debida elaboración ya que será, conjuntamente con el portafolio, la carta de presentación de los diseñadores que brindarán su servicio en la plataforma.

Se usarán carruseles y galerías para mostrar los productos y servicios.

ANIMACIÓN

La animación es importante para darle dinamismo a la plataforma. Si bien es un medio formal, se tiene que denotar creatividad, flexibilidad e innovación. Por lo tanto, un diseño demasiado rígido no se considera como una opción.

Los textos estarán animados y las transiciones entre pantallas deberán ser de una animación fluida y suave. También es importante señalar que toda interacción con la plataforma tiene que estar animada para dotar a la página de ritmo.

Por último, las galerías estarán animadas dependiendo de cómo desee mostrar su producto o servicio (el individuo que lo oferta).

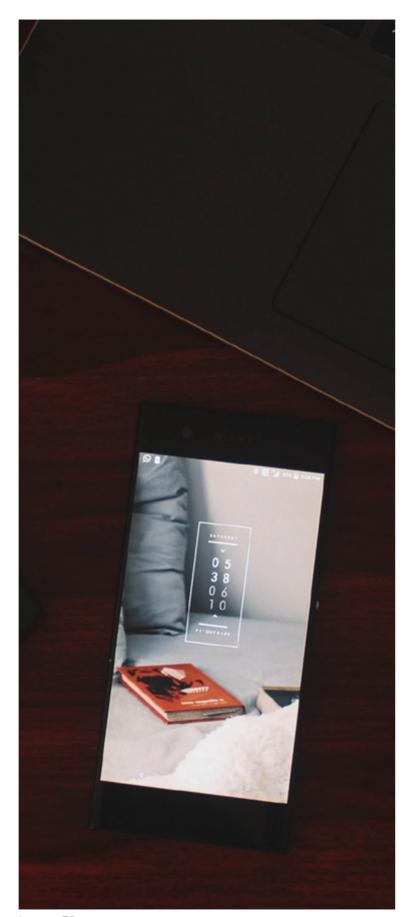


Imagen 39.

2.3.2. FUNCIÓN

El producto final será una aplicación móvil que permitirá a los usuarios que buscan servicios de diseño gráfico encontrar los mismos con prontitud y, además, tener la garantía de que el intercambio se va a realizar de manera legal y eficiente (tanto por quien realiza la oferta como por quien demanda el produco o servicio).

Este producto suministrará información de manera concreta e intuitiva, de tal manera que las transacciones puedan ser realizadas con la velocidad pertinente y que exista una garantía de que el producto (o servicio) será entregado según los términos estipulados en la plataforma. Como método de garantía utilizaremos la potencialidad de la forma (recursos del diseño) para poder comunicar de manera correcta y clara los servicios que brindará la plataforma.



lmagen 40.



Imagen 41.

2.3.3. TECNOLOGÍA

Para la creación tanto de la aplicación móvil se usará el siguiente software:

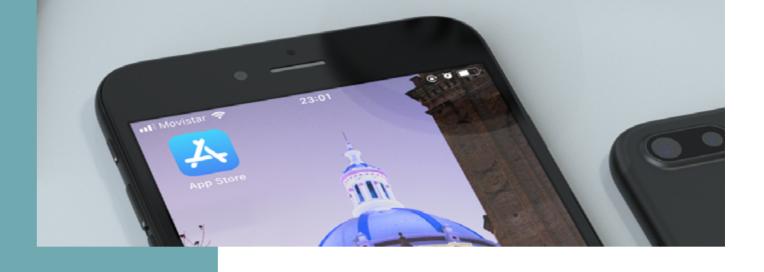
- Adobe Photoshop
- Capture One
- Adobe Illustrator
- Adobe XD
- Adobe Muse
- · Adobe After Effects

Al ser un producto meramente digital, se entiende de antemano que debe existir un despliegue ténico y tecnológico fundamental.

Sin el metatexto no sería posible plantear un proyecto con los mismos alcances. De la misma forma, sin el internet y las computadoras sería impensable que el metatexto tenga los niveles de versatilidad que se tienen hoy en día. Por último, las pantallas son parte del panoráma y sin sus favores tecnológicos y pontencial interactivo no sería posible llevar a cabo un producto así.

Será diseñada para iOS y se podrá descargar de sus respectivas App Stores.





2.4. PLAN DE NEGOCIOS

El plan de negocios es un documento que incluye básicamente los objetivos de tu empresa (producto/servicio), las estrategias para conseguirlos, la estructura organizacional, el monto de inversión que requieres para financiar tu proyecto y soluciones para resolver problemas futuros (tanto internos como del entorno).

PRODUCTO

El producto consiste en una aplicación móvil (APP) que permite ofertar (diseñadores) y acceder a servicios (usuario no diseñador) y productos del diseño gráfico. Este producto estará diseñado para resolver necesidades del usuario de manera veloz y eficiente.

PRECIO

El costo del producto, en un inicio será similar al de una suscripción a Spotify, 2.99 dólares al mes; habrá un periodo de prueba de 45 días para probar los servicios.

Una segunda opción propone brindar el servicio de manera gratuita.

PLAZA

Este producto estará disponible en la APP Store, a la web se puede acceder desde cualquier explorador.

Instagram CREATIVA OQP asodisenouda ¡Únete a la mejor comunidad de creativos del país! #colmenacreativa (+)

PROMOCIÓN

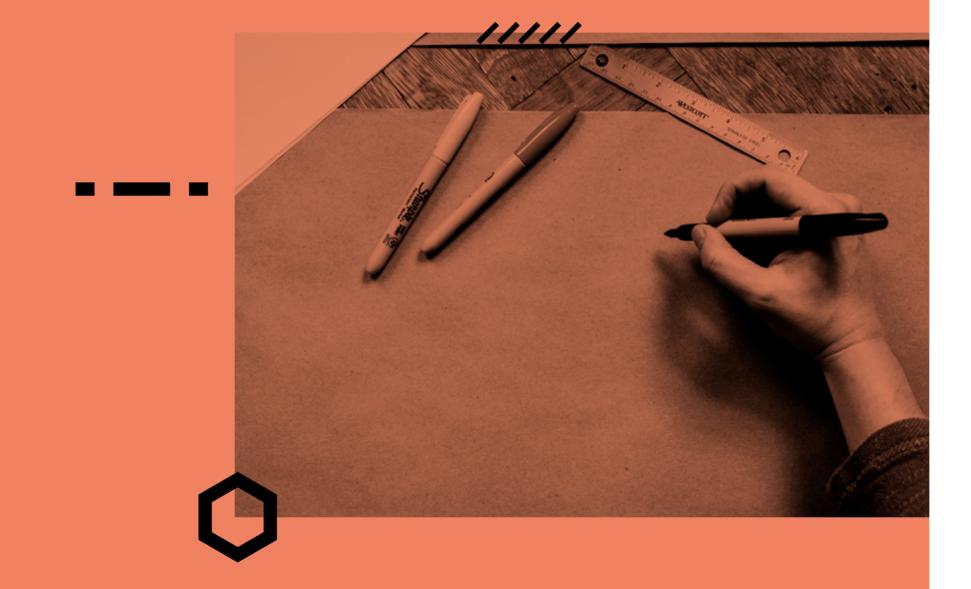
Se realizará una campaña publicitaria en Facebook e Instagram. Esta nos brindará información acerca del uso de la plataforma y de los servicios que estarán disponibles. Se la realizará a través de la producción de video y fotografía publicitaria que ayudará al usuario a conocer de mejor manera la APP.

En el caso del video, se realizarán pequeñas pastillas (videos) publicitarios en los cuales diseñadores gráficos contarán sus experiencias como diseñadores freelance y su experiencia particular con la APP. También, pequeños videos de diseñadores mostrando y explicando funciones específicas de la aplicación. Estos vídeos durarán entre 10 y 15 segundos, y serán realizados tanto para post como para historias.

En el caso de la fotografía, se retrataran a reconocidos diseñadores gráficos del medio. Se acompañarán los retratos con diseño gráfico, resultando en concreciones gráficas que la relación del diseñador con la APP: para ello se utilizarán frases o pequeños comentarios que tengan los diseñadores acerca de su experiencia con la APP. Se realizarán tanto para post como para historias.

A continuación se muestra de qué manera estará colocado dicho material en Facebook e Instagram:





- GENERACIÓN DE IDEAS
- **IDEAS FINALES**

INTRODUCCIÓN

A este capítulo le corresponde el primer acercamiento creativo tangible de este proyecto. Se utiliza como metología la lluvia de ideas y posteriormente la filtración de las que se consideran como las más idóneas. De todas estas ideas nos quedamos con 3 que son consideradas ya como propuestas finales y a través de las cuales se puede filtrar una idea principal que será presentada a manera de boceto al final de este capítulo.

11111

A este capítulo le corresponde plantear los fundamentos de lo que será el desarollo y concreción gráfica del producto final, por lo tanto las ideas que se presetarán a continuación se plantearon todas como posibles propuestas finales y el producto final es el resultado de abstraer las mejores características de cada una de ellas.



3.1. GENERACIÓN DE IDEAS

11111

DELIVERY APP

Abstrayendo elementos gráficos y funcionales de una delivery APP se propone realizar una aplicación en la cual el usuario pueda satisfacer sus requerimientos con la mayor velocidad posible y, de ser necesario, que los productos sean entregados en el domicilio o en el lugar en el que se encuentre el usuario. El delivery vendría por parte de la empresa (plataforma) y se lo añadiría a la cuenta total de la transacción.

Referencia: GRUBHUB

CROWDFUNDING APP

En vista de la desvalorización del mercado laboral de los diseñadores y del poco respaldo del estado para la realización de proyectos comunitarios de diseño (siempre hay que bus- car inversión privada) es necesaria la creación de una plataforma que ayude a diseñadores y artistas locales a financiar sus proyectos. Quienes aporten a estos proyectos tendrán participación en el desarrollo de los mismos y serán (dependiendo del proyecto) acreedores a parte del producto resultante.

Referencia: KICK STARTER

JOB SEARCH APP

La incorporación de los institutos tecnológicos a la oferta de educación superior y la ampliación en la oferta de licenciaturas en diseño en la ciudad ha causado que, en gran medida, muchos recién graduados y profesionales (con años de experiencia en el area) se encuentren sometidos a situaciones laborales precarias.

Los costos de la educación no se ven reflejados en los salarios promedio que un diseñador gráfico en la ciudad aspira percibir. Esto ha ocasionado que muchos diseñadores se dediquen a otro tipo de labores, en ocasiones totalmente distantes de su campo laboral.

Esta App está diseñada para todos los diseñadores gráficos que se encuentran en una situación laboral inestable o que necesitan una fuente de ingreso extra.

La plataforma tiene comunicación directa con distintos sectores industriales y de servicios de la ciudad que necesitan servicios de diseño gráfico y presenta una suerte de páginas amarillas digitales. Aquí los diseñadores gráficos de la ciudad pueden ingresar para buscar plazas de trabajo.

La plataforma sirve de intermediario, o como primer filtro, antes de llevar a esos diseñadores a las empresas o instituciones que buscan los servicios de diseño gráfico, para que así haya una dinámica constructiva y eficaz entre oferta y demanda de trabajo.

Referencia: INDEED

TRAVEL APP

Plataforma de servicio para colectivos freelance o agencias de diseñadores freelance.

DIRECTORIO FREELANCE: se mostrará ubicación, calificación y contacto de agencias o colectivos de diseño gráfico independientes.

Referencia: RESIDENT ADVISOR

MARKET PLACE APP

Mercado del diseñador: plataforma que ofertará tanto servicios de diseño como insumos para los diseñadores.

La estructura del sitio es sencilla: servicios - insumos. Dentro de los servicios se realizará una tipología bastante sintética de las distintas áreas del diseño gráfico. En la parte de los insumos sería interesante también ofertar insumos tecnológicos y se venderían plazas para publicidad.

LIFESTYLE APP

Tomando como referencia a Get the flight out, se plantea hacer una Plataforma/APP en la que cualquier persona que busque un servicio específico de diseño gráfico pueda entrar y encontrarse con que ciertos diseñadores, agencias, etc. están ofertando un servicio determinado a mejor precio que la competencia, por ejemplo:

X persona está buscando un diseñador para realizar una página web, después de ver algunas cotizaciones entra a la App en busca de una oferta de diseño web que, de preferencia, se encuentre disponible a menor costo.

Referencia: GTFO

AROUND ME APP

Es la clásica APP Around Me que permite encontrar lo que se desea en la zona en la que se encuentra el usuario. Se extrapolaría esta idea a solventar distintas necesidad de servicios

de diseño gráfico en un area específica: estoy en (Cuenca) en X zona y necesito una persona que resuelva con rapidez X requerimiento que implica las destrezas de un diseñador gráfico. Se despliega un Mapa en el cual se muestran los perfiles activos de diseñadores que se encuentran disponibles en el are y que están dispuestos a brindar sus servicios. Se puede ver todos los que están disponibles en la ciu- dad pero el usuario se comunicará con el que más le convenga de acuerdo a un criterio de localización.

Referencia: YELP (tipología de diseño)

ON DEMAND APP

Plataforma que facilitará el intercambio comercial entre usuarios y diseñadores gráficos. Funcionaría a modo de buscador en el cual el usuario ingresará palabras claves que lo ayudarán a encontrar de manera más eficaz lo que necesita, por ejemplo: diseño de logo para negocio. Inmediatamente después de la búsqueda, se desplegarán una serie de perfiles, organizados de acuerdo a los criterios de la búsqueda y a la calificación que tengan los diseñadores en el campo específico que se haya requerido.

Referencia: UBER

CROWDSOURCING APP

Se propone una plataforma de servicios free lance que funcione al mismo tiempo como un gremio. La idea fundamental de esta App sería regularizar un mercado que no se encuentra regularizado desde el estado. En una charla de economía dictada en la Universidad del Azuay un economista mostró como el INEC no tiene ningún tipo de consideración respecto al FREELANCE dentro de las categorías del empleo.

En el mejor de los casos los casos que se corresponden conatividades freelance se podrían encajar, a la fuerza, en lo que el INEC denomina como subempleo o empleo informal.

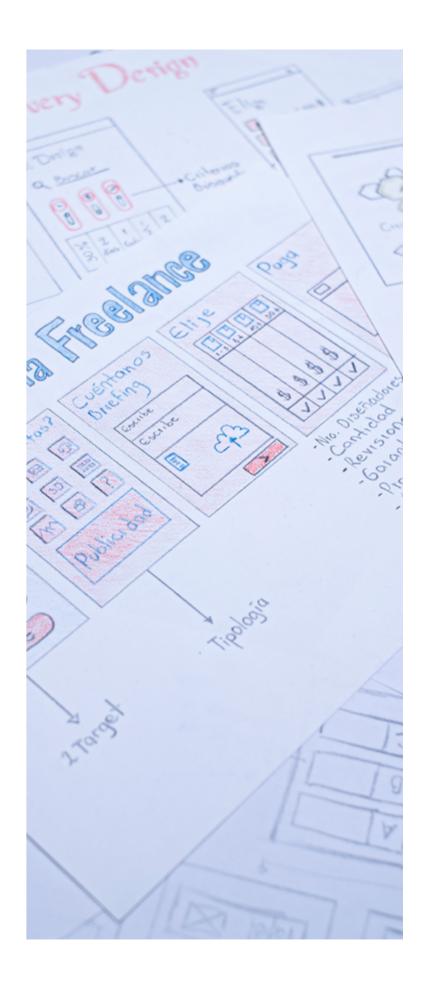
La plataforma, además de ofertar servicios free lance, regularía los precios de este mercado (que se encuentra en una situación de precariedad extrema en el medio) y "agremiaría" a quien lo desee para así gozar de los beneficios de la plataforma.

Referencia: ELANCE

FOOD DELIVERY APP

Servicio de Delivery para diseñadores. Se hará delivery tanto de los productos que hayan sido realizado por los diseñadores pertenecientes a la plataforma como de insumos que necesiten dichos diseñadores. Esta plataforma funciona de manera similar a un food delivery App con la única diferencia que quienes realizan las entregas están al tanto de los productos que se requieren o entregan.

Referencia: GLOVO





3.2. IDEAS FINALES



Imagen 45.

FIND A JOB APP/PLATAFORMA

3.2.1. DELIVERY DESIGN

FORMA

PLATAFORMA / APP

App que permite al usuario acceder al servicio de manera inmediata, sin necesidad de ingresar mediante un navegador en su dispositivo móvil. Se concreta como una herramienta capaz de satisfacer la oferta y demanda de servicios freelance de diseño gráfico de manera inmediata y eficaz. Pensada para sortear las limitaciones físicas y temporales de la contratación formal de servicios de diseño gráfico, utilizando la tecnología para garantizar la satisfacción de quien requiere el servicio como de quien lo oferta.

CROMÁTICA

- Pantone (19-4053 TCX) Turkish Sea / RGB:
 (25 81 144) / HEX: 195190
- Pantone (13-4810 TCX) Limpet Shell / RGB:
 (152 221 222) / HEX: 98DDDE
- Pantone (16-1546 TCX) Living Coral / RGB:
 (255 111 97) / HEX: FF6F61

TIPOGRAFÍA

Tipografía Sans Serif como es recomendado para soportes web.

FOTOGRAFÍA

Uso de fotografía profesional para las diferentes aplicaciones en la plataforma.

FUNCIÓN

Permitirá a diseñadores gráficos, empresas y/o particulares acceder al mercado laboral del diseño gráfico (oferta y demanda) con prontitud además de garantizar un intercambio eficaz y veloz entre las partes.

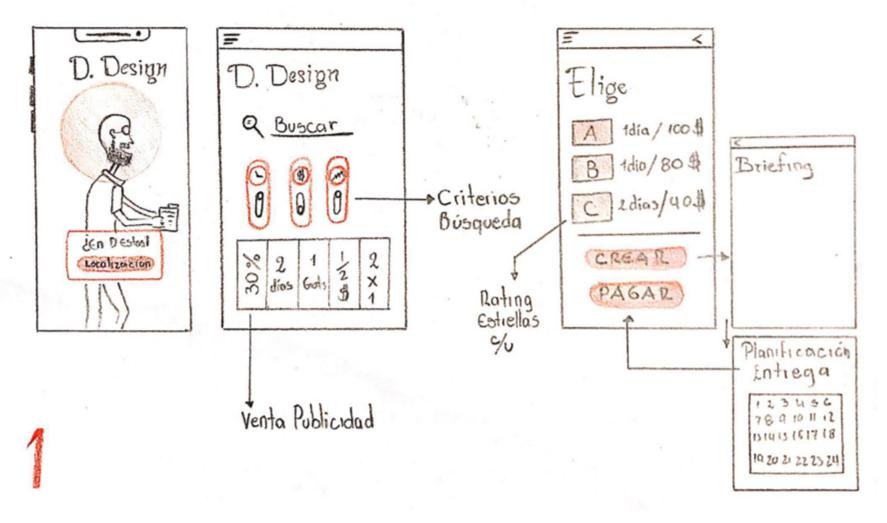
La APP suministrará información de manera concreta e intuitiva, de tal manera que los interesados puedan satisfacer sus necesidades sin riesgo a confusión ni ambigüedades. Para garantizar lo dicho anteriormente se utilizará la potencialidad de la forma (recursos del diseño) para poder comunicar de manera correcta y clara los servicios que pretende brindar la plataforma.

TECNOLOGÍA

Para la creación tanto del portal Web como de la APP se usará el siguiente software:

- Adobe Photoshop
- Capture One
- Adobe Illustrator
- Adobe XD
- Adobe Muse
- Adobe After Effects

Delivery Design



ON DEMAND APP/PLATAFORMA

3.2.2. AGENCIA FREELANCE

FORMA

PLATAFORMA / APP

Aplicación móvil que permite al usuario (no diseñador) buscar en su área geográfica oferta laboral de diseño gráfico de manera inmediata. Por otro lado, para el usuario (diseñador) ofertar su trabajo en tiempo real y poder laborar paralelamente como freelances y como asalariado formal.

CROMÁTICA

- Pantone (19-4053 TCX) Turkish Sea / RGB:
 (25 81 144) / HEX: 195190
- Pantone (13-4810 TCX) Limpet Shell / RGB:
 (152 221 222) / HEX: 98DDDE
- Pantone (16-1546 TCX) Living Coral / RGB:
 (255 111 97) / HEX: FF6F61

TIPOGRAFÍA

Uso de fotografía publicitaria en las diferentes instancias de la APP.

FOTOGRAFÍA

Uso de fotografía "profesional" para las diferentes aplicaciones en la plataforma.

FUNCIÓN

La función central como herramienta tendrá la forma de un motor de búsqueda (google, yahoo, Bing). El cual será programado para dar resultados de acuerdo a una tipología de los distintos servicios que puede brindar un diseñador gráfico. Se usarán TAGS para facilitar la búsqueda.

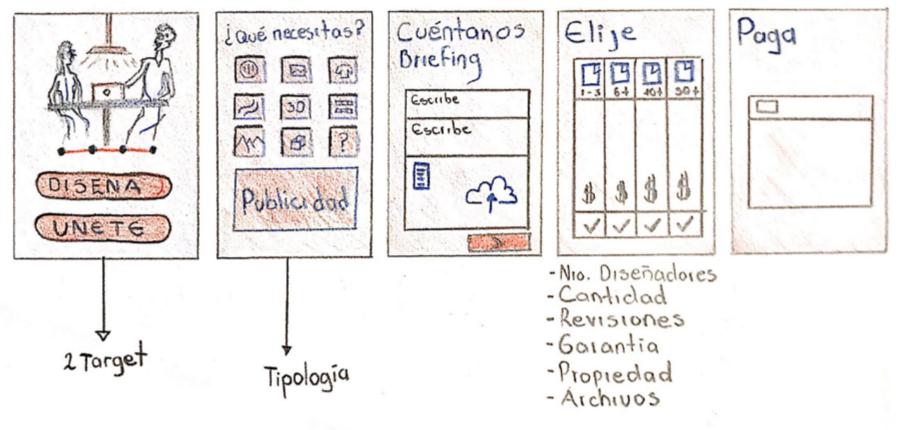
La APP suministrará y recibirá información de manera concreta, de tal manera que los interesados puedan satisfacer sus necesidades de manera directa, sin ambigüedades.

TECNOLOGÍA

Para la creación tanto del portal Web como de la APP se usará el siguiente software:

- Adobe Photoshop Capture One
- Adobe Illustrator
- Adobe XD
- Adobe Muse
- Adobe After Effects

Agencia Freelance



AROUND ME APP/PLATAFORMA

3.2.3. CREATIVE HIVE

FORMA

PLATAFORMA / APP

Aplicación móvil que funciona en base a un geolocalizador. Los usuarios otorgan su ubicación a la aplicación y esto define geográficamente el mercado. De acuerdo a la ubicación (en este caso particular Cuenca-Ecuador) se muestran los resultados de la oferta laboral circundante.

CROMÁTICA

- Pantone (19-4053 TCX) Turkish Sea / RGB:
 (25 81 144) / HEX: 195190
- Pantone (13-4810 TCX) Limpet Shell / RGB:
 (152 221 222) / HEX: 98DDDE
- Pantone (16-1546 TCX) Living Coral / RGB:
 (255 111 97) / HEX: FF6F61

TIPOGRAFÍA

Tipografía Sans Serif como es recomendado para soportes web.

FOTOGRAFÍA

Uso de fotografía publicitaria para las diferentes instancias de la plataforma.

FUNCIÓN

Aplicación móvil con funciones de geolocalización, que será programada para encontrar a diseñadores con oferta laboral activa en el área especificada.

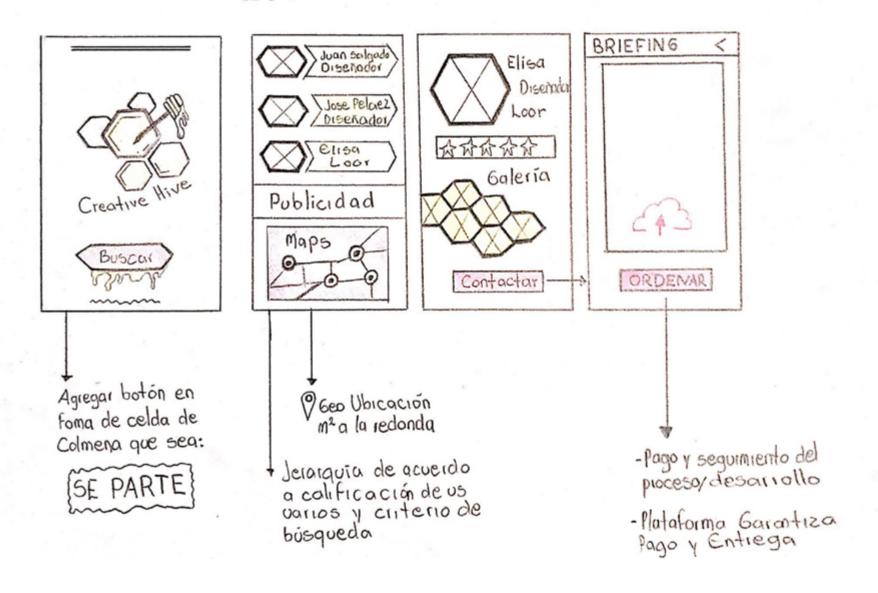
La aplicación móvil deberá recibir y suministrar información de manera concreta e intuitiva, de tal manera que los usuarios puedan satisfacer sus necesidades de manera directa.

TECNOLOGÍA

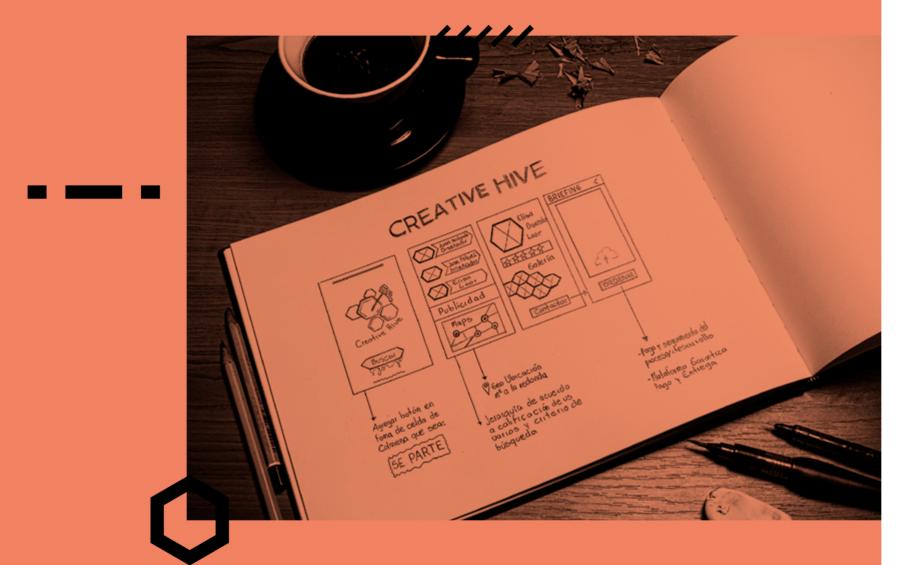
Para la creación tanto del portal Web como de la APP se usará el siguiente software:

- Adobe Photoshop
- Capture One
- Adobe Illustrator
- Adobe XD
- Adobe Muse
- Adobe After Effects

CREATIVE HIVE



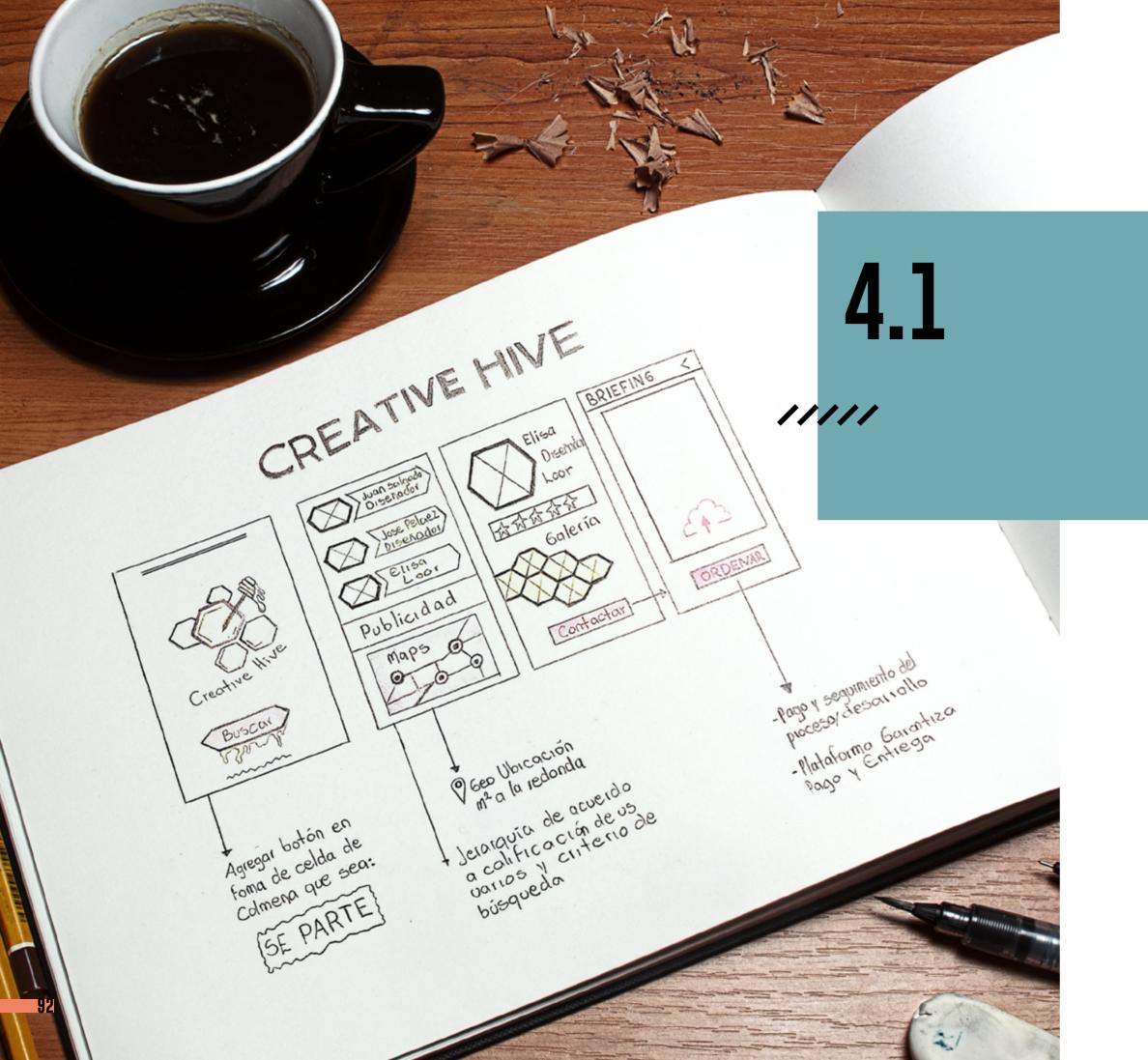
QΩ



- GENERACIÓN DE IDEAS
- IDEAS FINALES

INTRODUCCIÓN ////

A continuación se mostrará el proceso de creación del prototipo final: la propuesta cromática, morfológica, tipográfica y de diagramación. Se expondrán los criterios utilizados para la elección de cada una de las constantes y variables y se presentarán aplicaciones del sistéma gráfico en distintos soportes. El prototipo funcional será entregado en un dispositivo de almacenamiento y de manera funcional en dos dispositivos móviles: celular y tablet.





PROCESO DE CREACIÓN Y CONCRECIÓN



4.1.1. DESCRIPCIÓN GENERAL

El Isologo se resuelve morfológicamente en base a hexágonos y círculos, siendo 1X y 1Z las únidades morfológicas básicas: un hexagono y un círculo respectivamente. La concreción del isologo se realiza mediante la abstracción gráfica de la celda de un panal de abejas (como representación de una colmena), la abstracción de un lápiz (como representación de la creatividad), y una mano de la cual chorrea miel (para reforzar el concepto de la colmena y de su delicioso producto).

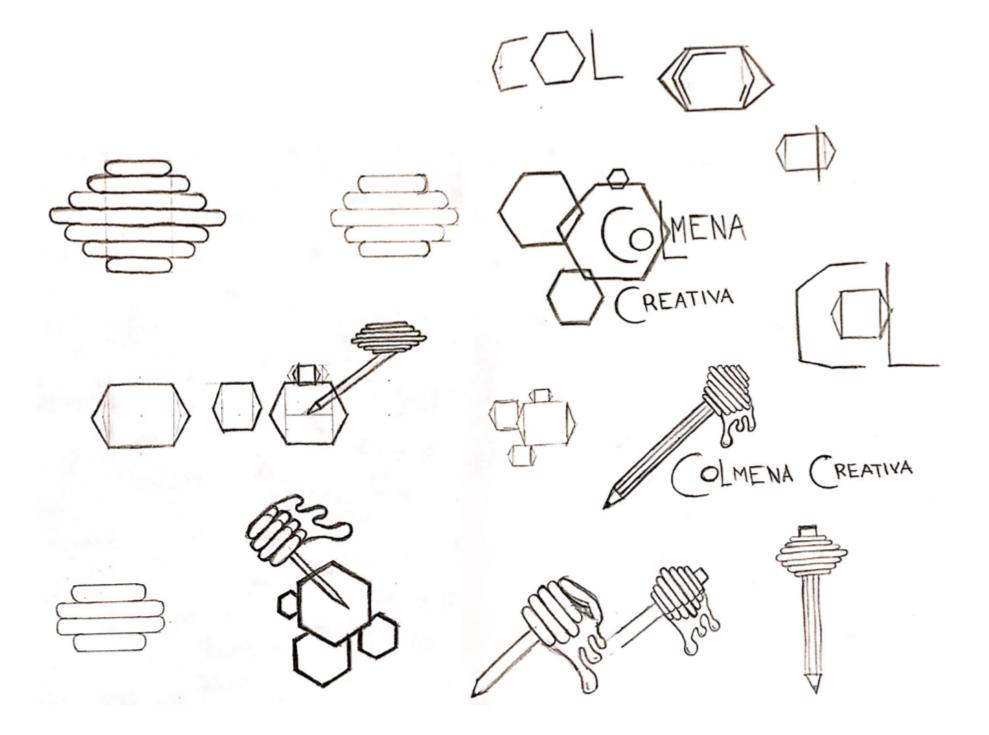
En cuanto a la tipografía, se utiliza una fuente Sans Serif de peso cercano al que conforma la morfología de las celdas y la línea con la cual están construídas tanto el lápiz, la mano y la miel. La tipografía además se ha pensado para funcionar en concordancia con la tipografía utilizada en la APP, que es también una fuente Sans Serif; y la concordancia está dada por criterios de legibilidad y soporte: se recomienda el uso de tipografía sans serif para soportes web y pantallas.

Para finalizar, la cromática se inspiró principalmente en los tonos encontrados en las abejas, sus panales y la miel. Se realizó una escala cromática que represente de manera cercana los puntos de referencia y se construyó utilizando colores Pantone análogos.

A continuación se presentará el proceso creativo del Isologo y su concreción.

4.1.2. BOCETOS

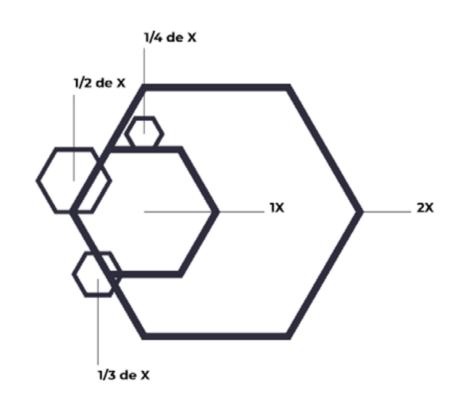
Bocetación inicial, filtración e idea final.



4.1.3. VECTORIZACIÓN Y MALLA

A continuación se evidencia el proceso creativo del Isologo, se detallan las características constructivas y su justificación geométrica.

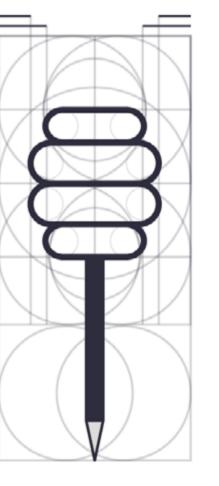
La unidad básica está conformada por un hexágono convexo de 70mm de ancho y 60mm de alto; esta figura es el equivalente de 1X y su aumento o disminución han sido realizados de manera geométrica, es decir: 1/2 de X, 2X, 1/3 de X, 1/4 de X. A continuación una imágen para ilustrar de mejor manera esta secuencia:



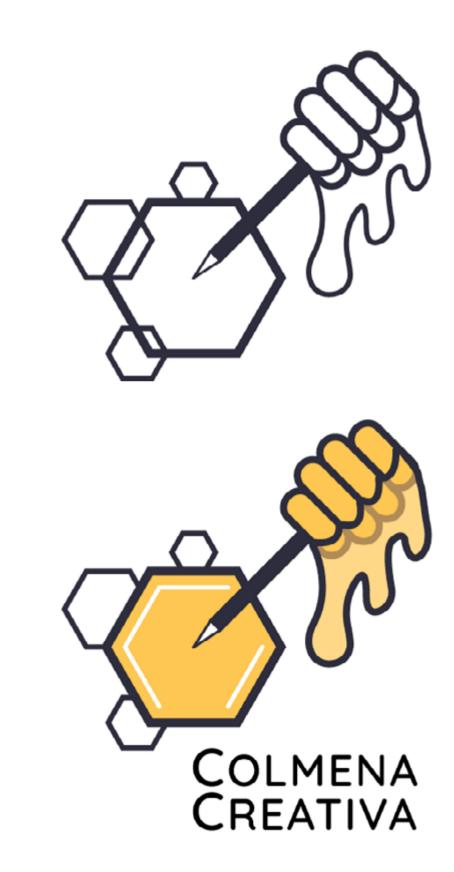
Las unidades complementarias están compuesta por el círculo y el rectángulo, a continuación, su justificación geométrica:

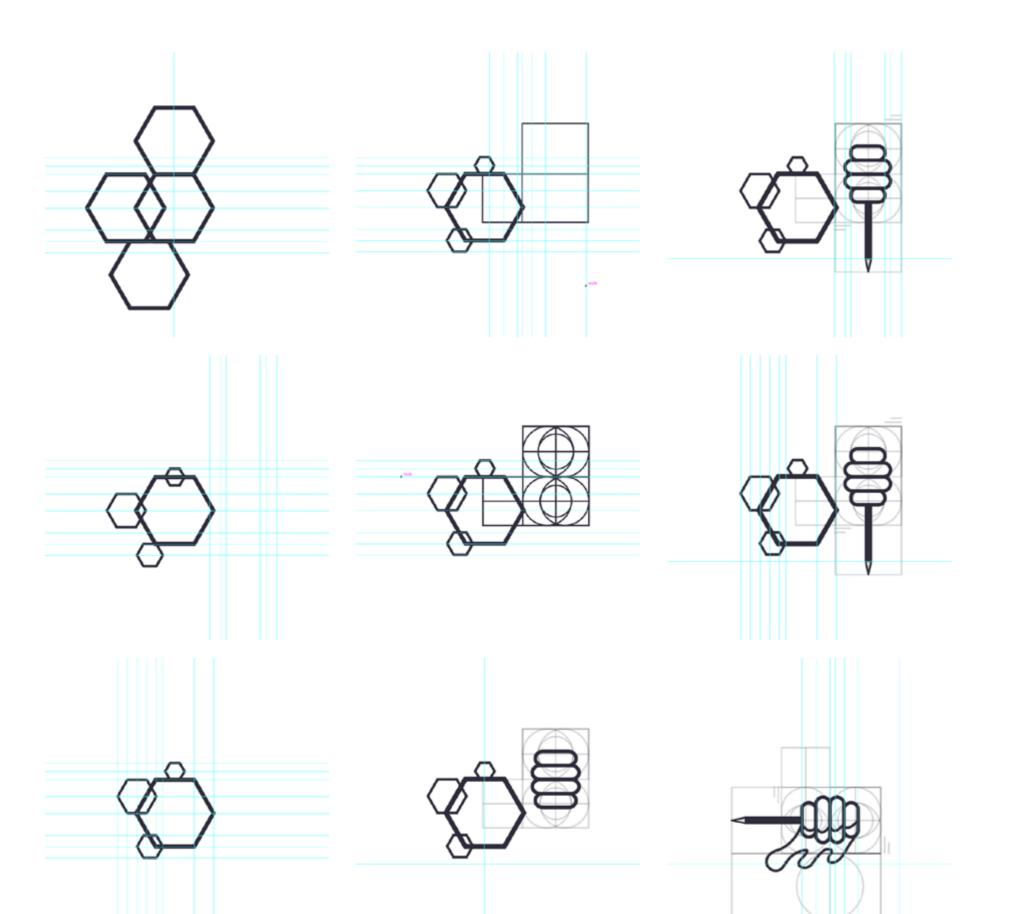
El grosor de las líneas es de: 10 puntos para 1X, 6 puntos para 1/2, 1/3 y 1/4 de X. Para las figuras complementarias 8 puntos para todas las líneas.

JUSTIFICACIÓN COMPLEMENTARIA



4.1.4. CONCRECIÓN MORFOLÓGICA FINAL









4.2. APLICACIÓN

APLICACIÓN MÓVIL



4.2.1. CONSIDERACIONES GENERALES

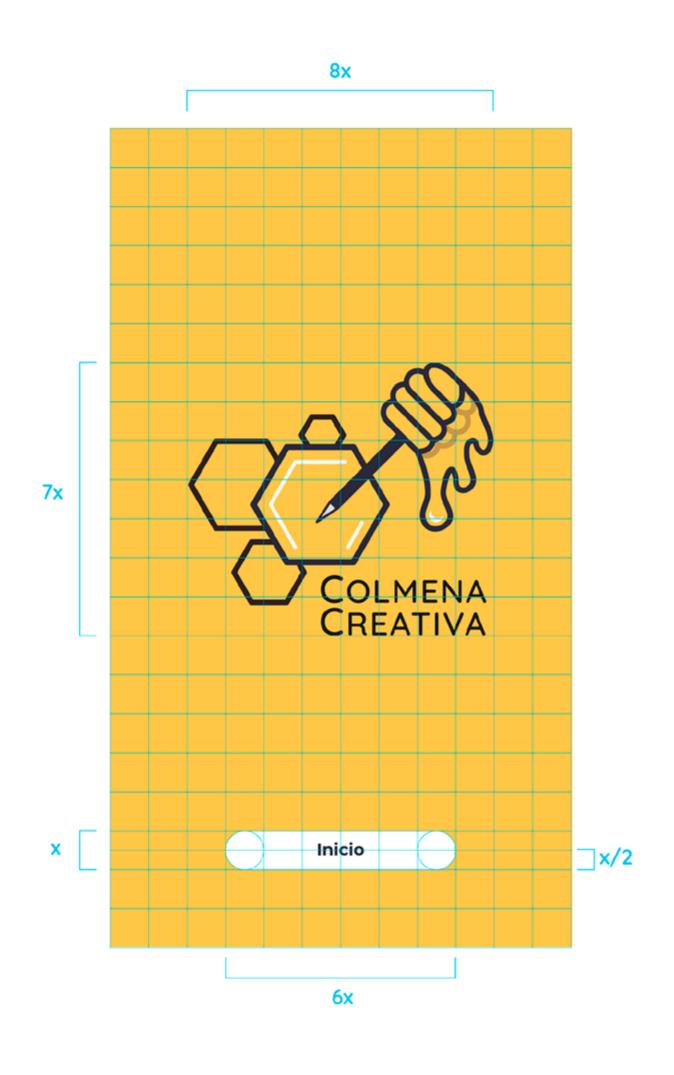
Después de haber completado el cuerpo de trabajo anteriormente presentado, es momento de evidenciar la concreción gráfica, funcional y comunicacional de nuestro producto final. A continuación, se desglosarán cada uno de estos puntos y se mostrará de qué manera fue realizado este producto y de acuerdo a qué criterios. La App está diseñada para el sistema operativo móvil de Apple, iOS.

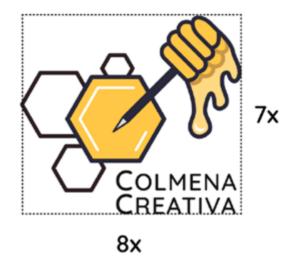
4.2.2. INTERFAZ GRÁFICA

A continuación será presentada la interfaz gráfica. Se mostrará una secuencia lógica de las pantallas que la conforman, sin embargo su funcionalidad e interacción serán presentadas posteriormente. En cada una de las pantallas se justificará la diagramación de los contenidos y de los elementos gráficos. Se acompañarán con textos complementarios que aclararán ciertos detalles de las decisiones creativas.

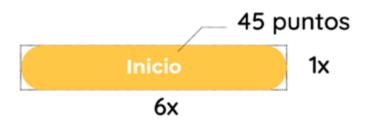
DIAGRAMACIÓN

La diagramación es modular. Siendo la unidad básica X (103,5 px de ancho por 104,661 px de alto) la interfaz está compuesta por 12X de ancho por 21X de alto. Dentro de esta malla están construidos los elementos gráficos que componen la interfaz: botonería, cajas de texto, íconos, etc.

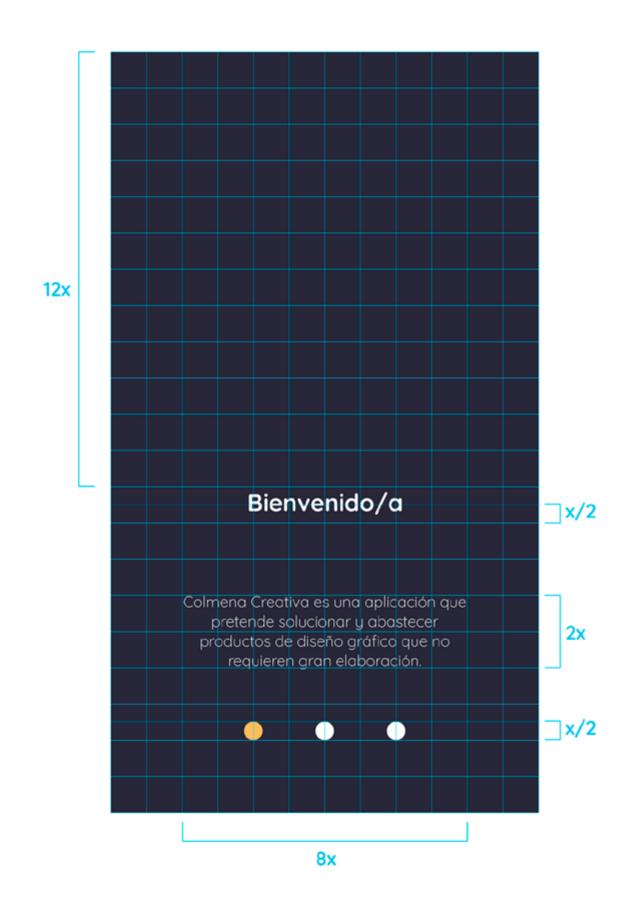


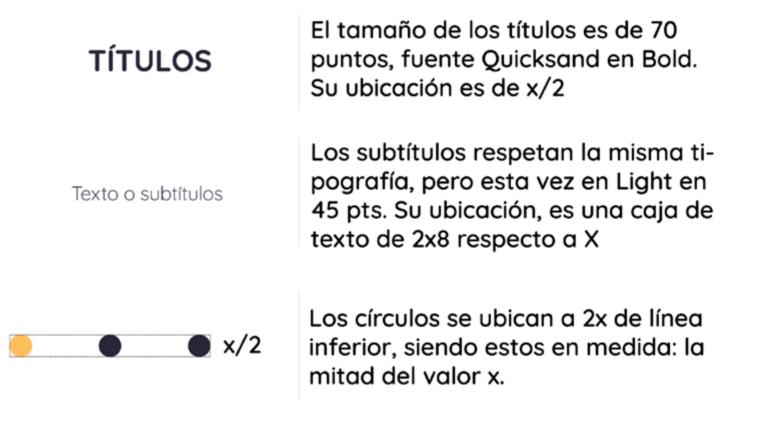


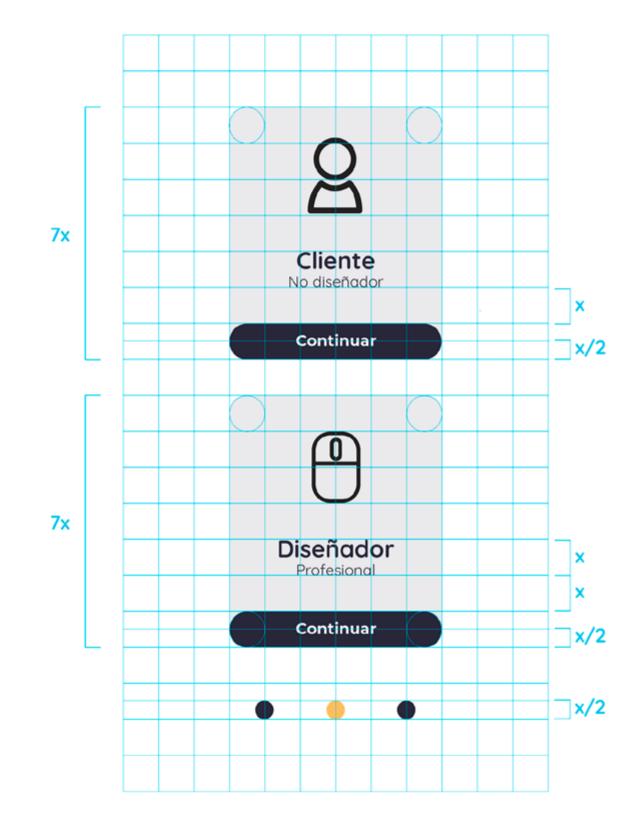
El identificador de la aplicación tiene un tamaño de 7x8 respecto al valor de x determinado por la grilla.

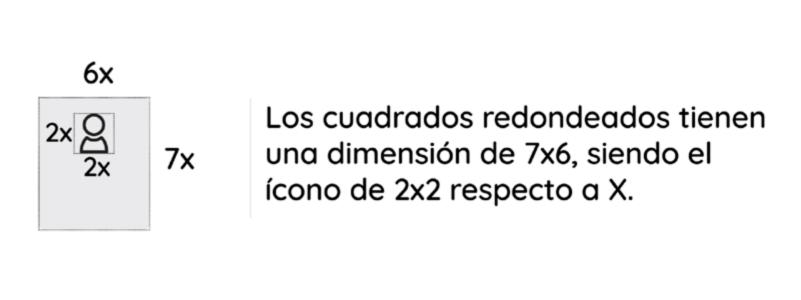


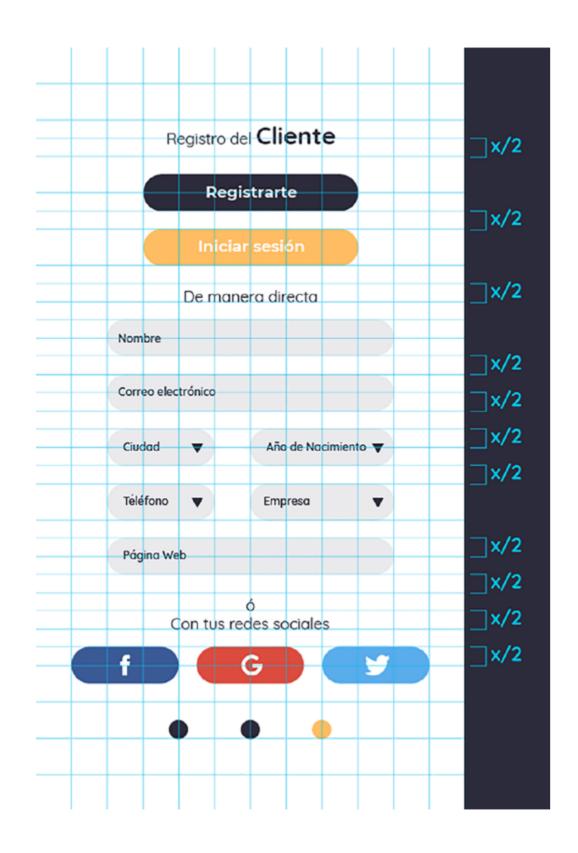
Los botones tienen un valor de 6x1 con respecto a: X, ubicando el texto de 45 puntos en el centro de este rectángulo con vértices redondeados.









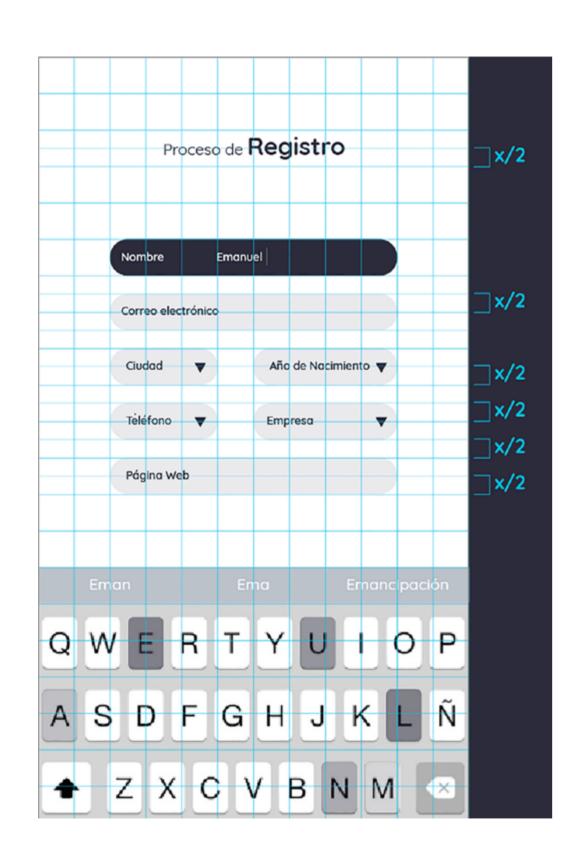


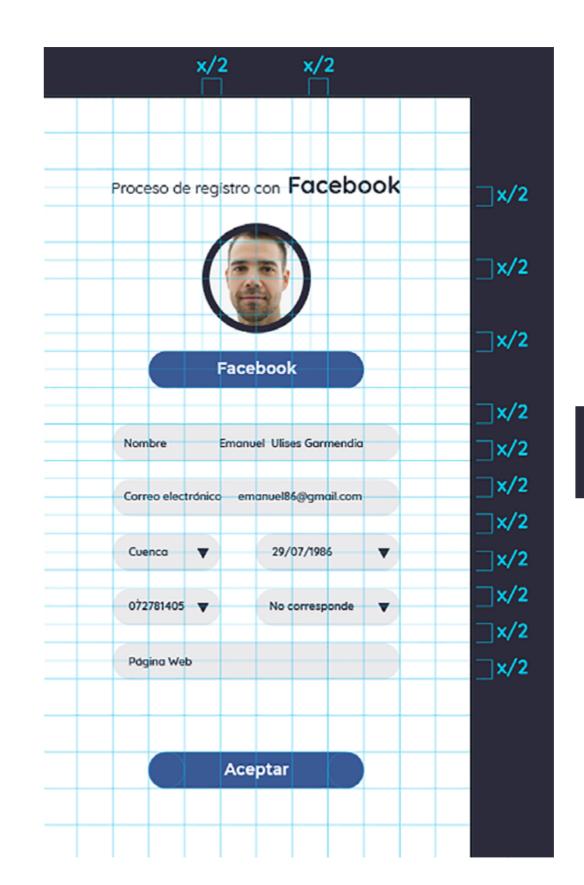
f Los nuevos botones mantienen el valor de X vertical y su horizontal cambia a 2x

Ciudad

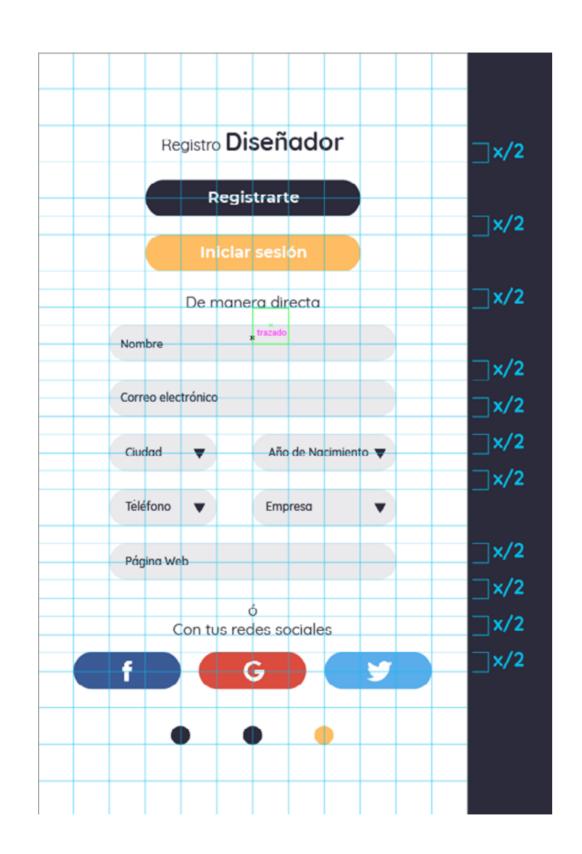
Los rectángulos de relleno responden a un valor en ancho de 8, 4 y 3 respectivamente. Su separación es de x/2.

Los triángulos responden a una escala reducida del 50% de los círculos.

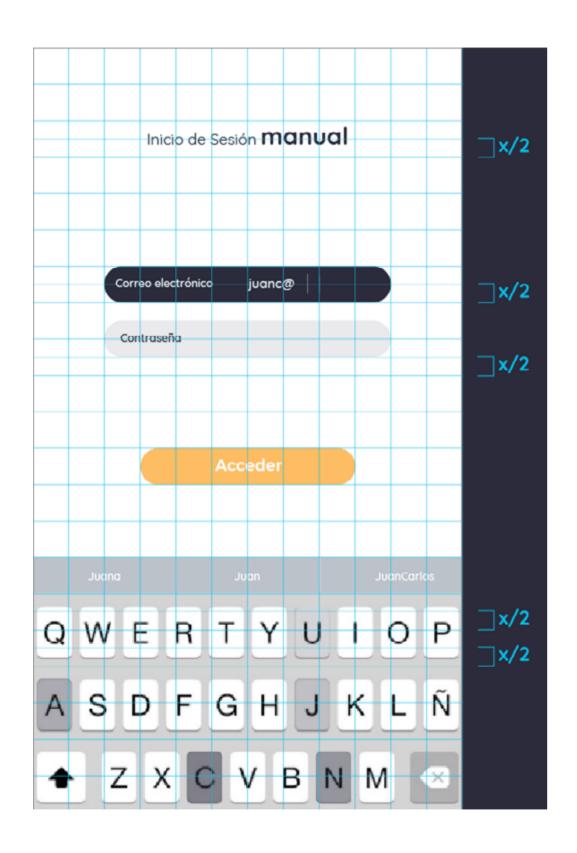


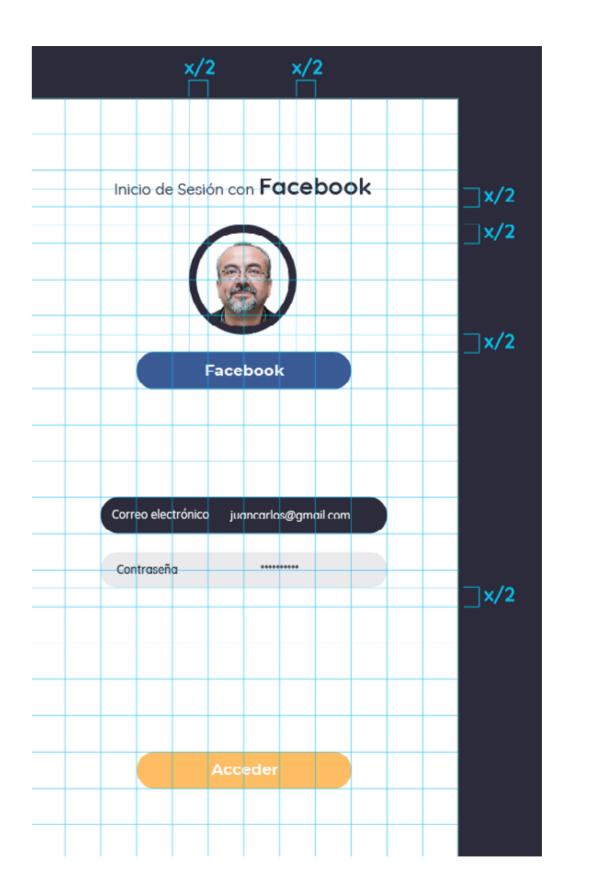












TIPOGRAFÍA

Para todo el proceso de la aplicación, se buscó una tipografía San serif geométrica en diferentes pesos, siendo estos: light, regular, medium y bold; combinadas entre mayúsculas y minúsculas para brindar jerarquización en el contenido.

QUICKSAND

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRTUVWXYZ abcdefghijklmnñopqrstvwxyz

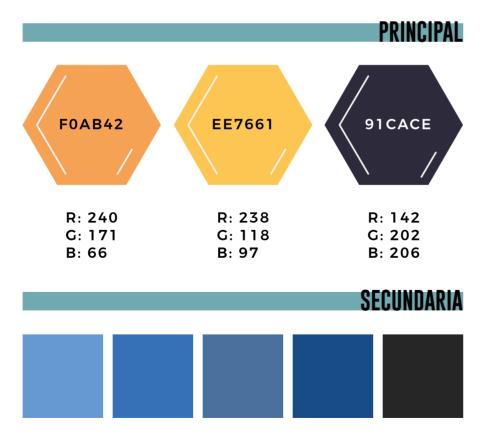
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRTUVWXYZ abcdefghijklmnñopqrstvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRTUVWXYZ abcdefghijklmnñopqrstvwxyz

0123456789

CROMÁTICA

En cuanto a la cromática se buscó un contraste adecuado, que incite al acompañamiento con el nombre de la aplicación COLMENA CREATIVA más la justificación dentro de los colores cálidos y monocromáticos: una mezcla de amarillo y gris oscuro para su concreción.



BOTONERÍA

Los botones de acción son el resultado de la mezcla de un punto y un rectángulo, figuras horizontales, verticales y redondas, todas geométricas brindan a la aplicación un resultado centrado en la actualidad, por lo tanto la aplicación es: simple (con figuras básicas), funcional (mediante una correcta codificación de código) e interactivo (ofrece la información de manera óptima).



ICONOGRAFÍA

La iconografía está basada en signos universales de navegación, como son: home, configuración, notificación y búsqueda. La resolución gráfica se ha hecho de manera que se mantengan fieles a los signos universales y la única variación que se ha hecho es adaptarla a los pesos de línea y a modularidad de la diagramación. Se ha decidido no personalizar los íconos por su carácter universal y mantener su morfología en su nivel más óptimo de abstracción.



CAJAS DE TEXTO

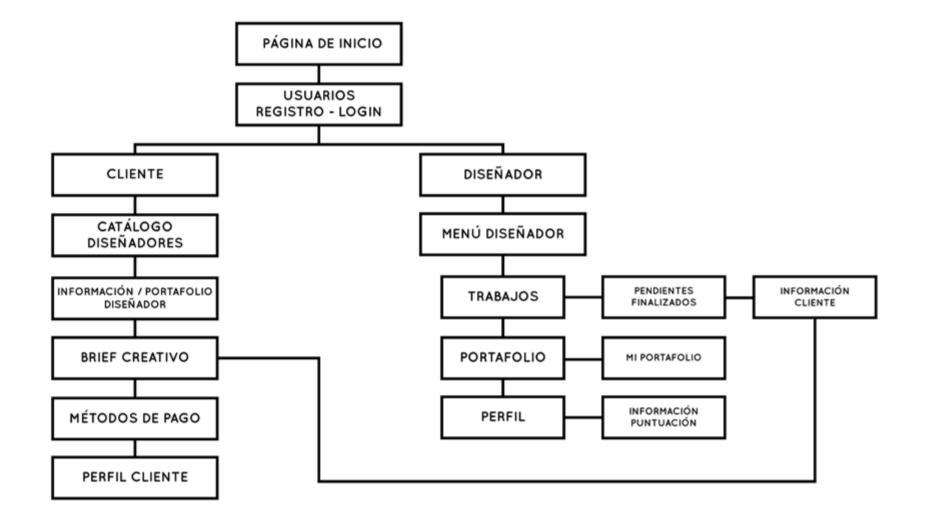
El tamaño en la caja de texto está determinado por valores de X () en función de la diagramación modular anteriormente expuesta; a su vez, que el criterio del tamaño de la caja de texto se haga en función del valor de X permite ordenar toda la información y jerarquizarla.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetuer adipiLorem ipsum dolor sit amet, consectetuer adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore Lorem ipsum dolor sit amet, consectetuer adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod

4.2.3. ARQUITECTURA DE LA INFORMACIÓN

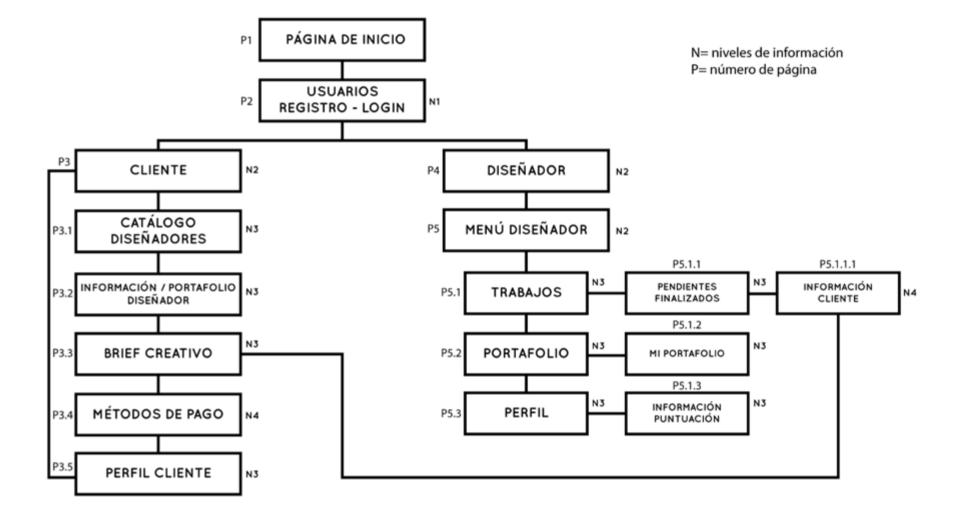
A continuación se presentará de manera esquemática la estructura de la información de la APP. Se mostrará de qué manera estará distribuida la información y en qué niveles o jerarquías; la manera lógica en la cual estará distribuida a través de la aplicación y los wireframes que nos muestran de manera más gráfica la manera en la que estará construída la información.

MAPA DEL SITIO

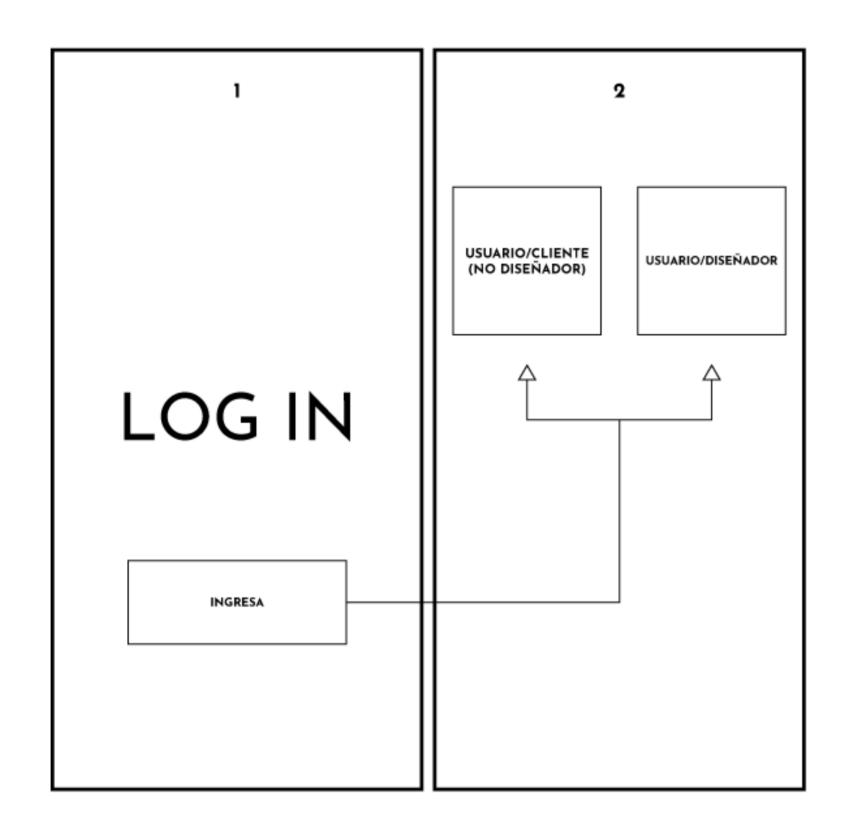


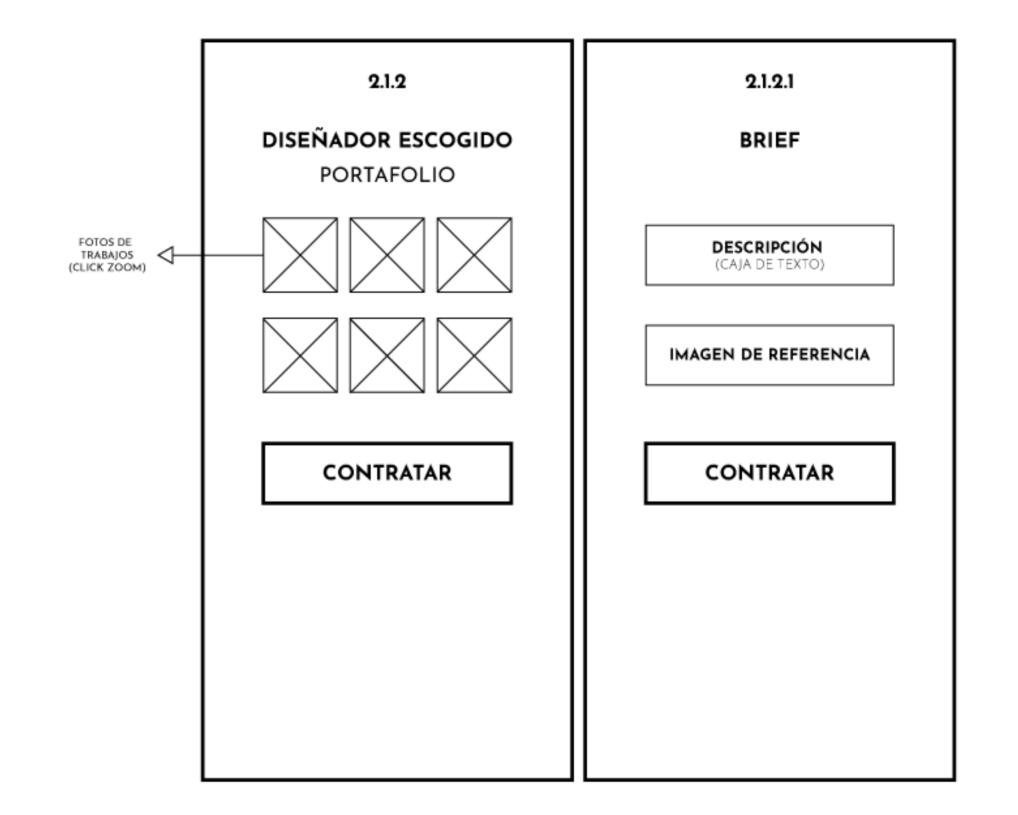
NIVELES DE INFORMACIÓN Y CODIFICACIÓN DE PÁGINAS

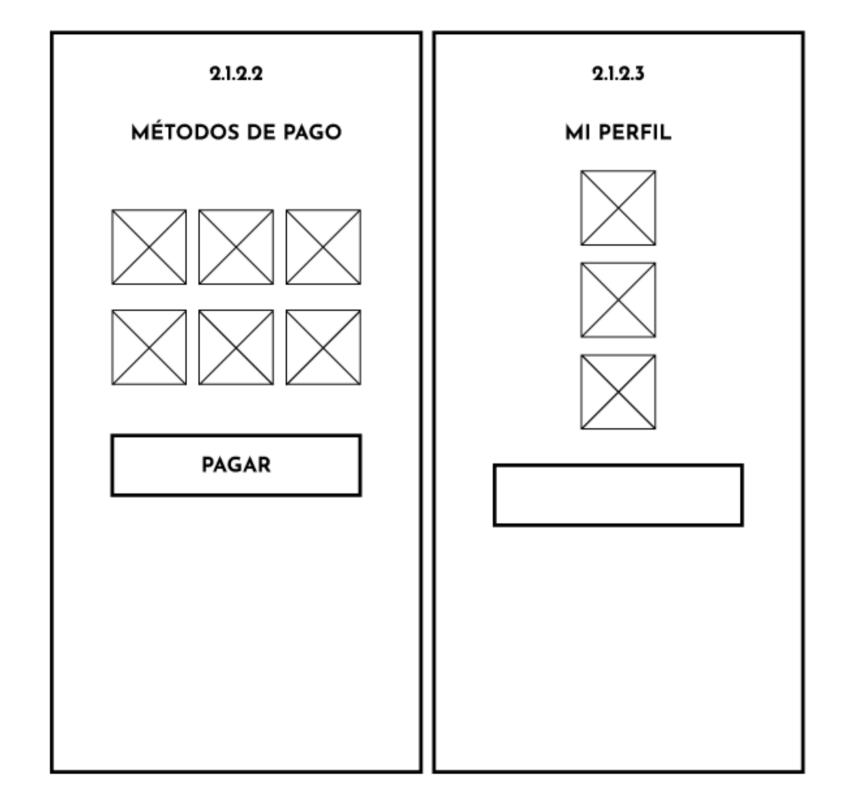
Presentamos 4 niveles de información, de acuerdo a la profundidad de la navegación y los niveles de comprensión y asimilación de la información brindada por la aplicación. N1 será el nivel más superficial y N4 el más profundo.

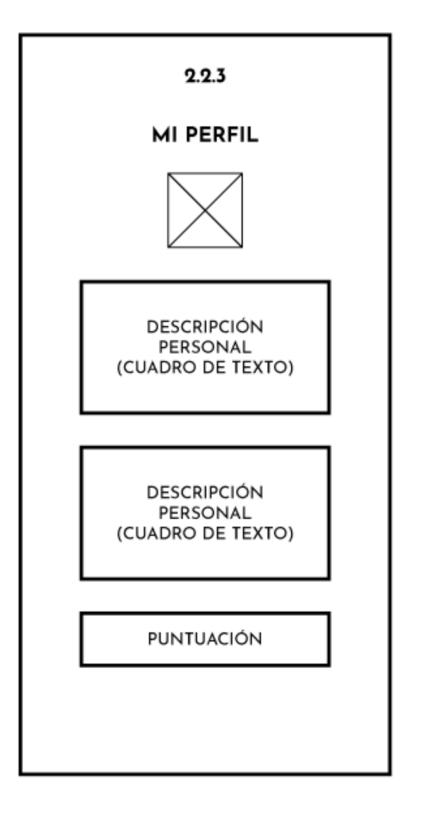


WIRE FRAMES

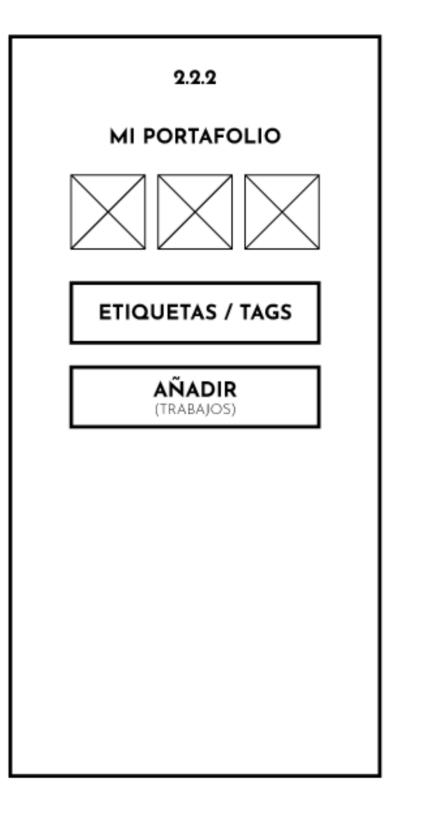




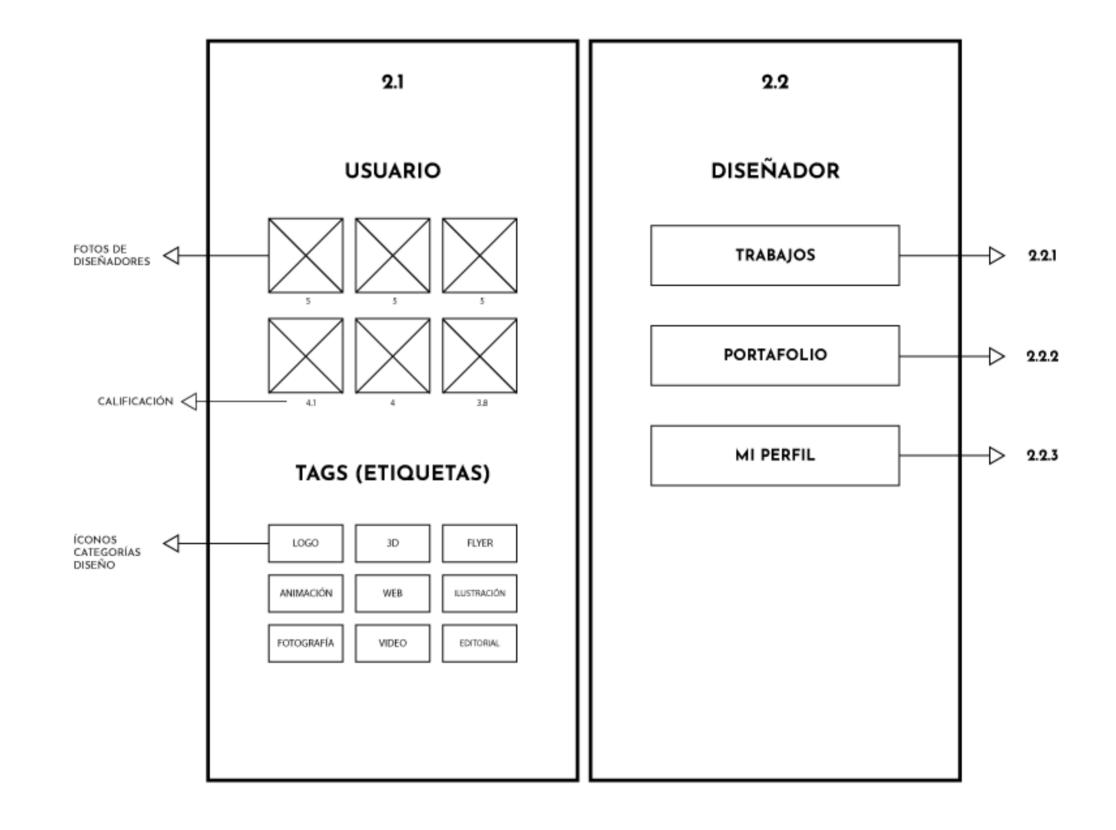












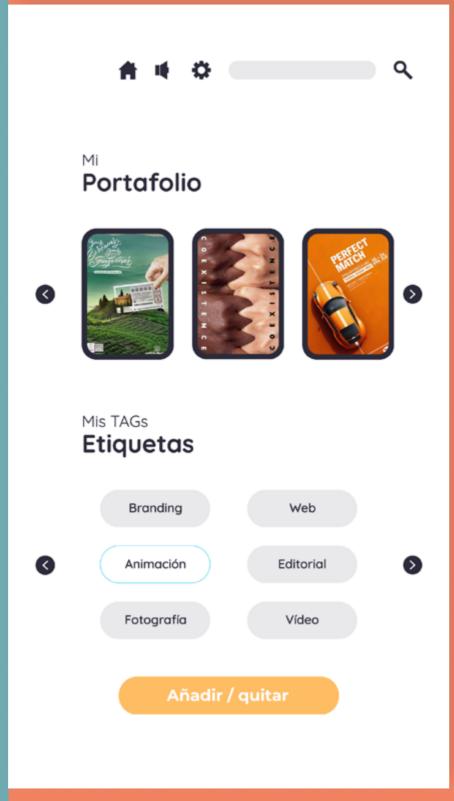
COLMENA CREATIVA

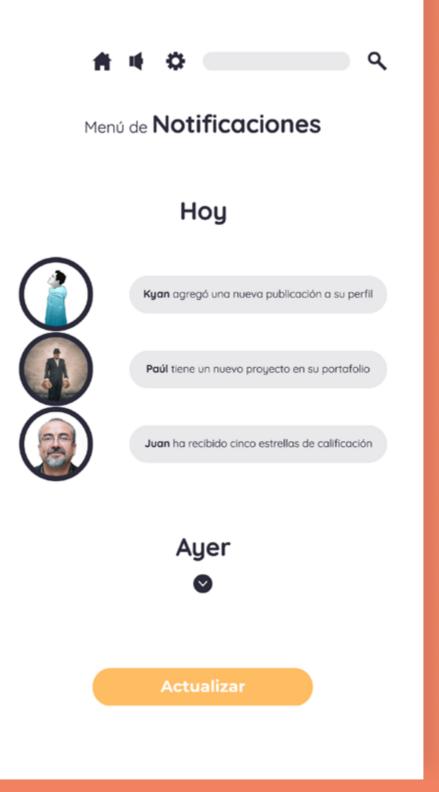
4.2.4. NAVEGABILIDAD

En este apartado se mostrará la interactividad lógica que existe dentro de la aplicación, tanto entre el usuario y la interfaz como entre los usuarios. La navegabilidad ha sido construída en base a prototipos, prueba y error. Ha sido la tarea más exigente de todas: lograr que la información sea leída y asimilada como se plantea en el papel o en la preproducción es un trabajo que no puede ser logrado de manera óptima si no se hace partícipe fundamental al usuario (DCU). Gracias al apoyo de los potenciales usuarios se ha podido llegar de forma muy cercana a lo planteado en un inicio y se ha logrado sintetizar de mejor manera la interacción y la efectividad de la aplicación.

INTERACCIONES BÁSICAS

La interacción con las imágenes. La mayor parte de esta aplicación está resuelta con fotografía, íconos y botones. Debe ser claro e intuitivo de qué manera funcionan y para qué sirven. Para ello se ha decidido ser lo más directos posible, anular cualquier tipo de ambigüedad y usar imágenes concretas acompañadas de etiquetas que permitan identificar inmediatamente cuál es su funcionalidad.





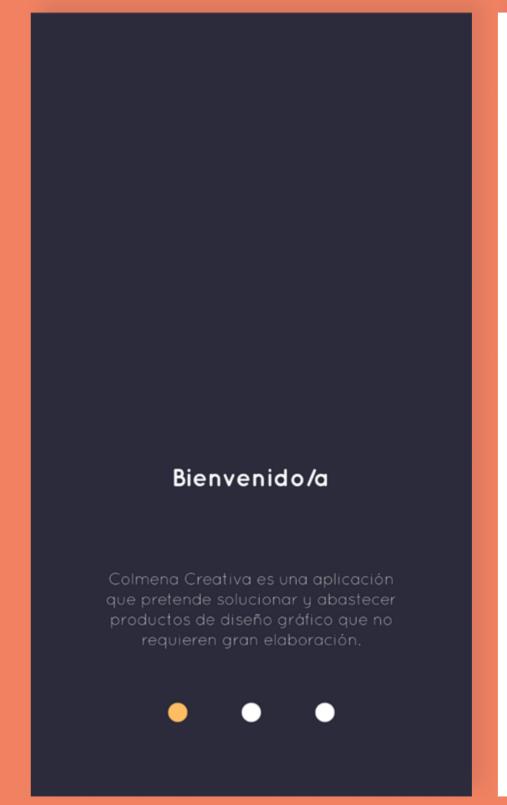
P4 N4 P4 N6

COLMENA CREATIVA

4.2.5. PROCESO DE REGISTRO



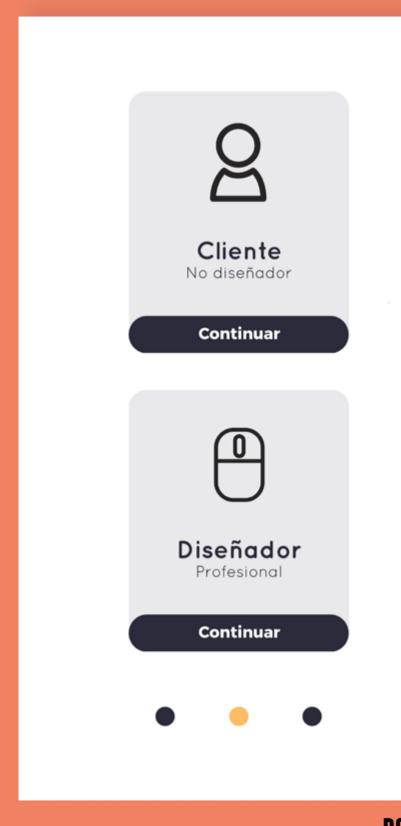


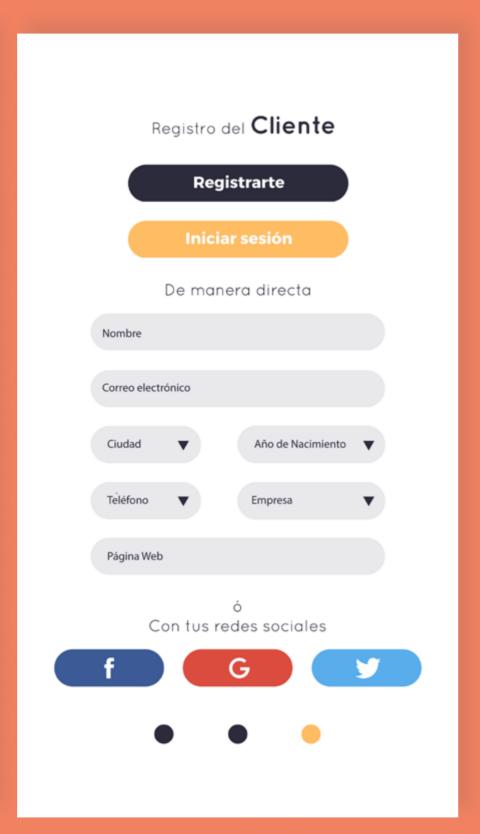


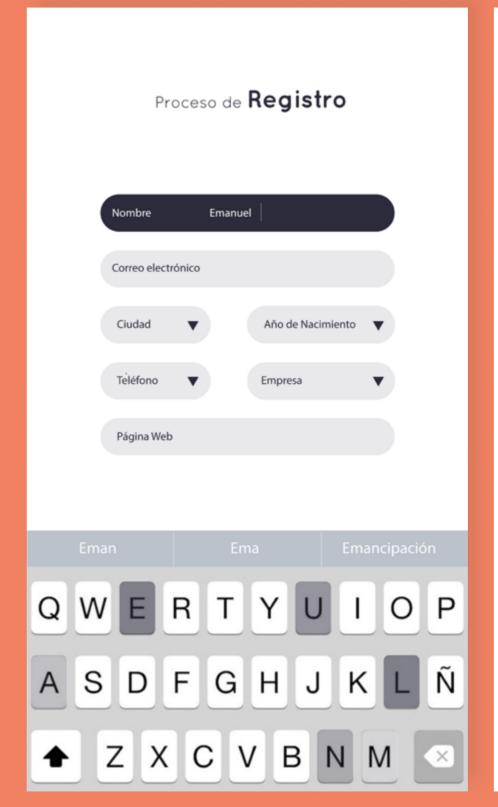


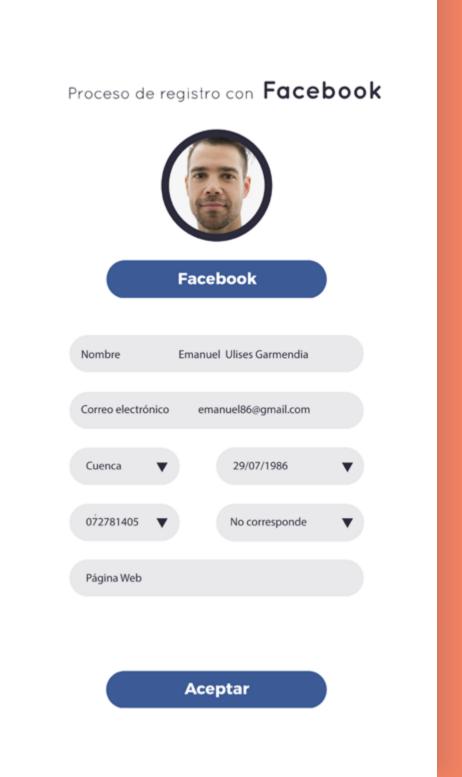
P1 P1 N1 P1 N2

PRUCESU DE REGISTRU CLIENTE







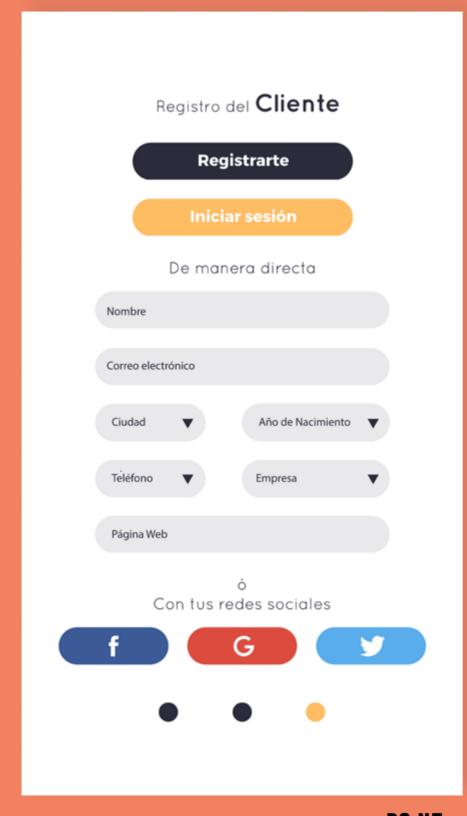


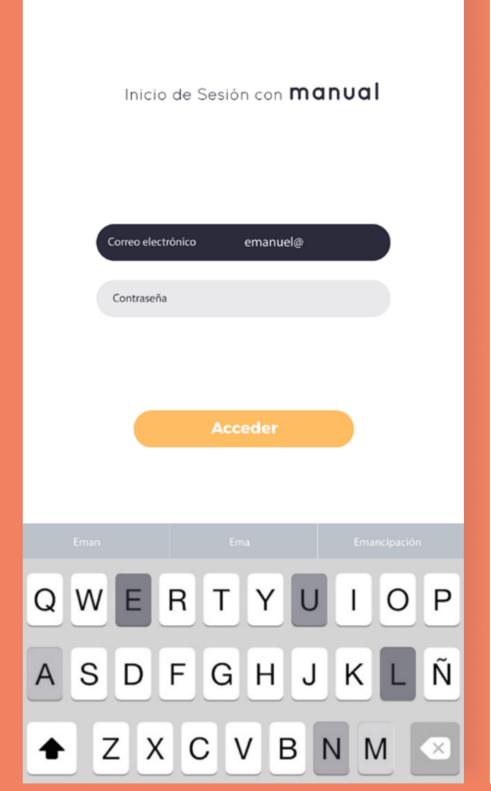
P2 N1

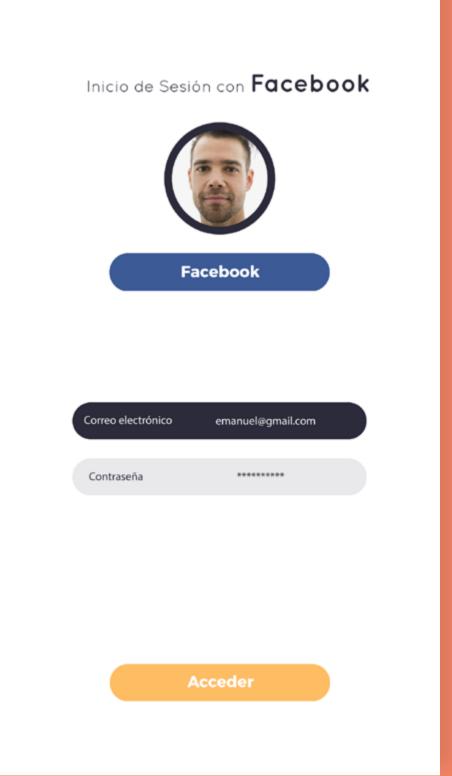
P3 N2

P3 N3

P3 N4



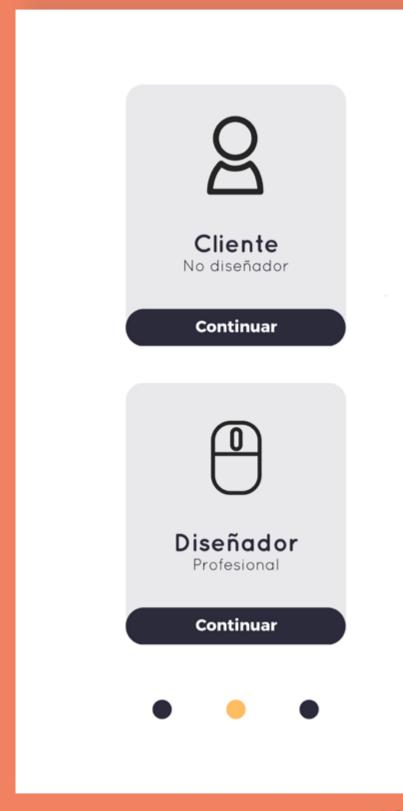


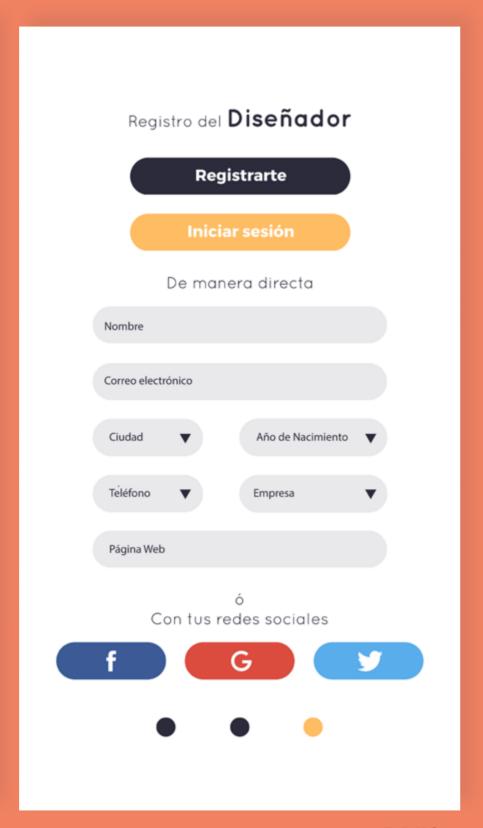


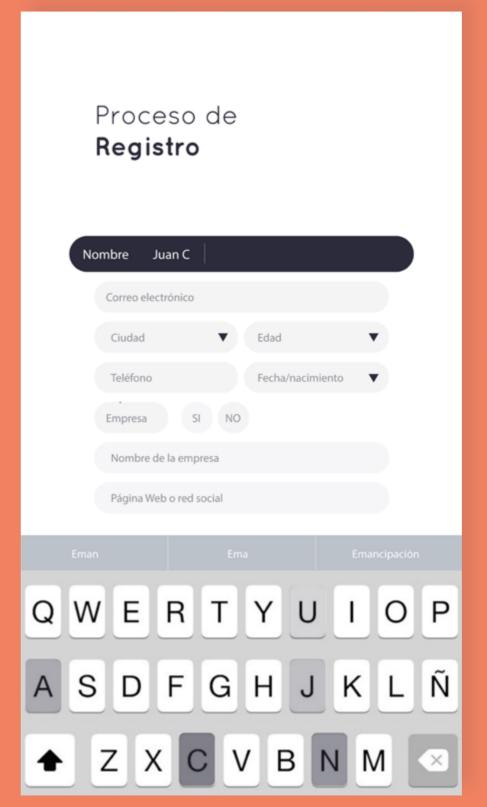
P3 N5

P3 N6

P3 N7

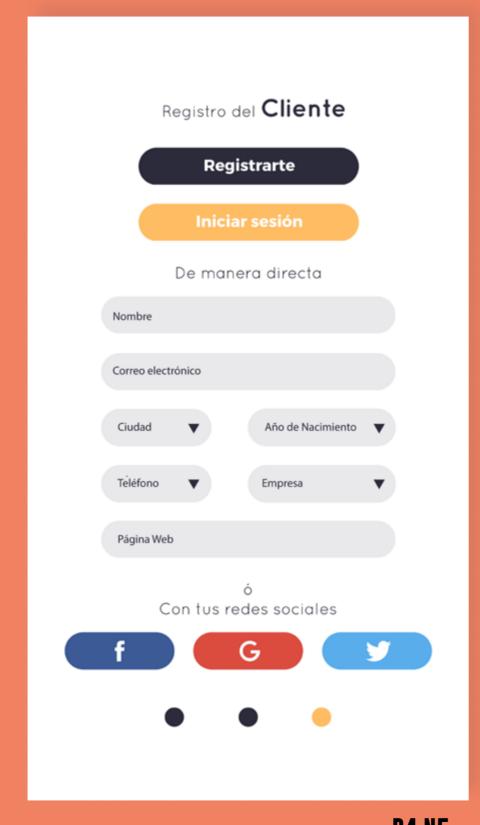


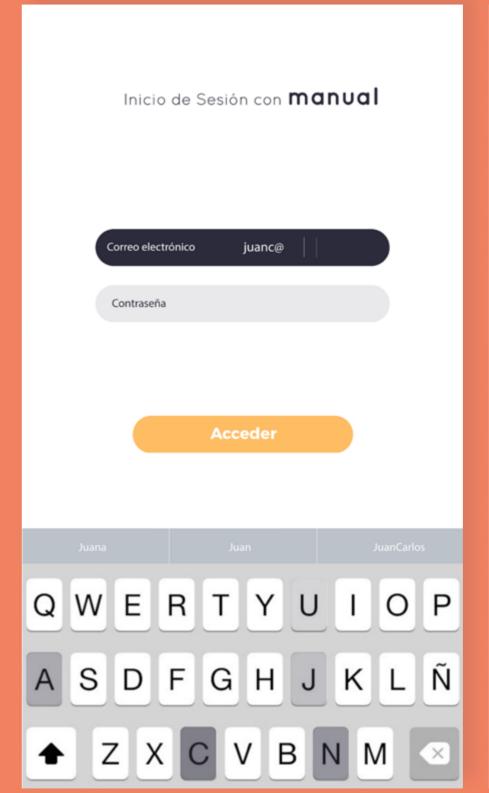


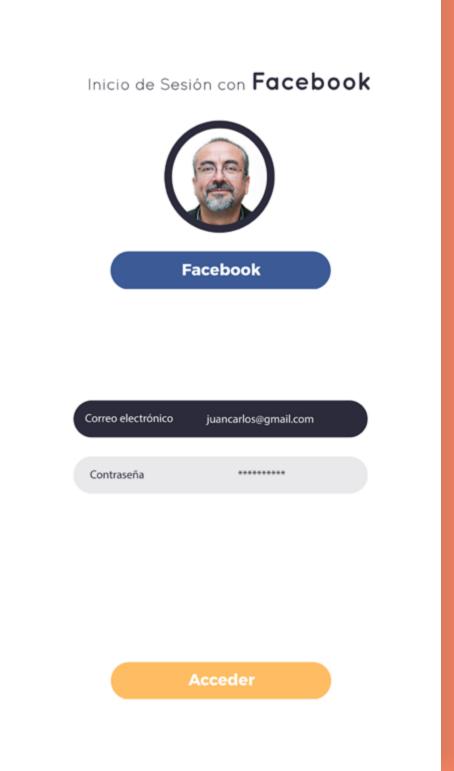




P2 N1 P4 N2 P4 N3 P4 N4





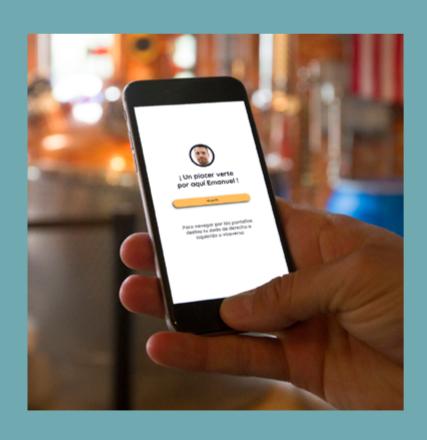


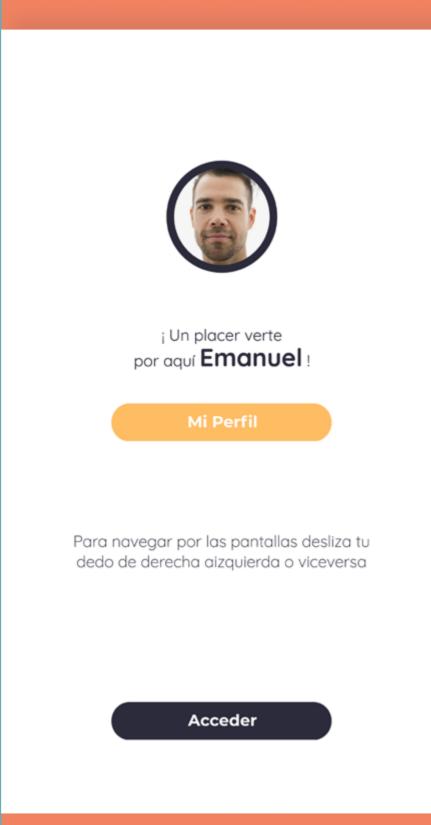
P4 N5

P4 N6 P4 N7

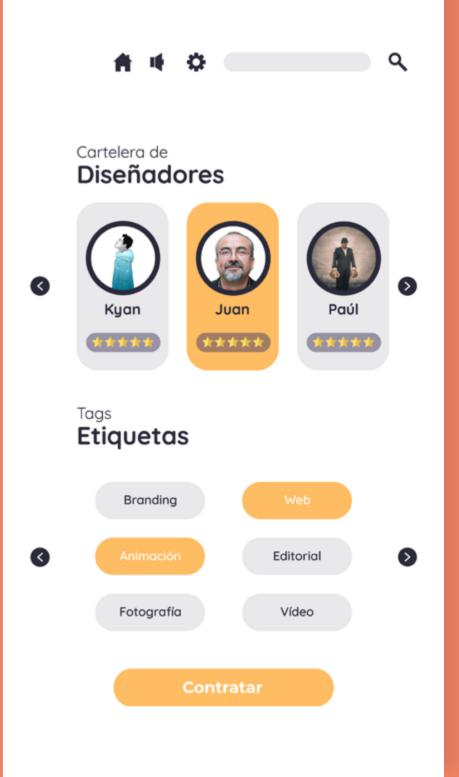
COLMENA CREATIVA

4.2.6. PERFIL DE CLIENTE

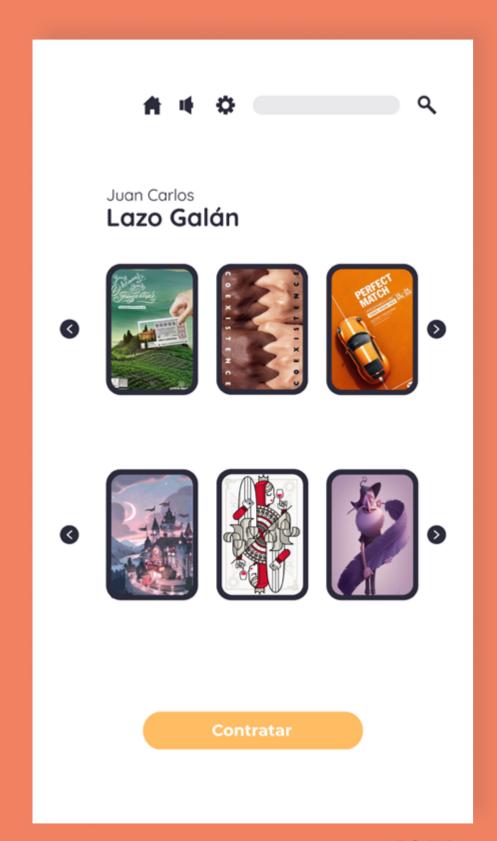




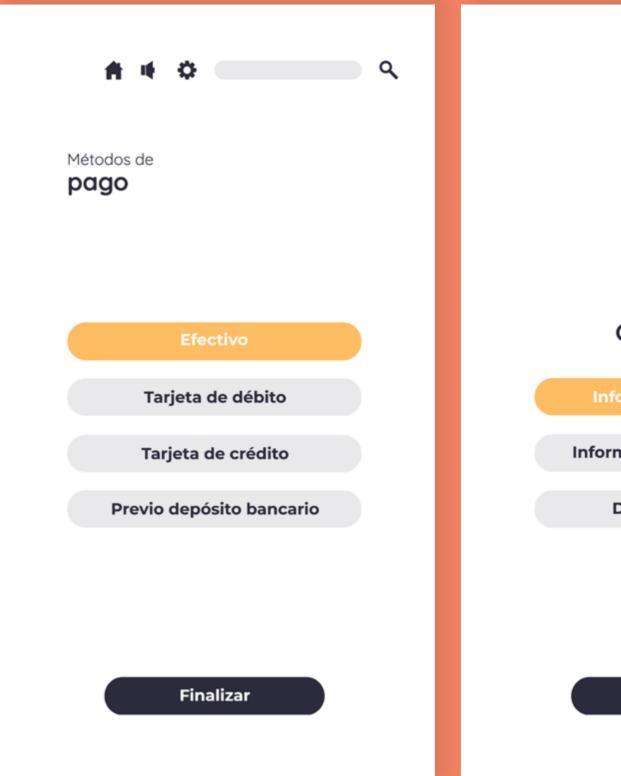




P3 N1 P3 N2 P3 N3







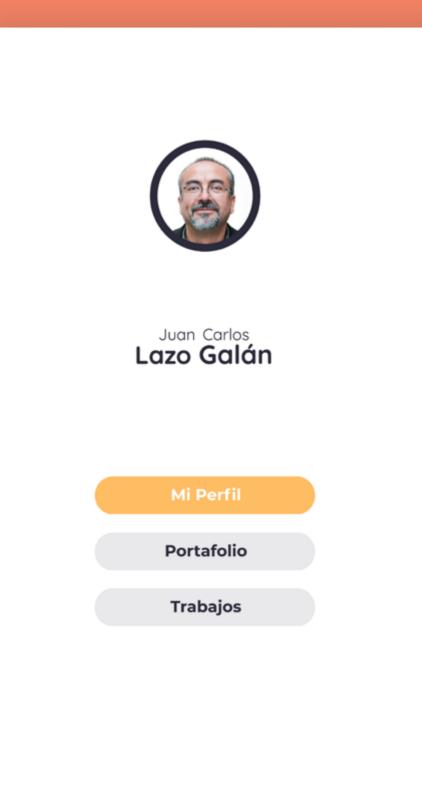


P3 N4 P3 N5 P3 N6 P3 N7

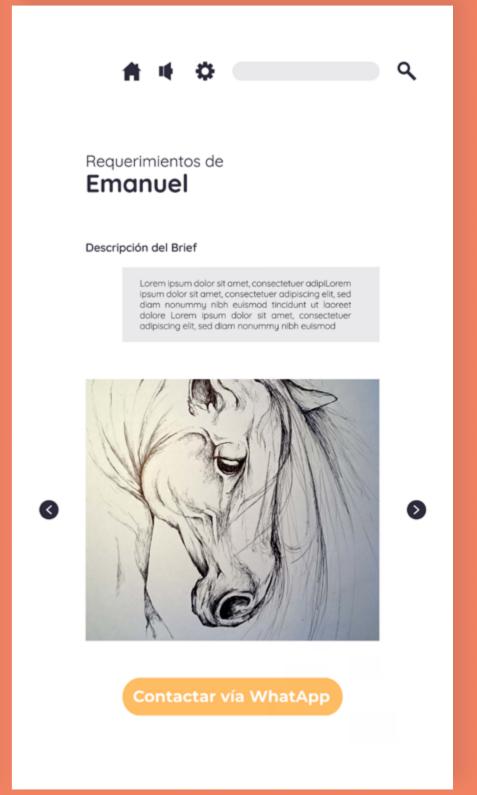
COLMENA CREATIVA

4.2.7. PERFIL DE DISEÑADOR

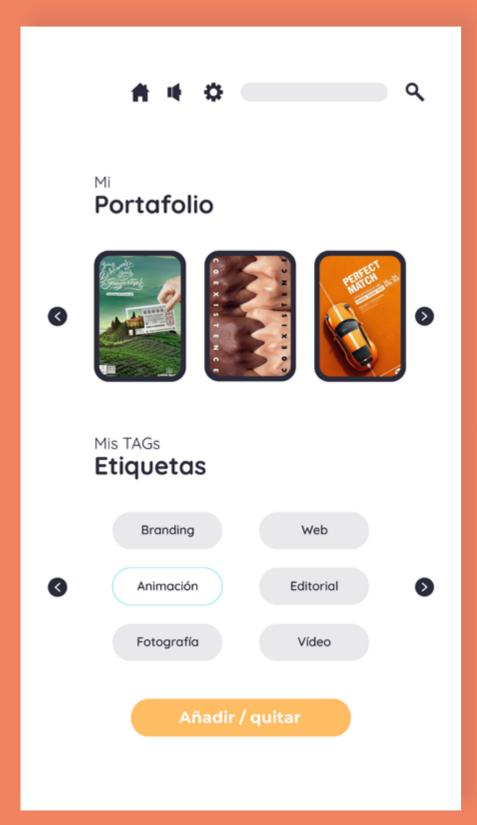




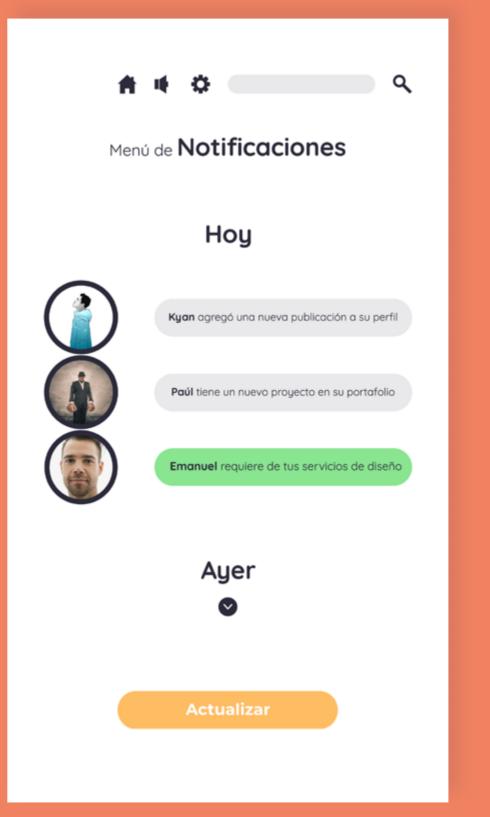




P4 N1 P4 N2 P4 N3







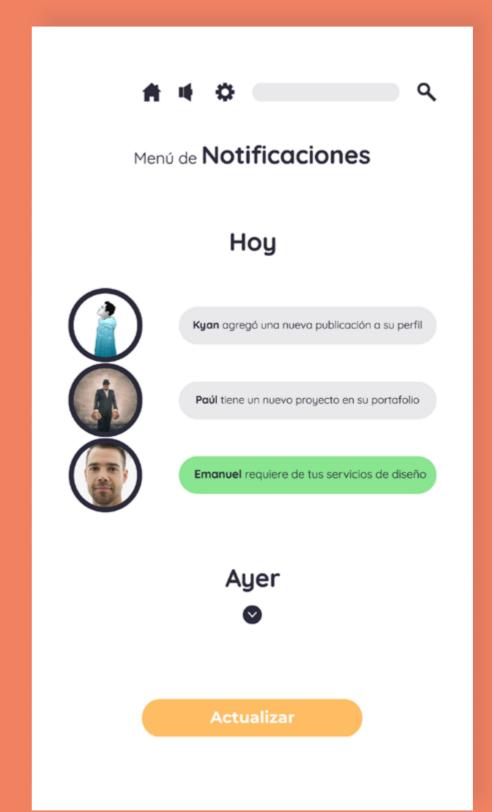
P4 N4 P4 N5 P4 N6

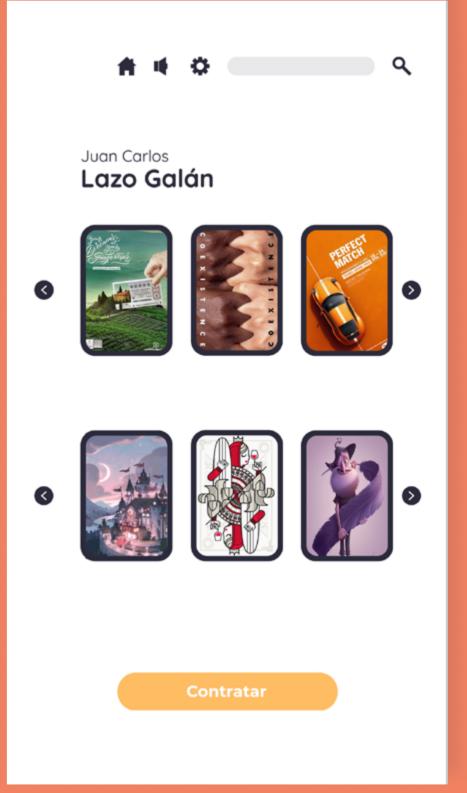
COLMENA CREATIVA

4.2.8. INTERACCIÓN CLIENTE, DISEÑADOR

La interacción entre cliente y diseñador se da en los niveles 3 y 4 de la información. A continuación se muestran las instancias en las cuales se da esta interacción que es recibida por ambas partes mediante el ícono de notificaciones y es vista de manera detallada en el perfil de cada uno de los usuarios.





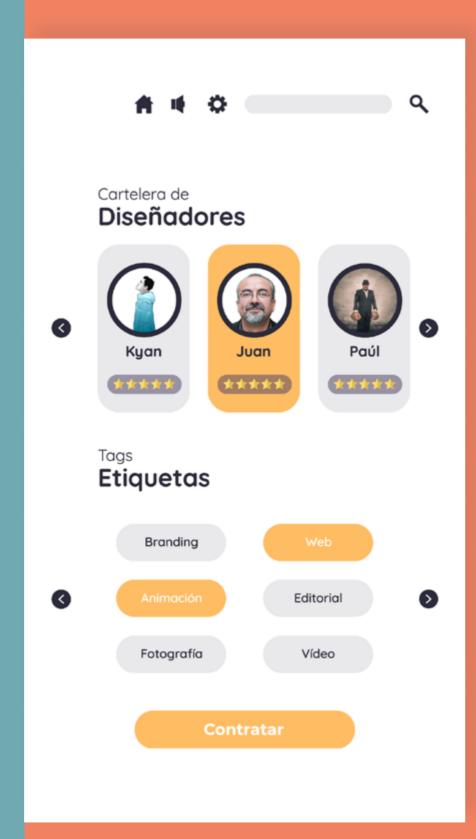


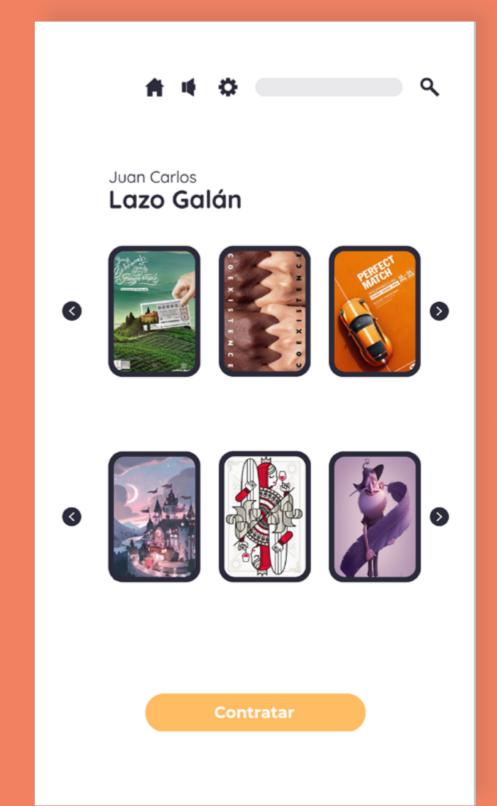
P5 N1 P5 N2 P5 N3

COLMENA CREATIVA

4.2.9. PROCESO DE COMPRA



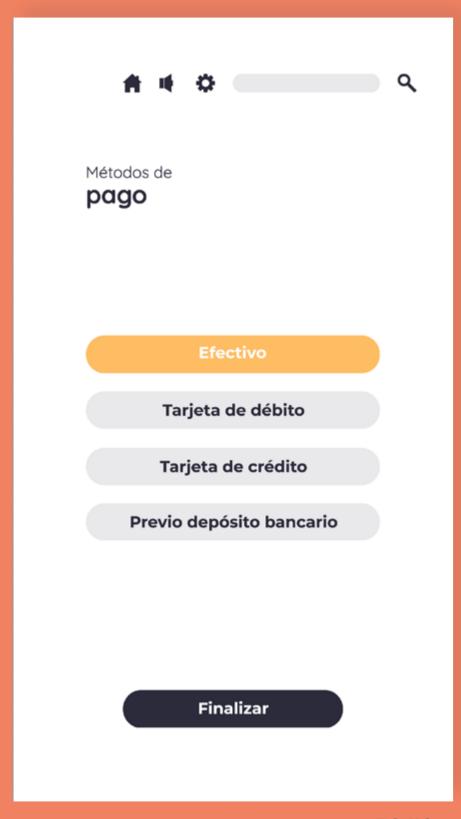






149

P3 N3 P3 N4 P3 N5



P3 N6

4.3

11111

4.3. WEB



Durante la investigación que se realizó para la creación del prototipo, se evidenció que no tiene sentido (práctico, económico y social) crear el prototipo de la aplicación sin crear también una propuesta WEB. En este caso, debido a los alcances de este proyecto de graduación, la versión web de este producto quedará planteada a nivel gráfico a modo de Mock Up.

Se puede considerar que la página web es una extrapolación de la aplicación móvil, o viceversa. Las funcionalidades que se encuentran en una se las puede encontrar de la misma manera en la otra, evidentemente con las adaptaciones pertinentes para cada soporte, sin embargo, la funcionalidad nuclear se encuentra presente en ambos casos.

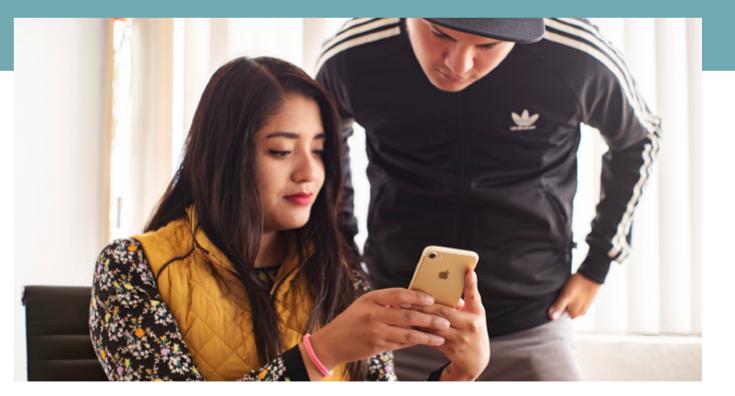


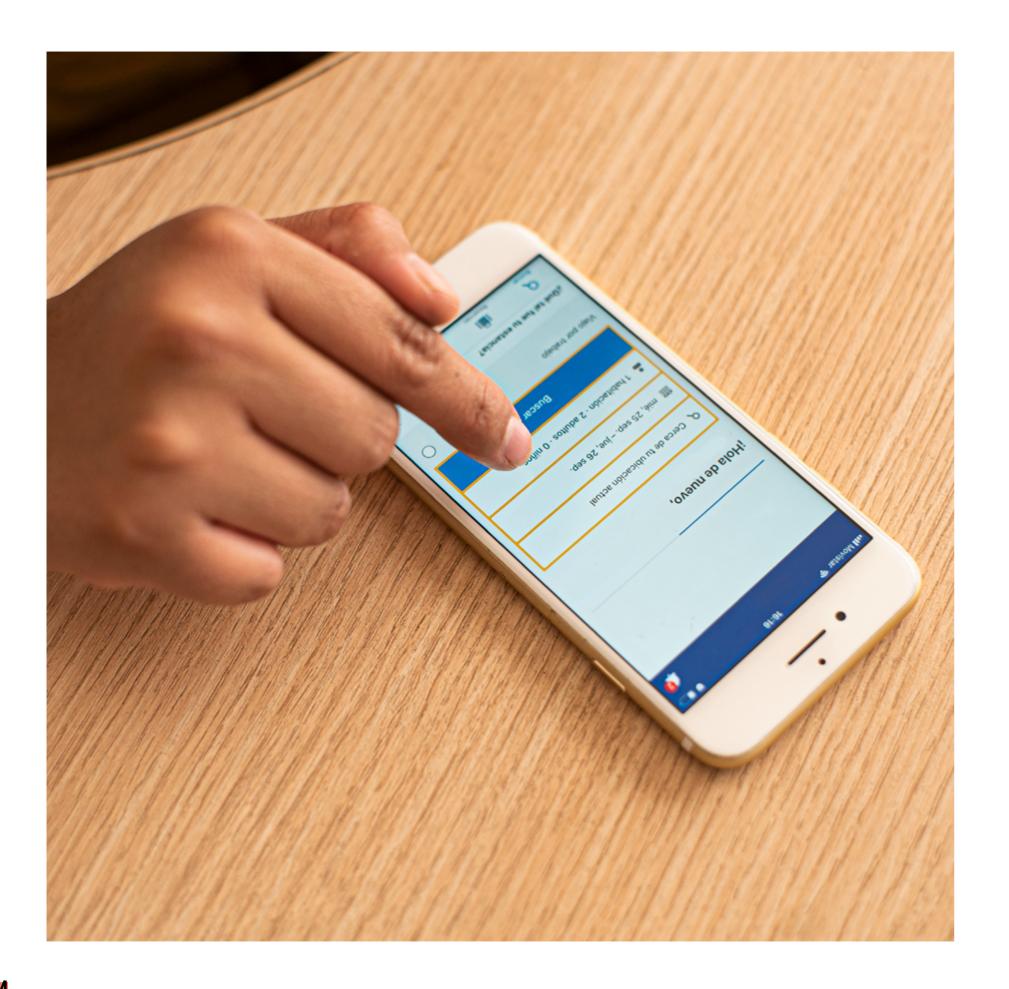
4.4. VALIDACIÓN

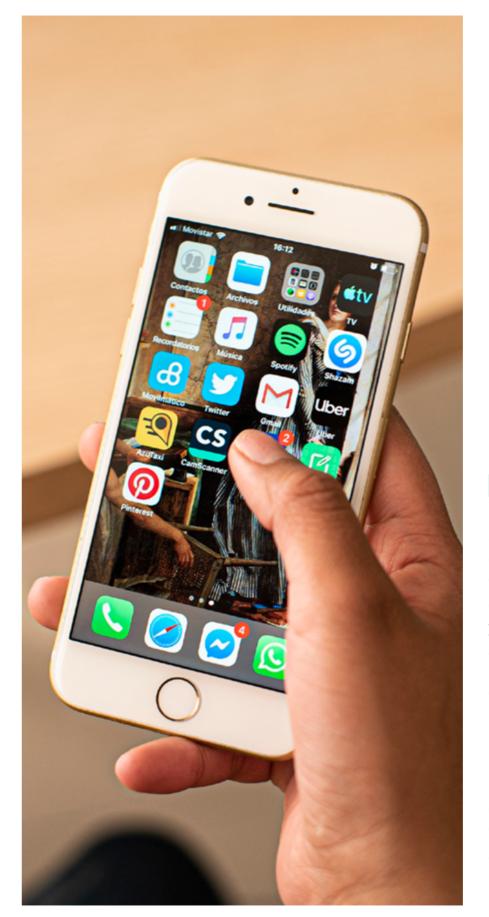
Para la validación de este producto se ha presentado, en diferentes etapa del prototipado, la maqueta de la APP a los usuarios para que puedan experimentar los diferentes niveles de información, la navegabilidad y la interactividad de la aplicación. Esta ha sido usada tanto por diseñadores gráficos como por clientes que no tienen relación

directa con el diseño gráfico, respetando las delimitaciones del target planteado.

La información más relevante otorgada por los usuarios ha sido en cuanto a la navegabilidad: el sistema gráfico puede ser excepcional a nuestros ojos, pero nunca debemos dejar de pensar que quien va a usar el producto no está, en la mayoría de los casos, formado en el área del diseño y la programación, por lo tanto, es la interacción que tenga el usuario con nuestra propuesta la que definirá el éxito o el fracaso del producto y la funcionalidad pensada para el mismo. Gracias a la valoración realizada por los potenciales usuarios, se ha tomado la filosofía de que la eficacia de una herramienta está en su simplicidad y esta se ha traducido tanto a los niveles de información, la interfaz gráfica y la navegación (siendo esta la principal de las tres). A continuación se presentarán algunas fotografías de los usuarios utilizando la aplicación.







CONCLUSIONES DEL CAPÍTULO

Sin la presencia constante del usuario en el proceso de diseño es una tarea torpe realizar una aplicación de este tipo. Es necesario que los dos usuarios estén presentes de alguna manera durante el desarrollo de la aplicación y que sean partícipes no solo como testers si no como sujetos creativos. Esta interacción entre diseñador y usuario es lo que hace posible la creación de herramientas útiles que estén al servicio de la sociedad.

Es también necesario hacer un trabajo multidiciplinario, una aplicación de este tipo no puede ser realizada de manera óptima sin la asistencia de un comunicador y de un ingeniero en sistemas. Hay cuestiones técnicas y teóricas en las cuales un diseñador gráfico no está necesariamente preparado y es una cuestión de responsabilidad tomar en cuenta opiniones profesionales externas para hacer un producto que beneficie al público.



CONCLUSIONES FINALES

La creación e implementación de la APP se muestra realmente como una potencial alternativa para las actuales demandas del mercado laboral del diseño gráfico. La llegada de nuevos mercados a la región, vínculados a las transacciones digitales, ha hecho inevitable la incorporación de nuestros profesionales a la dinámica del mercado global. Dentro de este contexto, no es pertinente esperar acciones desde el estado, los individuos que conforman y que conviven en este homogéneo mundo digitalizado son quienes deben tomar la iniciativa, en otras palabras, la iniciativa tiene que tener carácter privado, sin importar si su finalidad es la colectividad. Es imperativo que desde particular se creen dichas alternativas. Posteriormente, la intervención del estado será inevitable, se necesitarán de sus distintas instancias de poder para que estos mercados se puedan desarrollar de manera legal y legítima.

El diseñador gráfico, como nunca antes, es una pieza fundamental en la dinámica económica y social. Sin embargo, en un número importante de casos se ve sometido a laborar en condiciones de precariedad. Se ve sometido a nuevos tipos de explotación, en los cuales individuos que cuentan con una formación académica seria, son abusados y explotados de manera alarmante. Por lo tanto, es una necesidad imperante comenzar a crear espacios en los cuales los diseñadores (en general) puedan enmanciparse y participar de manera más significativa y justa en la sociedad.



RECOMENDACIONES

La principal recomendación relación directa con los alcances de este proyecto. La App no debería únicamente abrir sus puertas a diseñadores gráficos. No debería restringirse al área del diseño gráfico, si no hacia todo el espectro de la economía de los productos creativos y artísticos.



BIBLIOGRAFÍA

- Andrei Hagiu, Julian Wright (2018) The status of workers and platforms in the sharing economy
- · Abras, C., Maloney-Krichmar, D., Preece, J. (2004) User-Centered Design
- Angel Villarino (2014) La "revolución freelance": un tercio de los estadounidenses ya son autónomos https://www.elconfidencial.com/mundo/2014-10-31/la-revolucion-free- lance-un-tercio-de-los-estadounidenses-ya-son-autonomos_420895/
- Airi Lampinen, Ann Light (2018) Power Struggles in the Digital Economy: Platforms, Workers, and Markets
- · Ahmad Asadullah, Isam Faik, Atreyi Kankanhalli (2019) Digital Platforms: A Review and Future Directions
- Christian Fuchs and Sebastian Sevignani (2013) What is Digital Labour? What is Digital Work? What's their Difference? And why do these Questions Matter for Understanding Social Media?
- Christa Sommerer, Lakhmi C. Jain, and Laurent Mignonneau (2008) The Art and Science of Interface and Interaction Design (Vol. 1)
- David Schwartz (2018) Embedded in the Crowd: Creative Freelancers, Crowdsourced Work, and Occupational Community
- Freelancers Union (2017) FREELANCING IN AMERICA: A National Survey of the New Workforce
- Jonathan Sapsed, University of Brighton (2015) Freelancers in the Creative Digital IT Economy
- Luís R. Santos, Gianni Montagna (2017) Digital Ergonomics: Unders- tanding the bridges to the digital world
- Laureen Miles Brunelli (2018) What Is Crowdsourcing? https://www.thebalancecareers.com/ what-is-crowdsourcing-3542321
- https://en.wikibooks.org/wiki/A-level_Computing/CIE/Computer_systems,_communications_and_software/System_software/User_interfaces
- World Economic Forum (2016) The Future of Jobs Employment, Skills and Workforce Strategy for the Fourth Industrial Revolution
- https://searchwindowsserver.techtarget.com/definition/command-line-interface-CLI
- https://searchmobilecomputing.techtarget.com/definition/app

ANEXOS

Digital service platform for graphic design professionals.

Abstract

At present, work under contract (freelance) is established as a life option. However, economics such as the Ecuadorian, subject this type of work to a dangerous informality for both the designer and those who require this service. Within this framework, this project aimed at creating a digital platform for graphic design professionals to offer their work and potential clients to access it immediately, efficiently and legally. For its development, theoretical technical criteria of multimedia design, communication and digital ergonomics were applied. As result of this investigation, a mobile application that aims to boost and regularize the freelance market was obtained.

Key words: moonlighter, GIG, crowdsourcing, crowfunding, multimedia, marketing, publicity, freelance, virtual, device

Student's Signature

Fabián Cordero Thesis Supervisor

Student's name: Santiago Rojas



ranslated by gali Arteaga, MA