



Desarrollo de Sitio Web para la Comercialización Freelance de servicios de Diseño e Ilustración.

Web-Site development for the commercialization of Design and Illustration related freelance services.

Trabajo Final de Grado. Proyecto de Diseño Adaptado al Usuario

Módulo 4: – Documento Final

Alumno: Mauro Di Benedetto

Legajo: DGR01702

Carrera: Licenciatura En Diseño Gráfico

Lugar y Fecha de Entrega: Córdoba, 10 de Junio de 2021

Docente: Rosa Esther Palamary

Índice General:

Resumen	5
Abstract	6
Problema de Diseño	7
Objetivo general de este proyecto de diseño:.....	10
Objetivos Específicos:	10
Justificación:.....	10
Marco Teórico:.....	11
Diseño y su relación con la web y elementos pertinentes:.....	11
Color/Cromática:	12
Tipografía:.....	13
<i>User Experience</i> (experiencia de usuario) y su relación con la web:	13
Redes Sociales	15
<i>E-Commerce</i> (Comercio Electrónico)	16
Metodología	17
Casos a Analizar	20
Conclusión de Análisis de Competencia:.....	23
Estrategia de Diseño.....	24
Concepto Gráfico:.....	26
Programa de Diseño	27
Determinantes:.....	27
Primeros Bocetos de Diseño.....	30
Cronograma de proceso de desarrollo:.....	36
Propuesta Final de Diseño.....	37
Paleta Cromática:	40
Tipografía:	41
Iconografía principal del sitio:.....	42
El Sitio: Mapa de Flujo:	43
<i>Home Screen</i> – Funciones del header.....	44
<i>Home Screen</i> – Diseñador/Ilustrador destacado.....	45
<i>Home Screen</i> – Categorías.....	46
Perfil de <i>Freelancer</i> – Nuus	47
Perfil - Werks:	48
Orden Confirmada:	49

Billetera del usuario:	50
Prototipos:	51
Análisis de Costos	53
Conclusión.....	54
Referencias:	55

Índice de figuras:

Figura 1. Metodologías de Diseño. Fuente: Elaboración propia (2020).....	18
Figura 2. Casos de estudio: Fiverr.com. Fuente: Elaboración propia (2020)	20
Figura 3. Casos de estudio: Upwork.com. Fuente: Elaboración propia (2020)	21
Figura 4. Casos de estudio: Freelancer.com. Fuente: Elaboración propia (2020)	22
Figura 5. Estrategia Comunicativa. Fuente: Elaboración propia (2020).....	24
Figura 6. Bocetos de Diseño: Home Fuente: Elaboración propia (2020)	30
Figura 7. Bocetos de Diseño: Perfil 1: Elaboración propia (2020).....	31
Figura 8. Bocetos de Diseño: Perfil 2: Elaboración propia (2020).....	31
Figura 9 Bocetos de Diseño: Perfil 3: Elaboración propia (2020).....	32
Figura 10 Bocetos de Diseño: Iconografía para categorización: Elaboración propia (2020).....	33
Figura 11 Bocetos de Diseño: Primeros bocetos de isologotipo: Elaboración propia (2020).....	34
Figura 12 Bocetos de Diseño: Primeros bocetos de isologotipo 2: Elaboración propia (2020).....	35
Figura 13 Bocetos de Diseño: Primeros bocetos de isologotipo 3: Elaboración propia (2020).....	35
Figura 14 Bocetos de Diseño: Primeros bocetos de isologotipo 4: Elaboración propia (2020).....	36
Figura 15 Cronograma de Desarrollo del Sitio Web: Elaboración propia (2020)	36
Figura 16 Propuesta final de Diseño: isologotipo: Elaboración propia (2020).....	37

Figura 17 Propuesta final de Diseño: isologotipo. Campo de Mínima Actuación: Elaboración propia (2020)	38
Figura 18 Propuesta final de Diseño: isologotipo. Versiones permitidas: Elaboración propia (2020)	39
Figura 19 Propuesta final de Diseño: Paleta Cromática: Elaboración propia (2020)	40
Figura 20 Propuesta final de Diseño: Tipografía: Elaboración propia (2020)	41
Figura 21 Propuesta final de Diseño: Iconografía Principal: Elaboración propia (2020)	42
Figura 22 Propuesta final de Diseño: Mapa de Flujo del Prototipo: Elaboración propia (2020).....	43
Figura 23 Propuesta final de Diseño: Home Screen 1: Elaboración propia (2020)	44
Figura 24 Propuesta final de Diseño: Home Screen 2: Elaboración propia (2020)	45
Figura 25 Propuesta final de Diseño: Home Screen 3: Elaboración propia (2020)	46
Figura 26 Propuesta final de Diseño: Perfil de Freelancer 1: Elaboración propia (2020)	47
Figura 27 Propuesta final de Diseño: Perfil de Freelancer 2: Elaboración propia (2020)	48
Figura 28 Propuesta final de Diseño: Ordenes: Elaboración propia (2020)	49
Figura 29 Propuesta final de Diseño: Billetera: Elaboración propia (2020)	50
Figura 30 Prototipos: Mock-Ups 1: Elaboración propia (2020).....	51
Figura 31 Prototipos: Mock-Ups 2: Elaboración propia (2020).....	51
Figura 32 Prototipos: Mock-Ups 3: Elaboración propia (2020).....	52
Figura 33 Análisis de Costos Elaboración propia (2020)	53

Resumen

En el proyecto en cuestión se desarrolló una propuesta de sitio web con el objetivo de generar una nueva plataforma orientada a la comercialización *freelance* de los servicios de diseño e ilustración y no posea servicios de otros tipos, que funcione en conjunción con las redes sociales, que actualmente son el medio del que proviene más del 80% de las ventas del rubro. En base a la observación de que los sitios de trabajo *freelance* están plagados de comercialización de servicios de todo tipo, y que la gran mayoría de las ventas de los *freelancers* del rubro visual proviene de las redes sociales, se planteó el objetivo de lograr diseñar un espacio virtual para visibilizar y comercializar exclusivamente productos y servicios del ámbito del diseño. Para llegar a cumplir dicho objetivo, la metodología de diseño a implementar es, en esencia, una metodología de desarrollo propia utilizando de base lo desarrollado por el profesor Hugo Delgado y los profesionales Yusef Hassan, Francisco J. Martín Fernández y Ghzala Iazza. Como resultado del proyecto, se logró un prototipo simple, visualmente atractivo y funcional, que presenta de manera sencilla e intuitiva el proceso de compra o contratación del servicio de un ilustrador, y como el sitio funciona en relación a las redes sociales.

Palabras clave: Diseño Gráfico, Sitio web, Ilustración, Freelance, Redes Sociales.

Abstract

The Project in question was the development of a website with the objective in mind of creating a new platform oriented to the commercialization of freelance services around Graphic Design and Illustration, and no services of any other kind, that could manage to work on tandem with social media, which provides more than 80% of the sales of the business in question. Noting how most freelance job sites are plagued with an immense variety of services of all kinds, and that most of the freelance sales from the visual business come from social media, raised the goal of designing a virtual space to commercialize and make visible products and services graphic design and illustration related exclusively. To attain such goal, the design process implemented is, in essence, a methodology based on the processes previously established by the professor Hugo Delgado, and the professionals Yusef Hassan, Francisco J. Martín Fernández y Ghzala Iazza. As a result of said Project, a simple, visually attractive and functional prototype was achieved, one that showcases in an easy and intuitive manner the service hiring process of an illustrator, and how the site functions in relation to social media.

Keywords: Graphic Design, Website, Illustration, Freelance, Social Media.

Problema de Diseño

¿Qué es un “*Freelancer*”? Etimológicamente hablando, el término free lance, proviene del inglés de la época medieval utilizado para referirse a un mercenario (Free: Libre + lance: Lanza) que no sirviese a un señor en particular y cuyos servicios pudiesen ser contratados por cualquiera.

Hoy en día, el término free lance no se aleja tanto de su concepto original, pero sí posee connotaciones completamente distintas muy relacionadas con el contexto tecnológico actual. Según la Real Academia Española (2019), un *Freelancer* es una persona ‘Que trabaja independientemente en cualquier actividad’.

El *Freelancer* o trabajador autónomo ha existido desde siempre pero en el último siglo su relevancia ha aumentado muchísimo debido a un fenómeno evidente, el auge de la internet y las redes sociales.

La vida de la persona promedio en este mundo moderno y tan orientado por la tecnología, es extremadamente diferente a la de cualquier persona del siglo anterior. En 1991, el internet global se hizo pública con el nacimiento de la *World Wide Web* (www.). (De La Hera, M4rketing Ecommerce - 2020)

Con el mundo del internet la comunicación entre personas se vio expandida de forma inimaginable, llevando así a la creación de las llamadas redes sociales, entre estas LinkedIn:

(...) Cuyo impacto en el mundo empresarial fue inmediato llegando, en 2008, a disponer de más de 25 millones de usuarios registrados, extendiéndose a empresas de 150 sectores diferentes. Hoy en día, la misma cuenta con más de **600 millones de usuarios registrados**. ([DE LA HERA](#) - 30 de Junio 2020 Parr. 11 <https://n9.cl/rm30k>)

Naturalmente, con el avance de los sitios web y las redes sociales, el rol del *freelancer* se ha visto beneficiado por el simple hecho de poder tener una mayor red de contactos que puedan requerir del servicio del mismo. Pero no solo eso, si no que teniendo en

cuenta la híper especialización de la red con el pasar del tiempo y la simplificación del proceso de desarrollo de los sitios webs de la mano del avance tecnológico, han sido creados sitios específicamente diseñados para la contratación del trabajo del tipo Freelance.

En el artículo "*Ethical Job Sites for Freelancers*" (25 de mayo - 2020) ("*Sitios Éticos para Freelancers*") el periodista graduado de Londres [James Milin-Ashmore](#) procede a citar varios sitios web convenientes, conocidos, y recomendados para *freelancers*. Entre ellos nombra algunos como *Fiverr*, un sitio donde la gente puede ofrecerse para realizar cualquier trabajo por un mínimo de 5U\$D, obviamente pudiendo aumentar la tasa dependiendo del bien o servicio ofrecido. También nombra otros como *Freelancer.com* o *Upwork.com*, también gigantes del negocio que se ven listados como alternativas en cada artículo relacionado al tema que se pueda encontrar en internet. Pero todos estos sitios son "*content mills*", están llenos de miles de servicios distintos no relacionados a las áreas en cuestión (diseño e ilustración), si no a muchas otras áreas de trabajo, por ende la gente no se ve inmediatamente expuesta específicamente al trabajo visual y de diseño.

Sin embargo, existe un fenómeno interesante que gira en torno a las redes sociales. Si bien las redes sociales son extremadamente importantes para todo negocio, puesto que la comunicación y el *feedback* son elementos cruciales para el desarrollo de cualquier tipo de emprendimiento y/o empresa, para artistas y diseñadores cumple otro propósito fundamental, la exposición.

En el artículo "*Como las redes sociales están cambiando nuestra experiencia artística*" ("*How Social Media is Changing Our Art Experience*") publicado en el blog "*Artworkarchive*" (2018) es evidenciado como en los últimos años, 80% de las compras de arte –sea ilustración, o diseño- son realizadas de forma online, y no solo eso, si no que la mitad de esas compras son realizadas directamente vía Instagram. Esto arroja luz sobre un dato importante. La mayoría de los sitios utilizados para la comercialización de servicios *freelance* no son la principal fuente de ventas para los artistas, si no las redes sociales, a pesar de no tener sistemas de comercialización nativos.

Esto se debe a distintos factores, siendo el más importante el contacto directo con una audiencia. Obviando los medios tradicionales de comunicación, las redes sociales generan la posibilidad del contacto directo con la audiencia del propio ilustrador, con alguien que disfrute del trabajo del mismo. En un instante esa persona puede comunicarle al artista/diseñador el deseo de adquirir una pieza, o comisionar una obra personalizada. También es importante mencionar que las redes sociales eliminan a un intermediario, las galerías de arte, puesto que el *feed* de la red social hace de “galería de arte virtual”, el portafolio del artista web. Además, con la posibilidad de contar con seguidores que comparten su trabajo, el diseñador percibirá, en el incierto mundo de la creatividad visual, la posibilidad cierta de crecimiento profesional.

Todo esto previamente mencionado, alude a que los diseñadores e ilustradores obtienen el mayor porcentaje de ventas de sus trabajos/obras de sus interacciones en las redes sociales, debido a la facilidad del esparcimiento, el alcance de dichos trabajos, y la conveniencia del uso de “*hashtags*” para apuntar a ciertos nichos específicos. Esto los lleva por ende, a depender de sitios externos para manejar la comercialización y transacción de los bienes/servicios, debido a que las redes sociales no están correctamente equipadas con las herramientas necesarias. Lo que agrega pasos extras de complejidad al proceso. A su vez los sitios específicos para la contratación del trabajo *Freelance* no se ven tan recurridos por los trabajadores del marco visual-creativo ya que no poseen las ventajas previamente mencionadas de las redes sociales como *Twitter* y son un espacio ocupado por una variedad muy grande de ofertas de servicios completamente distintos.

En respuesta a lo evidenciado previamente, nacen ciertas preguntas que deben responderse a fin de este proyecto:

- ¿Cómo se puede dar visibilidad exclusiva a los ilustradores y diseñadores en la internet en un ecosistema de trabajo *freelance*?
- ¿Cómo se puede optimizar la exposición y la relación con la audiencia proveniente de las redes sociales?
- ¿Y a su vez, como se puede proporcionar medios cómodos de comercialización sin la necesidad de referir a terceros?

Objetivo general de este proyecto de diseño:

Desarrollar un espacio virtual para visibilizar y comercializar exclusivamente productos y servicios relacionados con el diseño gráfico e ilustración.

Objetivos Específicos:

- Establecer un procedimiento para dotar dicho espacio virtual con interconexión a las redes sociales facilitando su manejo y difusión del contenido expuesto
- Determinar los requisitos técnicos para dotar al sitio de un sistema de monetización para agilizar el proceso de transacción
- Desarrollar las herramientas centradas en el usuario para el funcionamiento eficiente del sitio.

Justificación:

La finalidad del proyecto es brindar a los diseñadores e ilustradores una herramienta compuesta de los atributos encontrados como los más importantes en cuanto al rubro, con el objetivo de facilitar el complicado manejo de la comunicación y la venta de los servicios del tipo, y a la vez brindar un espacio exclusivo como respuesta segura para encontrar dichos servicios mencionados. A su vez establece un precedente al diseño debido a la generación de una plataforma útil con el objetivo de comercializar un área de profesión específica con las características particulares de los productos/servicios de diseño e ilustración.

Por ende es un proyecto beneficioso para cualquier persona que desee dedicarse a este particular rubro, a través de una plataforma funcional, estéticamente agradable, y equipada para poder responder a las principales necesidades del diseñador/ilustrador.

El proyecto es factible en su totalidad, debido a que no solo no hay una plataforma exitosa que posea dichas características, sino que también es completamente factible desde el punto de vista técnico. Las tecnologías y conocimientos que conciernen al desarrollo de dicha plataforma existen y están al alcance de toda persona.

Marco Teórico:

En esta sección, se definirán en profundidad los conceptos fundamentales para el desarrollo del sitio web objeto de este proyecto de diseño.

Diseño y su relación con la web y elementos pertinentes:

De acuerdo al Diseñador Gráfico Norberto Chaves en la Universidad de Palermo (2010), en lo que al diseño respecta, es un proceso para determinar cómo será un producto final. Una etapa necesaria donde se determina qué se debe hacer a través de una práctica de ensayo y error, para poder comprobar qué funciona y qué no, qué cambiar y que mantener.

Acorde a lo definido por el diseñador proveniente de la escuela de San Francisco, Michael Vanderbyl (2010), en su entrevista con Teknion el diseño es el elemento central de cualquier objeto, no un atributo extra a un plan, como muchas veces es considerado. Habla de cómo una marca bien diseñada por ejemplo no envía un mensaje, es el mensaje. “El diseño es todo lo que ves, lees, la ropa que usas, el auto que manejas, la casa en la que vives. Es tan una parte de nuestras vidas que lo damos por sentado, es la cosa más silenciosa que hay, pero impregna todo lo que ocurre en la sociedad” (Teknion, Vanderbyl – Design Does Matter, 29 de Junio, 2010 - <https://n9.cl/gx3cc>)

A partir de las consideraciones anteriores, se deduce que el diseño es una práctica, es una forma de trabajo productivo necesaria para la producción correctamente planeada de cualquier objeto que posea un aspecto visible y connotación, no es un proceso obvio, ya que el proceso creativo no es necesariamente lógico. Está presente en todas las experiencias de las personas. A la hora de relacionar el diseño con la web, el buen diseñador debe tener en cuenta ciertos principios relacionados con la experiencia y usabilidad del mismo, como pueden ser la navegabilidad, arquitectura de la información y la interacción con los medios multimedia. Si se trata, como en este caso, de diseñar un sitio web, éste debe querer ser utilizado y fácil de experimentar, no es una simple aplicación de diseño convencional.

Color/Cromática:

La paleta de colores tiende a ser uno de los principales elementos en el diseño, puesto que al ser el elemento que más destaca, es el más identificativo de una marca, el autor del libro "La Producción Gráfica" Hugo Santansiero (2008) lo define teóricamente como un fenómeno tanto físico como psicológico producido en respuesta a la recepción de las longitudes de onda de luz por nuestras retinas.

Wong (1999), profundiza en esta explicación hablando de cómo la luz emitida que es absorbida por nuestros ojos y cerebro puede no verse transmitida directamente de una fuente luminosa, si no que puede transmitirse a través de materia transparente o ligeramente translúcida, o bien ser absorbida por una superficie o reflejada y luego ser recibida. Luego, procede a separar el color de manera general en dos grandes subdivisiones:

Blanco y negro: El blanco y el negro son los colores más opuestos entre sí, por ende generan el contraste de tonos más acentuado con un óptimo nivel de legibilidad, el negro al ser el más oscuro de los colores concebibles se aplica con suma eficacia, por lo cual es ideal para imprimir en una superficie, mientras que el blanco al ser el más claro de los colores, es ideal como superficie en la cual plasmar los demás colores. Por ende los espacios negros se consideran rellenos mientras que los blancos vacíos.

Colores Cromáticos: Continuando con la teoría de Wong, nuestra idea general del color refiere a los cromáticos, aquellos que forman parte del espectro cubierto por el arcoíris, estos colores cromáticos pueden definirse en Tono: atributo que permite clasificarlos como rojo, amarillo, azul, etc; Valor: Se refiere a la claridad u oscuridad de un color. Y Saturación: hace referencia a la pureza o intensidad de un color. Ambos autores mencionan el hecho de que los colores son importantes elementos del diseño por su poder de identificación y contraste.

Del análisis anterior, se puede inferir que el color es un elemento fundamental del diseño, principalmente por su habilidad identificadora de una marca o elemento, y por la gran herramienta estética que es en términos de contraste, y cómo puede ser utilizado

para dar importancia y atraer la atención sobre el elemento correcto (o incorrecto, en caso de ser erróneamente empleado).

Tipografía:

La tipografía es un elemento fundamental para el diseño en general debido a una variedad de motivos, entre ellos (y el más importante a fin de este proyecto) la legibilidad de los contenidos.

En lo que al concepto refiere el autor del libro “Introducción al Estudio de la Tipografía” Jorge de Buen Unna (2011) habla de cómo hay dos concepciones distintas del término. La primera, siendo que se dice que la tipografía debería referirse de manera aislada al estudio de las letras de imprenta, el diseño de las letras. La segunda concepción alude a que la tipografía es el uso o aplicación de letras para la composición de un documento (hoy en muchos otros elementos).

De acuerdo a John Kane, “Manual de Tipografía” (2013), desde el punto de vista del diseño y la practicidad, la tipografía es un conjunto especial de signos porque logra hacer visible el lenguaje y por ende transmitir información de manera más directa. A su vez la tipografía es un fenómeno de principios basados en la experiencia, por ende evoluciona constantemente.

De lo previamente mencionado podemos entender que la tipografía es una herramienta fundamental para el diseño, al ser un medio crucial para brindar información. Al igual que con el contraste y la cromática, debe ser utilizado de forma correcta para lograr óptima legibilidad, esto es especialmente importante en lo que a este proyecto corresponde, puesto que al ser el diseño de un sitio web, el uso de una tipografía legible y funcional en el medio es imperativo.

User Experience (experiencia de usuario) y su relación con la web:

De acuerdo a lo expresado por Jesse James Garret en su libro “*The Elements of User Experience*” (2011), la experiencia de usuario se refiere al contacto e interacción de la persona con un producto o servicio. La experiencia de usuario no es sobre el

funcionamiento interno, sino más bien sobre cómo funciona por fuera, exactamente aquello con lo que el usuario entra en contacto directo y qué siente al hacer uso de dicho producto o servicio.

Según la definición establecida en la Norma internacional ISO 9241-210 (2010) *Ergonomics of human-system interaction* (2019), en el apartado 210: “*Human-centered design for interactive systems*” (Diseño centrado en el humano para sistemas interactivos), la experiencia de usuario es definida como la percepción y la respuesta resultante de la anticipación al uso de un producto, servicio o sistema. Es la combinación de las respuestas físicas, fisiológicas y emocionales de los usuarios que ocurren antes, durante y después del uso.

Se puede decir entonces, que la experiencia de usuario es el resultado de la combinación de sensaciones que siente una persona luego de una interacción o de hacer uso de algún producto, servicio o sistema. La experiencia de usuario en relación al diseño web depende de los factores previamente mencionados:

- **Accesibilidad y Navegabilidad:** Elementos que refieren a la capacidad de acceso a la web por todas las personas, y la facilidad con la que el usuario puede desplazarse por las páginas y secciones que componen el sitio web.

Como ejemplo de un correcto uso del concepto, se pueden hablar de los sitios web “Responsive”, que son aquellos sitios cuya resolución y relación de aspecto pueden adaptarse a cualquier tipo de dispositivo, característica que al hacerlo mucho más sencillo de visibilizar, aumenta su tráfico.

Cuando se habla de navegabilidad, también se puede hablar de iconografía, especialmente los iconos interiores, definidos por Cuello y Vittone (2013) como iconos simples, metafóricos y sencillos de relacionar con la acción que realizan, existen para reforzar la información visual, o complementar elementos interactivos.

- **Arquitectura de la información:** Es la forma en la que la información se ve dispuesta y estructurada en los distintos espacios de la web para ser accedida por los usuarios.

Respecto a la estructuración de la información existen tres tipos universalmente conocidos, el modelo secuencial (las páginas suceden en orden lógico y de manera sucesiva uno detrás de otro), jerárquico (el modelo jerárquico existe para coordinar grandes cantidades de información, donde mediante la navegación, la información mostrada al usuario decanta desde lo más genérico hasta lo más específico), y de red (como su nombre lo indica, toda la información está conectada a modo de red, sin niveles jerárquicos, por lo que cualquier sección del sitio sirve de entrada o salida del sitio. Esto favorece e incentiva la libre navegación al no haber patrones establecidos).

- Interacción con los medios: Consiste en el aprovechamiento de manera no excluyente de medios como imágenes, texto, audio y video.

La importancia de los elementos interactivos en una web como pueden ser botones por ejemplo, es la de brindar información visual a los usuarios para facilitar el movimiento en el sitio y facilitar ciertos procesos.

Redes Sociales

Según el equipo de Marketing de Contenido de Rdstation.com (12 de marzo, 2017) las redes sociales son estructuras formadas en el internet compuestas de personas u organizaciones, que se ven relacionadas entre sí a partir de intereses y valores comunes. De ellas nacen relaciones entre individuos o empresas sin jerarquía o límites físicos.

En el escrito de Boyd y Ellison (2008) *“Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship”* (Sitios de Red Social: Definición, Historia, y Escolaridad) se define a una red social, como un servicio que otorga a las personas la posibilidad de construir un perfil público o semi-público dentro de un sistema específico, y generar una lista de personas también en dicha red, con la cual compartir información de algún tipo. La naturaleza de la información que se comparte tiende a variar en las distintas redes sociales.

En base a lo expresado por estas dos fuentes, se podría decir que las redes sociales, nacidas en este siglo, son servicios virtuales basados en el ciberespacio, donde los usuarios pueden conectar unos con otros y compartir información respecto a una amplia variedad contenidos a pesar de estar en lugares completamente distintos del mundo

físico. La posibilidad de ampliar las conexiones de las personas tanto más allá del lugar físico que habitan más la relación de las redes sociales con la exposición de los diseñadores e ilustradores, hacen de éstas un elemento fundamental en este proyecto de diseño.

E-Commerce (Comercio Electrónico)

En el artículo escrito por Rolf T. Wigand llamado "*Electronic Commerce: Definition, Theory and Context*" (Comercio electrónico: Definición, Teoría y Contexto) (1997) define al comercio electrónico como cualquier tipo de actividad económica realizada a través de conexiones electrónicas. El concepto es considerablemente abarcador, ya que toma desde mercados electrónicos, hasta redes emprendedoras, y el denominador común es el hecho de que son electrónicos y virtuales. Servicios desde el turismo, las finanzas, los seguros, distribución de productos y servicios al consumidor, son también típicas áreas de aplicación del concepto.

Los autores Kalakota, R. y Andrews B. Whinston, en el libro "*Frontiers of Electronic Commerce*" (Fronteras del Comercio Electrónico) (2007) determina que el comercio electrónico es aquél en el que entran todas las actividades de negocios que significan una relación entre clientes, productores, proveedores e intermediarios mediante el uso de las redes sociales provenientes del internet. Habla de cómo su objetivo principalmente es la reducción de costos y mejora de calidad en respuesta al cliente.

En base a lo expuesto por estos autores, podemos concluir que el comercio electrónico es la realización de cualquier actividad comercial vía redes. Una de las más grandes e importantes ventajas del comercio electrónico es la posibilidad de realizar una transacción o movimiento económico a la distancia sin la necesidad de estar en la misma localización que la otra entidad de la operación, mediante el uso de las previamente mencionadas redes sociales. Ya que la base de la plataforma a desarrollar en este proyecto de diseño es de carácter comercial, el comercio electrónico resulta un elemento crucial de este marco teórico.

Metodología

La metodología de Diseño consiste en un proceso referido al seguimiento de pasos determinados, con el fin de resolver de forma esquemática un problema de diseño. Al existir problemas de diseño de variadas naturalezas, es importante a la hora de referenciar la metodología de distintos autores tener en cuenta el tipo de problema de diseño a resolver. En el caso de este proyecto, al ser un problema de diseño web, el cual no es un simple caso de aplicación de diseño tradicional, es irrefutable la necesidad de referenciar autores expertos en esta área específica. Las metodologías analizadas para este proyecto provienen específicamente de las expuestas por el profesor Hugo Delgado en su artículo "Metodología para la Creación y Desarrollo de Sitios Web" (2019) y las expuestas en el artículo "Diseño Web Centrado en el Usuario: Usabilidad y Arquitectura de la Información" por Yusef Hassan, Francisco J. Martín Fernández & Ghzala Iazza (2007).

Metodología del profesor Hugo Delgado	Metodología según Yusef Hassan & Francisco J. Martín Fernández & Ghzala Iazza	Metodología propia
Fase de análisis del proyecto <ul style="list-style-type: none"> • Selección de objetivos • Selección de usuarios • Expectativas de usuarios • Expectativas de la Organización 	Diseño <ul style="list-style-type: none"> • Modelado del usuario • Diseño conceptual • Diseño visual y definición del estilo • Diseño de contenidos 	Fase de planificación <ul style="list-style-type: none"> • Selección de software • Selección de hardware • Selección del equipo de trabajo adecuado • Análisis de la competencia
Fase de planificación <ul style="list-style-type: none"> • Selección de software • Selección de hardware • Selección del equipo de trabajo adecuado <ul style="list-style-type: none"> • Benchmarking • Estructura de navegación <ul style="list-style-type: none"> • Costos de inversión • Beneficios a obtener 		Diseño <ul style="list-style-type: none"> • Modelado del usuario • Diseño conceptual • Diseño visual y definición del estilo • Diseño de contenidos
Fase de contenido	Evaluación <ul style="list-style-type: none"> • Método por inspección: evaluación heurística • Método de test con usuarios 	Prototipado
Fase de Diseño <ul style="list-style-type: none"> • Usabilidad • Accesibilidad 	Implementación y lanzamiento	Fase de programación <ul style="list-style-type: none"> • Bases de datos • Programación intermedia • Interfaz
Fase de programación <ul style="list-style-type: none"> • Bases de datos • Programación intermedia • Interfaz 		Fase de testeo <ul style="list-style-type: none"> • Comprobación en navegadores • Detectar los vínculos rotos • Comprobar tiempo de descarga
Fase de testeo <ul style="list-style-type: none"> • Comprobación en navegadores • Detectar los vínculos rotos • Comprobar tiempo de descarga 	Mantenimiento y seguimiento <ul style="list-style-type: none"> • Opiniones de los usuarios • Comportamientos del usuario y uso del sitio 	Implementación y lanzamiento
Fase de Mercado y Publicidad		Mantenimiento y seguimiento <ul style="list-style-type: none"> • Opiniones de los usuarios • Comportamientos del usuario y uso del sitio

Figura 1. Metodologías de Diseño. Fuente: Elaboración propia (2020)

Para este proyecto de diseño, se ha tomado como base las propuestas de los autores previamente mencionados, rescatando distintos elementos de cada uno y en algunos haciendo ligeras modificaciones.

En la Fase de Planificación se plantea específicamente los requerimientos técnicos del proyecto desde un punto de vista dual, relacionado al Software por un lado y al Hardware por otro, también se plantea la selección o reclutamiento del recurso humano, el equipo a trabajar en el proyecto y el análisis de la competencia, los otros sitios webs que habitan en el rubro al que apunta este.

La Fase de Diseño consiste en el modelado del usuario, que básicamente refiere a analizar el público objetivo del proyecto, el diseño conceptual el cual define el esquema de organización y funcionamiento del sitio. Luego el diseño visual y la definición del estilo, que especifica el aspecto visual estético del sitio, la composición de las páginas y

la presentación e interacción con los elementos multimedia. Y por el ultimo el diseño de contenidos, que hace referencia a la arquitectura de la información en el sitio, como es presentada.

El Prototipado consiste en la generación de modelos o prototipos para poder evaluar la usabilidad del sitio en sus primeras instancia.

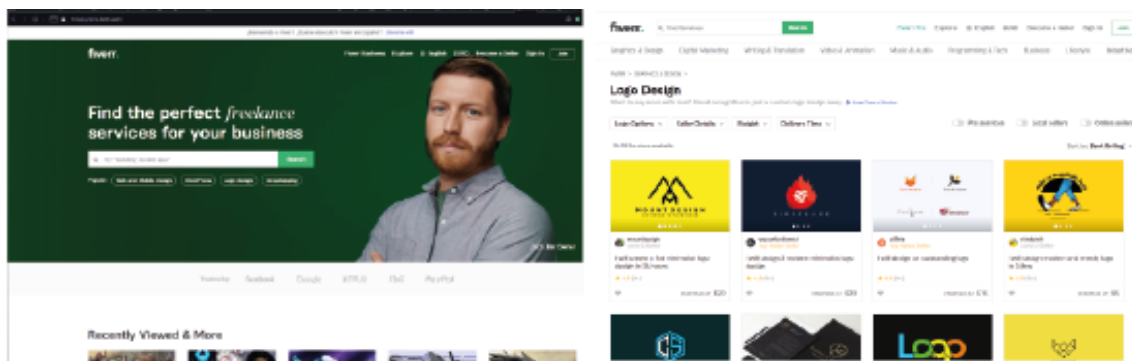
La Fase de Programación consiste en la utilización de las herramientas y conocimientos técnicos necesarios para programar el sitio.

Fase de Testeo es el proceso de prueba y error exhaustivo para asegurar que todos los elementos del sitio funcionen correctamente.

La etapa de Implementación y lanzamiento consiste en las últimas pruebas de funcionalidad, y finalmente el lanzamiento del sitio de forma pública, donde los usuarios entraran en contacto por primera vez con el sitio.

Y por el último, el Mantenimiento y Seguimiento, el proceso continuo en el que en base a la retroalimentación (*feedback*) y la evolución del medio el sitio es mantenido y modificado durante su (esperemos largo y llevadero) ciclo de vida.

Casos a Analizar






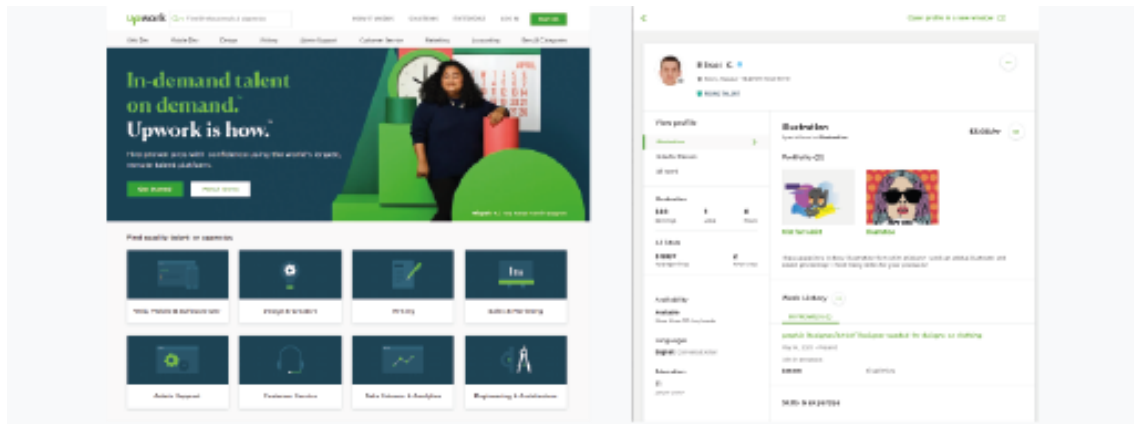
	Qué es?	Fiverr es una plataforma dedicada a la compra y venta de productos o servicios digitales de trabajo Freelance, cuenta con una notablemente extensa lista de servicios y productos.
DISEÑO	Isologotipo	
	Cromática	
	Tipografía	Fiverr utiliza principalmente, tipografías sin serifas, de palo seco y de baja densidad, como son la "Macan" y la "Helvética Neue"
	Iconografía	Son metáforas correctas de las respectivas acciones que realizan y tienen cohesión entre sí.
USER EXPERIENCE	Información	Al entrar al sitio la información que predomina y a la que el usuario se ve inmediatamente expuesto tiene forma de imagen, mostrando distintos freelancers que hacen uso del sitio, seguido por una explicación de los servicios ofrecidos por la página y las distintas categorías navegables.
	Navegabilidad	El sitio en general es bastante cómodo y sencillo de navegar en las distintas secciones, todo es muy claro y es muy fácil de entender dónde se encuentra el usuario, a excepción de la sección de soporte. La sección de FiverrSupport esta particularmente cargada de información y no es sencilla de navegar.
E-Commerce	Medios de pago disponibles	

Figura 2. Casos de estudio: Fiverr.com. Fuente: Elaboración propia (2020)






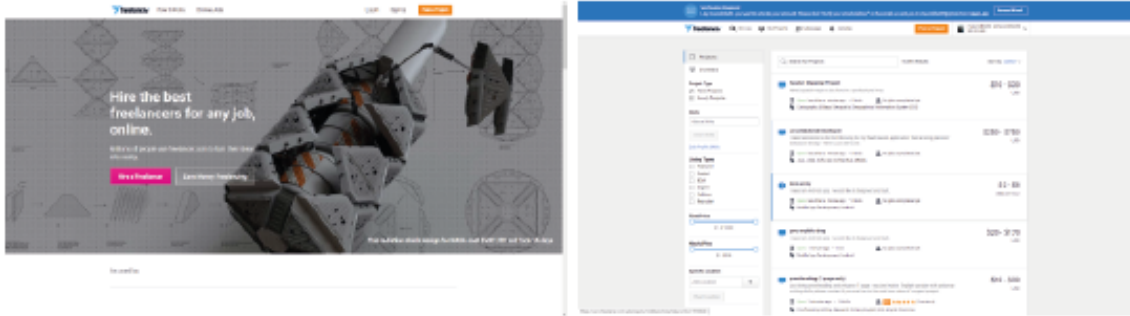
<p>Qué es?</p>		<p>Upwork es una plataforma totalmente gratuita que conecta a profesionales freelance y agencias con empresas que buscan talentos especializados para desarrollar un proyecto. básicamente, esta plataforma funciona como intermediaria (algo así como Airbnb) entre las empresas y los profesionales o agencias que buscan nuevos proyectos.</p>
<p>DISEÑO</p>	<p>Isologotipo</p>	
	<p>Cromática</p>	
	<p>Tipografía</p>	<p>El sitio hace uso tanto de tipografías con Serifa (en este caso la Canela Deck Bold) y sin serifa (Gotham SSm)</p>
	<p>Iconografía</p>	<p>El sitio en general no cuenta con mucha iconografía a excepción de ciertos iconos para las categorías de la página principal, sin embargo tienen un estilo propio, al ser bastante finos y hacer uso de la cromática.</p>
<p>USER EXPERIENCE</p>	<p>Información</p>	<p>Similar a Fiverr, Upwork expone principalmente a imágenes de exitosos freelancers, una breve exposición de qué se trata la página y la división entre las categorías más frecuentadas. Upwork además recibe al usuario con distintas promociones de servicios pagos de diversos niveles dependiendo de la profesionalidad que busque en el sitio.</p>
	<p>Navegabilidad</p>	<p>Respecto a la navegabilidad, si bien el sitio es entendible y legible, Upwork esconde gran parte de su contenido bajo numerosos carteles para ingresar una cuenta, esto no permite ver cómodamente el trabajo de los freelancers sin realizar previamente este paso extra. También ocurre que la jerarquía de la información en la página de cada servicio a contratar hace que todo se vea demasiado cargado de elementos y sea difícil de maniobrar.</p>
<p>E-Commerce</p>	<p>Medios de pago disponibles</p>	

Figura 3. Casos de estudio: Upwork.com. Fuente: Elaboración propia (2020)





	Qué es?	Freelancer.com es una bolsa de trabajo en línea en la que se pueden solicitar servicios de diferentes ramas, destinado a la pequeña y mediana empresa.
DISEÑO	Isologotipo	
	Cromática	
	Tipografía	El sitio utiliza una tipografía sin serifa de nombre Roboto, esta tipografía, al igual que en el caso de Fiverr, es de las familias de la Helvética Neue
	Iconografía	El sitio posee una variedad muy alta de iconografía muy simple y clara que transmite de excelente manera aquello a lo que hace alusión. Todos estos iconos forman parte del sistema al usar el mismo trazo ilustrativo y color.
USER EXPERIENCE	Información	El sitio se presenta a sí mismo con imágenes grandes de distintos proyectos de los distintos usuarios freelance, dando una breve explicación de la web y recomendando categorías de servicios. A la hora de ver las solicitudes de trabajos se aprecian paneles y secciones de información muy completos, pero en consecuencia la inmediata impresión es que está excesivamente cargado.
	Navegabilidad	En cuanto al manejo del sitio por el usuario, si bien si limita acciones hasta el punto de crear una cuenta, es bastante cómodo y sencillo de manejar, también hace un muy buen trabajo en mantener ubicado al usuario respecto a la página o sección en la que se encuentra.
E-Commerce	Medios de pago disponibles	Freelancer.com permite al usuario pagar con todos los servicios convencionales (PayPal, MasterCard, Visa, UBC, American Express, y cualquier banco local, pero también permite depositar dinero en la cuenta misma de Freelance.com para pagar inmediatamente con el dinero depositado.

Figura 4. Casos de estudio: Freelancer.com. Fuente: Elaboración propia (2020)

Conclusión de Análisis de Competencia:

Los sitios estudiados claramente poseen ciertas semejanzas, no solo en las paletas cromáticas, sino también en los elementos como la tipografía y componentes interactivos. En lo que a la cromática concierne, todos los sitios utilizan como color contrastante un fondo blanco con un color de la familia de los verdes y azules, y en cuanto a la tipografía, en todos los ejemplos es notable la utilización de tipografías en palo seco sans-serif. Interactivamente hablando, al ser sitios de funciones similares poseen categorías y elementos interactivos muy similares entre sí, sino directamente idénticos, ubicados también en los mismos lugares. En general la estructura de los sitios es muy similar entre sí.

Sin embargo existen algunas diferencias, principalmente a la hora de ver los servicios ofrecidos por los *freelancers*. En relación a *Upwork* y *Fiverr*, la arquitectura de la información es completamente diferente en cada sitio. Y en el sitio de *Freelancer.com* el usuario ni siquiera se ve presentado directamente con los *freelancers* disponibles para contrato, sino que se ve expuesto directamente a distintos trabajos a los cuales apuntarse como *freelance*.

Estrategia de Diseño

- Estrategia Comunicativa:

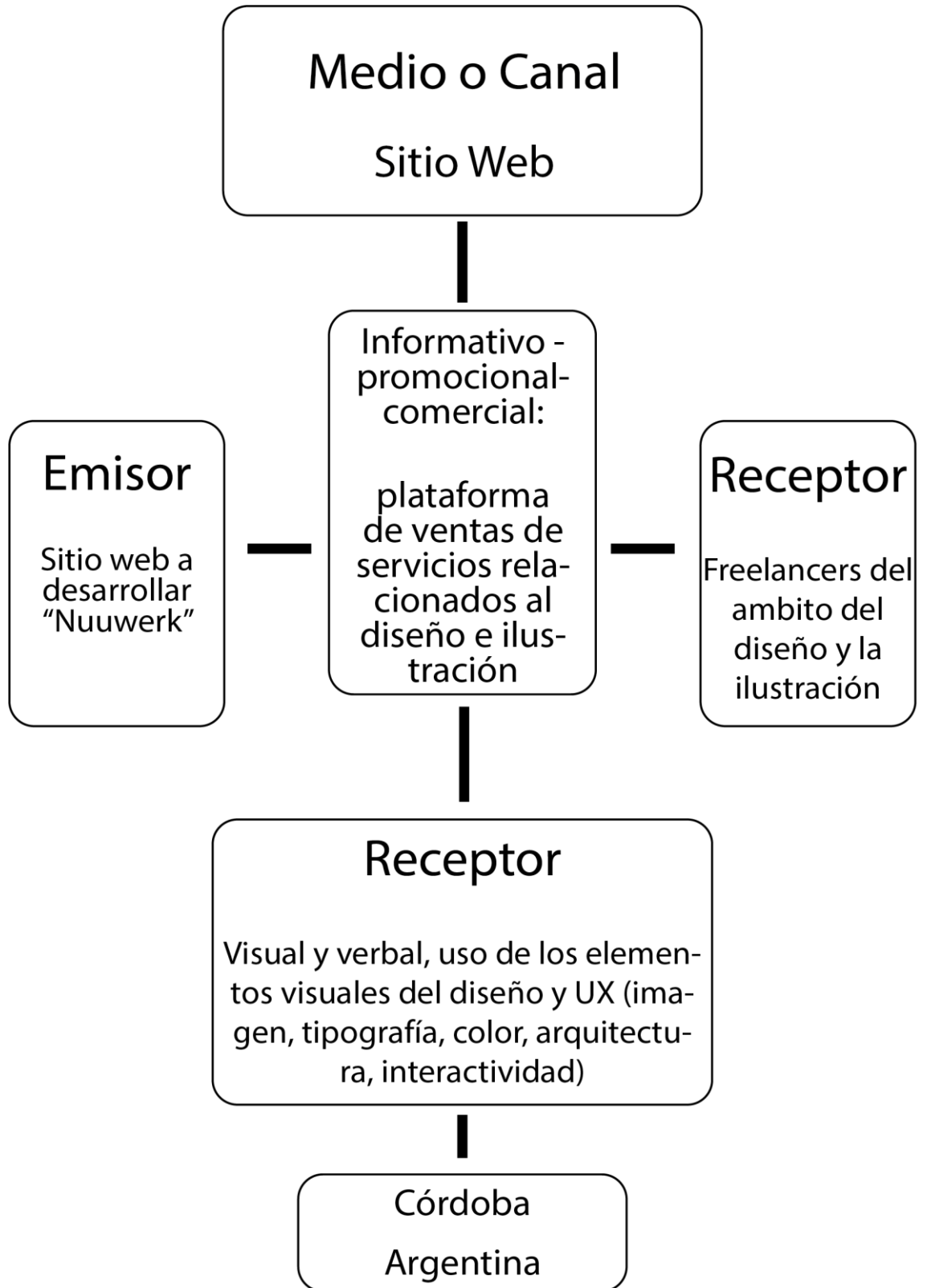


Figura 5. Estrategia Comunicativa. Fuente: Elaboración propia (2020)

- Estrategia de Mercado:

El objetivo de este proyecto es desarrollar un sitio que facilite la comercialización de servicios del rubro del diseño y la ilustración aprovechando las ventajas que representan las redes sociales. Estos son servicios que, como fue previamente mencionado, según el artículo “Como las redes sociales están cambiando nuestra experiencia artística” (“*How Social Media is Changing Our Art Experience*”) publicado en el blog “*Artworkarchive*” (2018) un muy alto porcentaje de estos trabajos son realizados de manera online (aproximadamente un 80%) sin embargo los sitios webs especializados en la venta de servicios *freelance* no son usados, y la mayoría de las ventas se producen vía redes sociales, debido a las ventajas que poseen en cuanto a medios para compartir el contenido.

- Estrategia de Recursos Técnicos:

El sitio deberá de estar dotado de una interfaz simple, intuitiva e universal, y de bien diseñados elementos interactivos, para ser fácilmente navegable por los usuarios para poder comprender y desplazarse a través de las distintas secciones fácilmente.

Para el desarrollo del prototipado del sitio se empleará el software de maquetación Adobe XD. Para el desarrollo de los elementos gráficos que lo componen se utilizará Adobe Illustrator y Adobe Photoshop.

- Estrategia de Recursos Gráficos

Al tratarse de un sitio web, el código de comunicación es mayormente visual-verbal, dado que se trata de un sitio de *E-commerce*, el punto primordial a mostrar serían las imágenes de los distintos trabajos acompañados con sus respectivas descripciones y precios.

El sitio en general tendrá una estética minimalista y limpia donde el uso de la paleta cromática y contraste será crucial para generar una experiencia visualmente agradable.

Concepto Gráfico:

La conceptualización gráfica del sitio, nace de la necesidad de poseer una plataforma clara, visualmente atractiva y de sencilla navegabilidad, exclusiva para el rubro del diseñador/ilustrador que funcione como una alternativa o herramienta adicional más conveniente para el trabajo autónomo que las redes sociales o los sitios *freelance* conocidos.

A partir de esta necesidad, se plantea el diseño de un sitio de estilo *minimal*, de la mayor simpleza posible donde al ser el principal punto focal las imágenes y demás elementos visual/verbales pertinentes al diseñador/ilustrador, se perciba por el usuario como una especie de galería expositiva virtual.

Respecto al significado del nombre “Nuuwerk”, es una composición de dos palabras, Nuu, una alteración que deriva etimológicamente de la palabra “New” en Inglés “Nuevo”, y “Werk” que deriva de “Work”, trabajo en inglés.

En lo que a la interfaz propia de la web concierne, se priorizará la utilización de imágenes de la menor carga visual posible. Mientras que las imágenes que representen el servicio que cada diseñador/ilustrador ofrece en su perfil serán por supuesto a decisión de cada *freelancer*, al igual que las fotos de perfil y *headers*, acompañadas de una breve descripción y un rating del usuario. Al entrar al perfil del trabajador se podrá ver una descripción más extensa, con los distintos precios posibles para distintos tipos de trabajo, todos a determinar por el *freelancer* usuario del sitio. En relación a los elementos interactivos e iconografía, el sitio utilizará rediseños de íconos conocidos con los cuales la mayoría de los usuarios de la web ya están familiarizados, a fin de generar una navegabilidad sencilla, minimizando la curva de aprendizaje.

La tipografía a utilizar en el sitio será una tipografía limpia, sans serif con un ojo relativamente abierto a fin de maximizar la legibilidad cómoda y agradable de los textos.

La elección de los colores se hizo principalmente con la intención de generar un contraste cromático agradable, y al mismo tiempo diferenciar completamente al sitio de su competencia. Puesto que como fue mencionado anteriormente ninguno de los sitios que componen a la competencia utiliza una paleta cromática siquiera similar a la elegida.

Programa de Diseño

Determinantes:

Tipografía: En base a lo expresado anteriormente por Unna (2011) y Kane (2013) es clara la importancia de la tipografía para transmitir información, la elección de una tipografía clara y legible es crucial para lograr un óptimo resultado. En lo que al diseño web concierne, es siempre recomendable utilizar una tipografía simple y sans serif para maximizar la legibilidad.

Paleta Cromática: Debido a la importancia de la cromática como elemento identificativo y estético, previamente mencionada por Wong (1999) y Santansiero (2008), se vuelve un elemento imprescindible para este proyecto a fin de diferenciar el sitio de su competencia y para lograr una experiencia visual agradable mediante el uso del contraste.

User Experience: Según Garret (2011) la experiencia de usuario es de suma importancia puesto que es lógicamente aquello con lo que el usuario entra en contacto, y determina su respuesta hacia cierto producto o servicio. De la experiencia de usuario nacen 3 conceptos de importancia para un sitio web.

- **Navegabilidad:** La navegabilidad del sitio hace referencia a la facilidad y comodidad con la cual un usuario puede acceder a un sitio web
- **Iconografía interna:** La iconografía interna refiere a los íconos generales que tienden a cumplir un papel enteramente funcional.
- **Arquitectura:** Es la manera en la que la información presentada por el sitio se ve dispuesta y estructurada para el usuario.

E-Commerce: Rolf T. Wigand (1997) describe el comercio electrónico como cualquier tipo de actividad realizada a través de conexiones electrónicas, como en este caso es la web. Todo sitio que ofrezca un producto o servicio de cualquier tipo a cambio de remuneración económica entra en el concepto abarcador de E-Commerce.

Redes Sociales: Las redes sociales son definidas por Boyd y Ellison (2008) como un servicio que permite a los usuarios compartir información entre sí, información que varía dependiendo de las redes en cuestión. Al permitir comunicación entre pares que no están localizados en la misma área, implica una importante herramienta para los procesos de venta online.

Criterios:

Tipografía: En base a lo previamente mencionado, se utilizara una tipografía limpia sans-serif (palos seco) con la finalidad de que los textos sean de una apariencia minimalista y con buena legibilidad. Por tal motivo se optó por la tipografía “Chivo” en sus respectivas variantes *regular*, *italica* y *bold*.

Paleta Cromática: En base a lo previamente mencionado, y visto que los casos analizados demuestran que la competencia principal utiliza los colores verdes y azules como principales de la paleta cromática, se ha optado por usar una paleta recortada compuesta de un máximo de 3 colores, un rojo que genere contraste con los espacios blancos como colores principales, y luego un azul oscuro y un amarillo pálido para resaltar ciertos elementos específicos.

User Experience: Respecto a la navegabilidad, a fin de que el sitio pueda ser usado en la mayoría de dispositivos disponibles, será una web *responsive*. En lo que a la iconografía corresponde, se utilizarán como íconos interiores rediseños simples de íconos conocidos, a fin de generar un sistema visual propio del sitio, evitando generar la necesidad de un aprendizaje nuevo para el usuario. A su vez, se debe aclarar que el sitio es un sitio bilingüe.

La arquitectura de la información sobre la cual se desarrollará este sitio es del tipo jerárquica, para poder guiar al usuario por el sitio en orden de importancia de las distintas secciones.

E-Commerce: Debido al carácter comercial del sitio, la implementación de sistemas de pago o monetización por los distintos servicios ofrecidos por los usuarios es de extrema importancia. El sitio contará con los sistemas de pago estándar más utilizados por la mayoría de los usuarios de la web: PayU Latam, MercadoPago, PayPal, Tarjeta Visa, Mastercard o transferencia bancaria.

Redes Sociales: Puesto que las redes sociales implican una gran ventaja para el comercio online, y específicamente en el rubro del diseño representan el medio más utilizado para la venta de dichos servicios (alrededor del 80%), es importante encontrar una forma de aprovechar su exposición para el sitio. Se instrumentará un *plugin* automático, que compartirá en todas las redes sociales conectadas al sitio por el usuario, cualquier publicación que el usuario realice en el sitio, siempre y cuando cumpla con los requerimientos de la red. Por ejemplo, si el mensaje publicado en el sitio supera el límite de caracteres que soporta la red social twitter, el mensaje no será enviado como tal en la red, si no que se compartirá un link a la publicación en el sitio original. También publicará automáticamente en las redes cada vez que el usuario del sitio realice algún tipo de venta de un servicio. Todo esto a fin de hacer más eficiente el uso de las redes para potenciar la expansión de los servicios del usuario.

Primeros Bocetos de Diseño

Home Screen y Perfil:

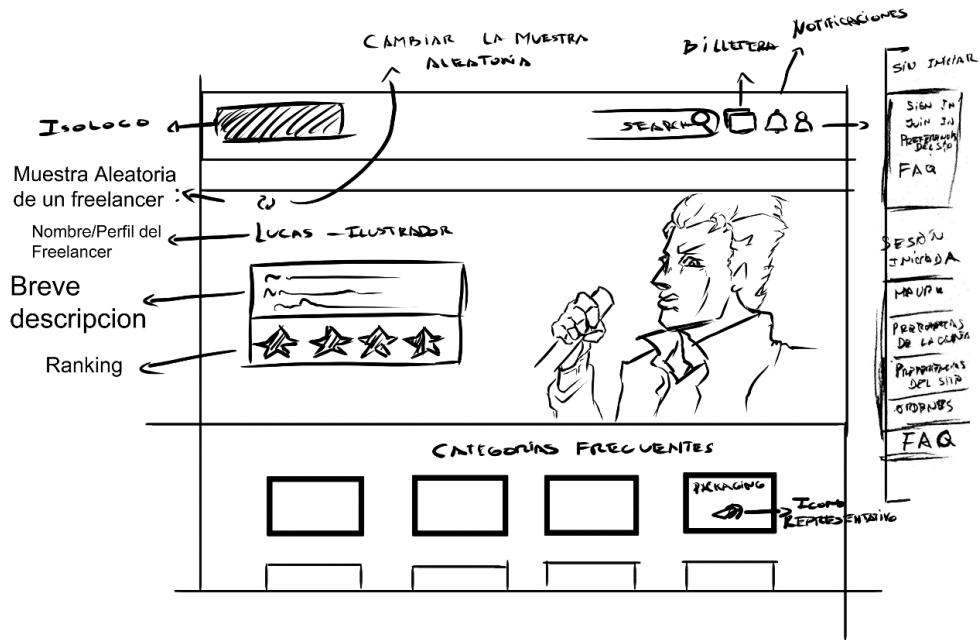


Figura 6. Bocetos de Diseño: Home Fuente: Elaboración propia (2020)

Info de trabajos realizables por el freelancer

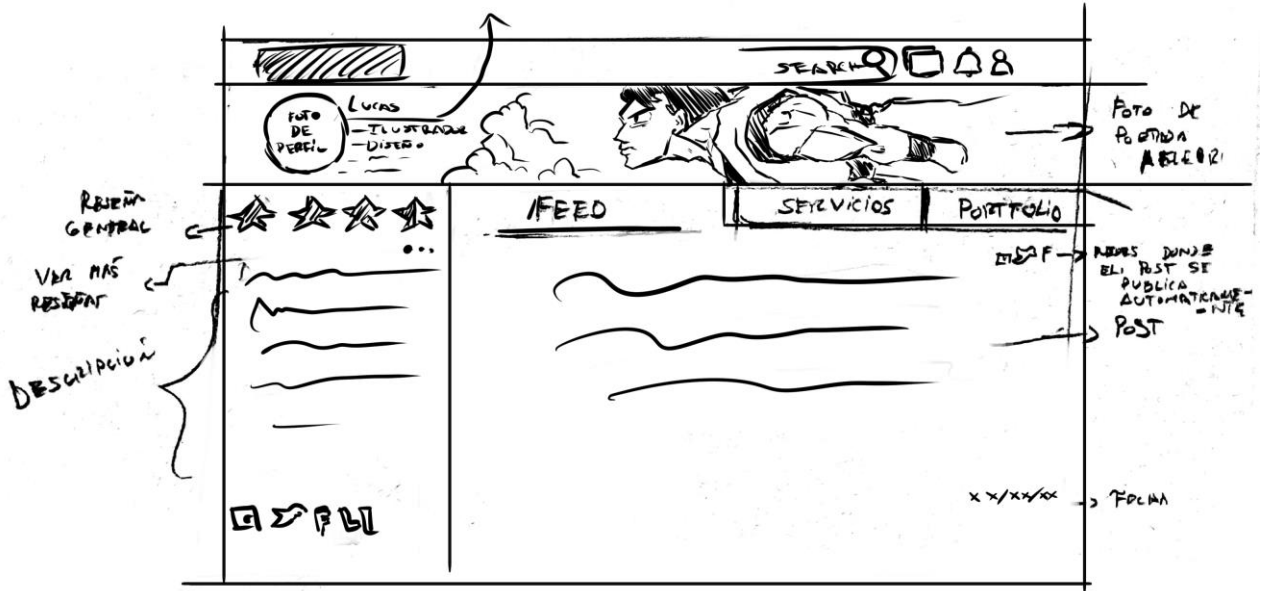


Figura 7. Bocetos de Diseño: Perfil 1: Elaboración propia (2020)

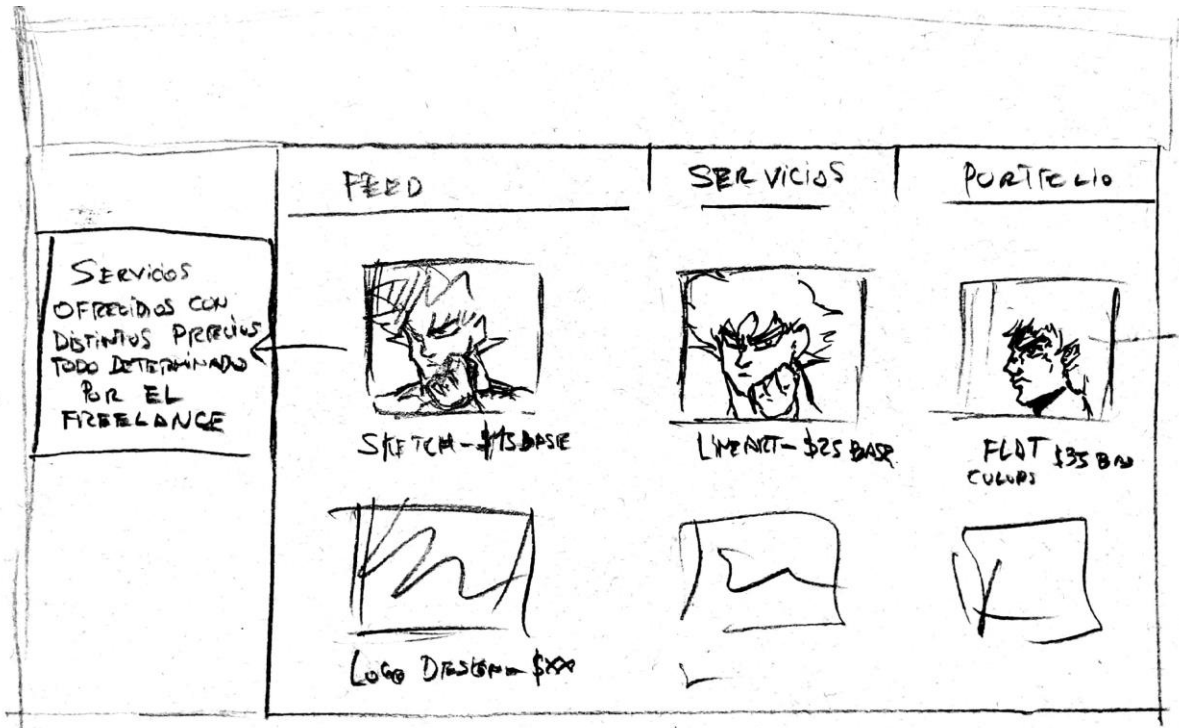


Figura 8. Bocetos de Diseño: Perfil 2: Elaboración propia (2020)

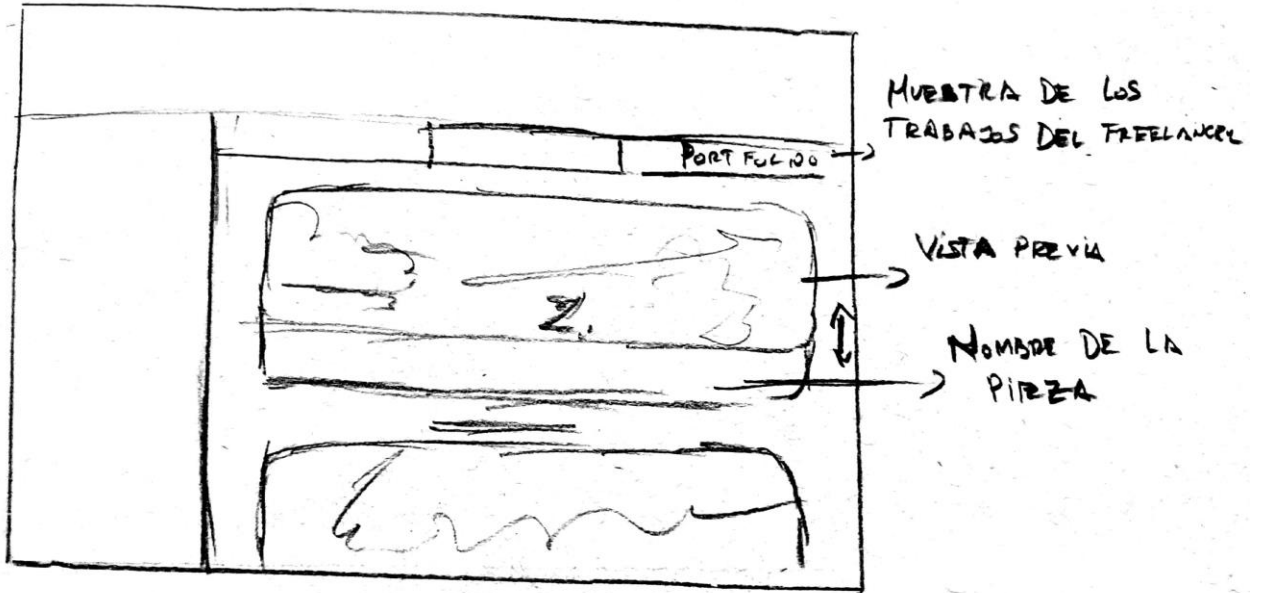


Figura 9 Bocetos de Diseño: Perfil 3: Elaboración propia (2020)

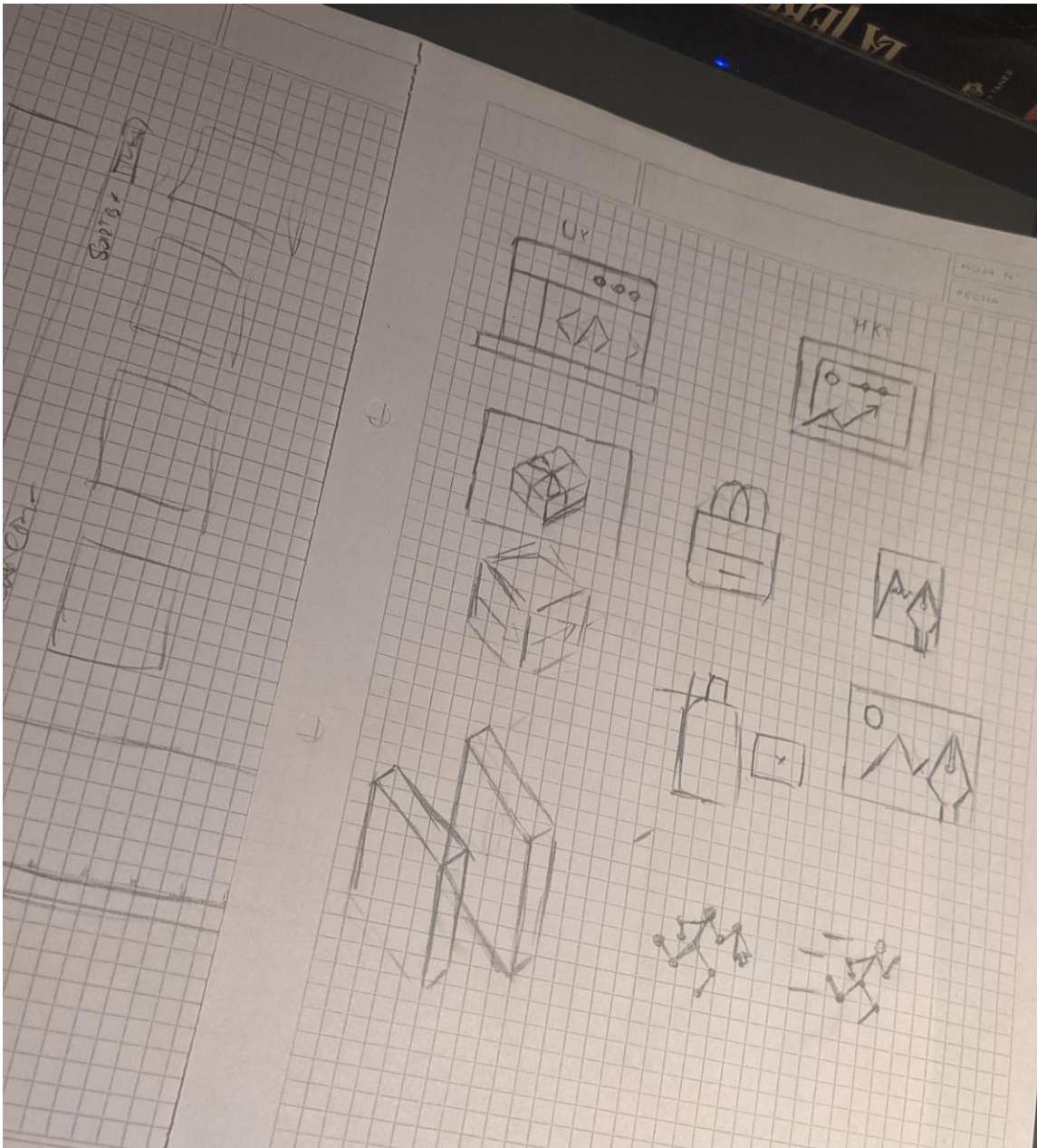


Figura 10 Bocetos de Diseño: Iconografía para categorización: Elaboración propia (2020)

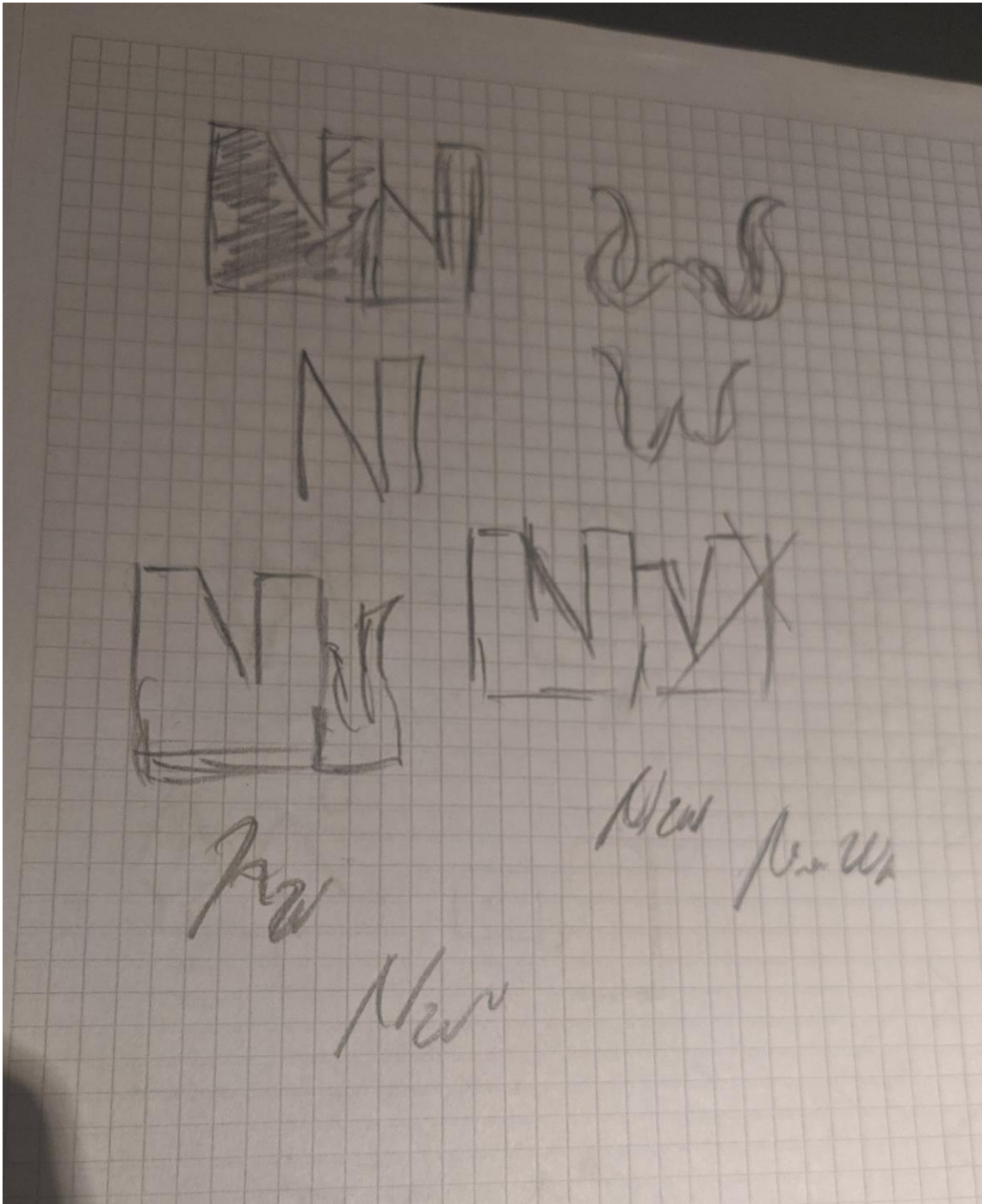


Figura 11 Bocetos de Diseño: Primeros bocetos de isologotipo: Elaboración propia (2020)



Figura 12 Bocetos de Diseño: Primeros bocetos de isologotipo 2: Elaboración propia (2020)



Figura 13 Bocetos de Diseño: Primeros bocetos de isologotipo 3: Elaboración propia (2020)

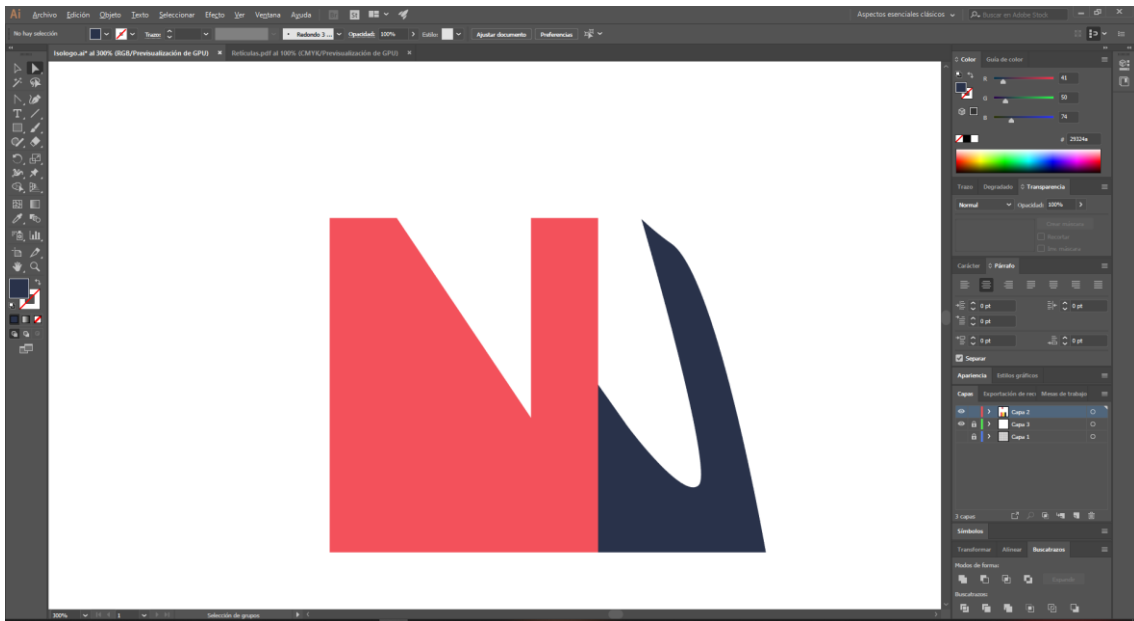


Figura 14 Bocetos de Diseño: Primeros bocetos de isotipo 4: Elaboración propia (2020)

Cronograma de proceso de desarrollo:

Metodología	Semanas de Desarrollo														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
Fase de planificación															
• Selección de software	■														
• Selección de hardware		■													
• Selección del equipo de trabajo adecuado			■	■	■										
• Análisis de la competencia.					■	■	■								
Diseño															
• Modelado del usuario							■								
• Diseño conceptual							■	■	■						
• Diseño visual y definición del estilo										■	■				
• Diseño de contenidos.											■	■	■		
Prototipado														■	■

Figura 15 Cronograma de Desarrollo del Sitio Web: Elaboración propia (2020)

Propuesta Final de Diseño

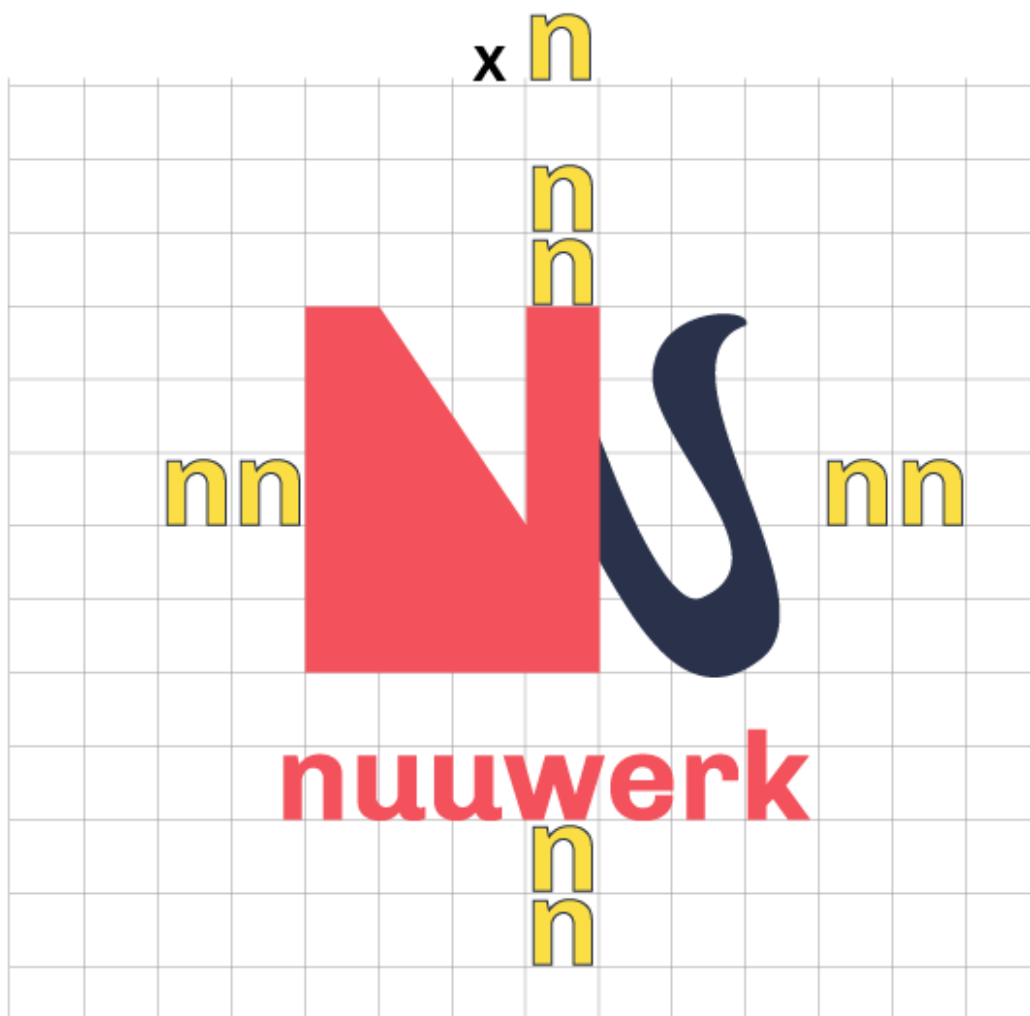
Luego del proceso de bosquejo del isologotipo se obtuvo el siguiente como resultado final:



Figura 16 Propuesta final de Diseño: isologotipo: Elaboración propia (2020)

Aquí se presenta la versión definitiva del isologotipo creado a fin de dotar a este proyecto web de una identidad. Dotado de un fuerte contraste tanto morfológico como cromático, transmite la gran variedad de servicios que se pueden contratar en el sitio, la rigidez y estructura de la “N” representando los servicios más concretos y estructurados de la rama del diseño, y el trazo de la media “W” representando lo orgánico y fluido de otros trabajos como el de la ilustración y el arte.

El campo de mínima actuación del isologotipo fue pensando utilizando la “n” como representativo del módulo que compone la grilla donde fue generado el isologotipo:



Campo de Mínima Actuación

Figura 17 Propuesta final de Diseño: isologotipo. Campo de Mínima Actuación: Elaboración propia (2020)

Respecto a las versiones permitidas y no permitidas del isologotipo, no se permite la aplicación del logo sobre ninguna fotografía a menos que este contenido por un cuadro que mantenga su contraste y distinción del contexto que lo rodea, a continuación las versiones permitidas del isologotipo:

Versiones permitidas



Figura 18 Propuesta final de Diseño: isologotipo. Versiones permitidas: Elaboración propia (2020)

Paleta Cromática:

En lo que a la cromática respecta se hizo una extensa prueba de diferentes colores que fuesen lo más distintos posibles de los colores vistos frecuentemente en la competencia, como suelen ser los azules, celestes y verdes. En pos de esto se seleccionó la siguiente paleta de colores compuesta de 3:

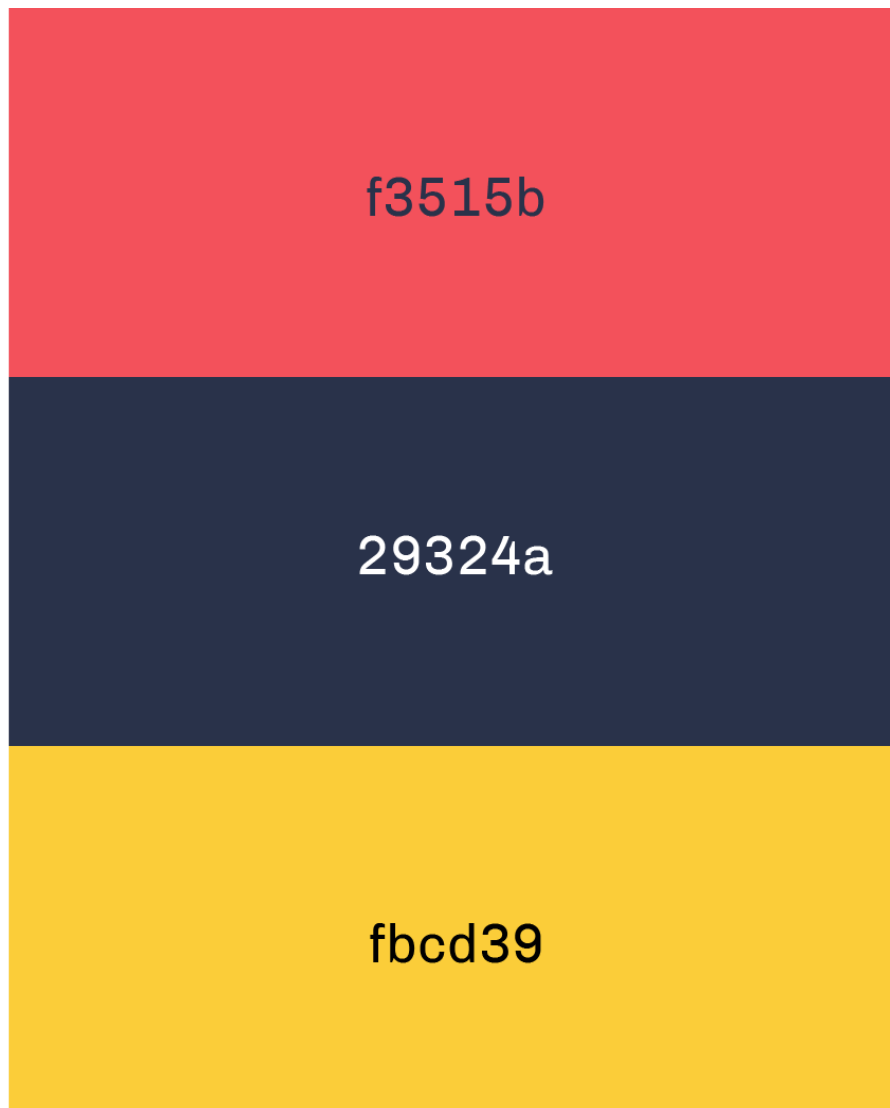


Figura 19 Propuesta final de Diseño: Paleta Cromática: Elaboración propia (2020)

CMYK:

f3515b: C:0 M:79,53 Y:53,89 K:0

fbcd39: C:2,07 M:19,78 Y:83,27 K:0,01

29324a: C:88,99 M:75,38 Y:43,28 K:44,47

Tipografía:

Aquí se presenta la familia tipográfica utilizada en sus diferentes variantes y sus glifos:



Figura 20 Propuesta final de Diseño: Tipografía: Elaboración propia (2020)

Iconografía principal del sitio:

Se presentan los principales iconos realizados para la demostración de este prototipo inicial (de mas esta aclarar, que el prototipo funcional del sitio a mostrar en la defensa poseerá un número mayor de iconos del sitio).

Para el *header* donde están ubicados los elementos necesarios para la navegabilidad principal se utilizan iconos pesados, simples y no muy detallados, a fin de ser de rápida interpretación.

Los iconos más finos y complejos fueron diseñados con mayor delicadeza, para representar las distintas categorías de servicios del sitio, como son Diseño UX, Ilustración, Diseño Publicitario y Diseño de *Packaging*.

Se debe aclarar que todos los iconos son interactivos, de los cuales actualmente el cambio de carta y barra de búsqueda presentan animación.

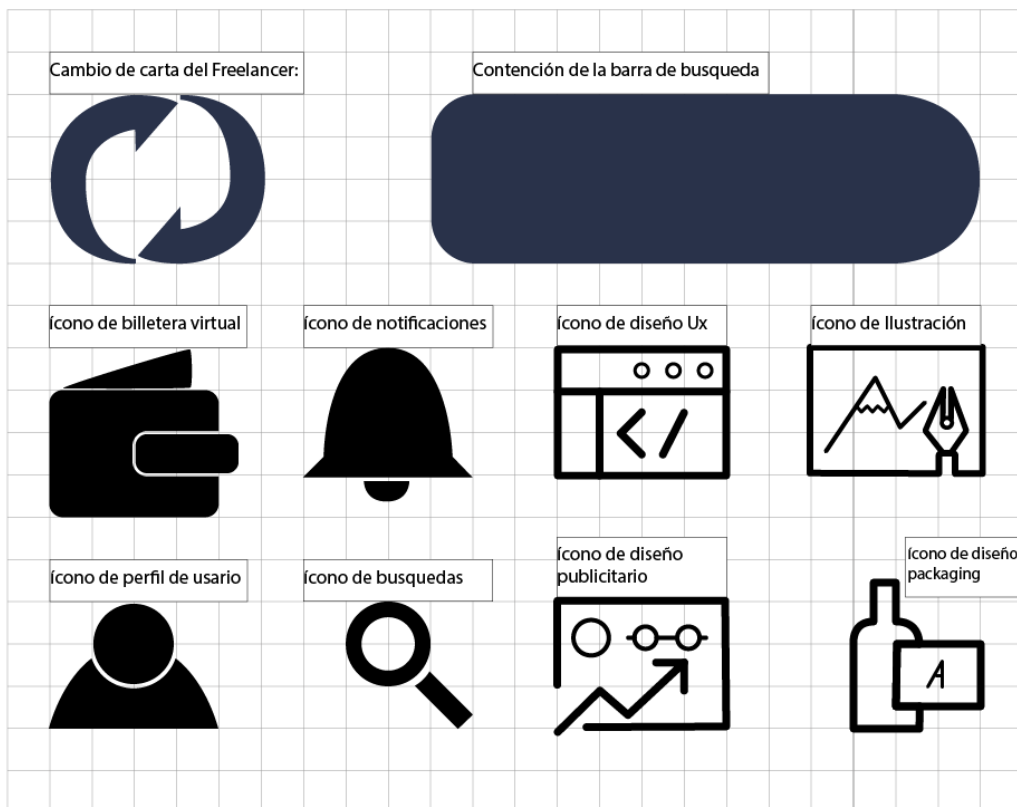


Figura 21 Propuesta final de Diseño: Iconografía Principal: Elaboración propia (2020)

El Sitio: Mapa de Flujo:

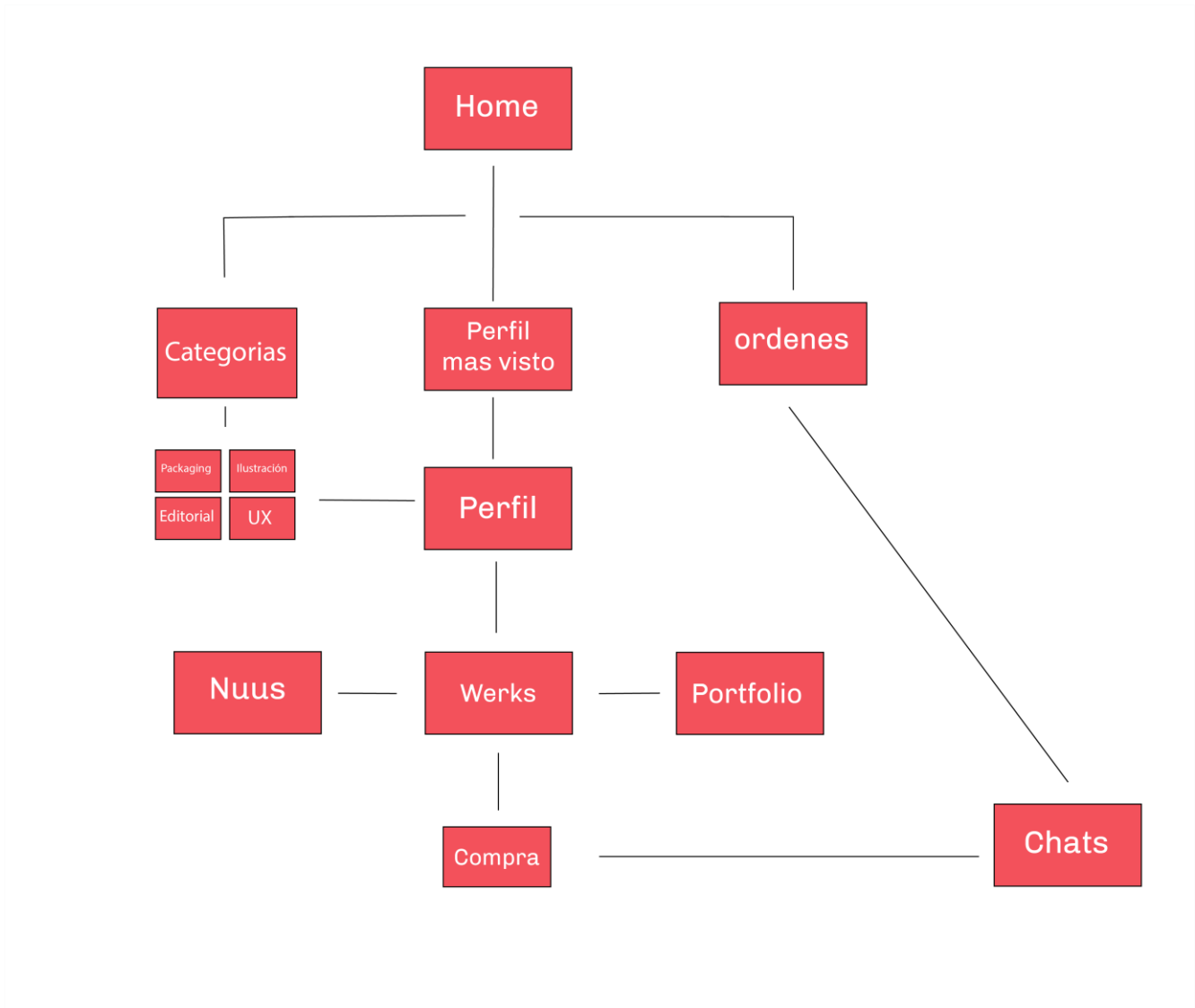


Figura 22 Propuesta final de Diseño: Mapa de Flujo del Prototipo: Elaboración propia (2020)

Este es el mapa de flujo correspondiente a las capturas del prototipo que será mostrado en este trabajo. Este mapa muestra las conexiones jerárquicas que conectan cada página del sitio, desde el *home screen*, hasta el final del proceso de orden de algún servicio.

Home Screen – Funciones del header

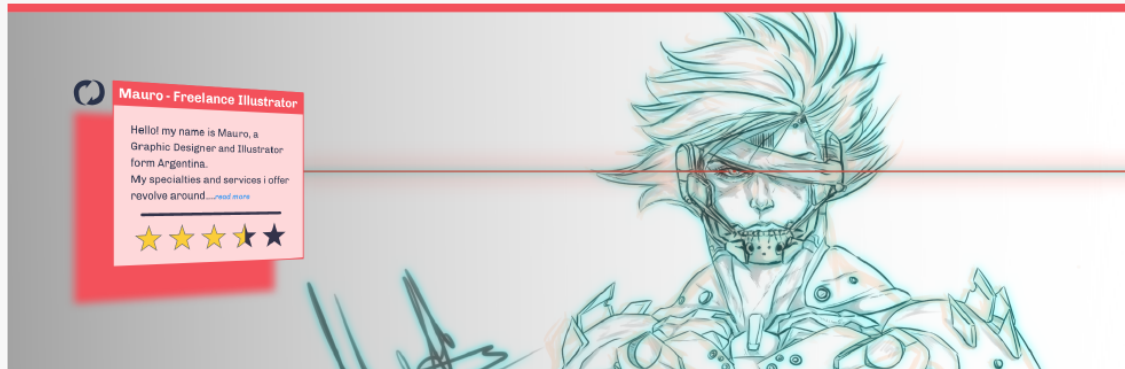


La pantalla de Home con la cual el usuario se ve enfrentado por primera vez contiene varios elementos, en el header se puede encontrar específicamente 4 iconos especiales:

- El icono de búsqueda, el cual se expande al tocar la lupa.
- La billetera, donde puede depositar fondos económicos para poder pagar directamente desde el sitio.
- Una campana de notificaciones, que notificará al usuario de noticias pertinentes a sus órdenes o cambios en la web.
- El icono de Usuario, que al tocarlo mostrará el nombre de usuario, opciones a modificar, selección de lenguaje del sitio, el estado de sus órdenes, acceso a un F.A.Q (preguntas frecuentes) y una opción para cerrar sesión.

Figura 23 Propuesta final de Diseño: Home Screen 1: Elaboración propia (2020)

Home Screen – Diseñador/Illustrador destacado

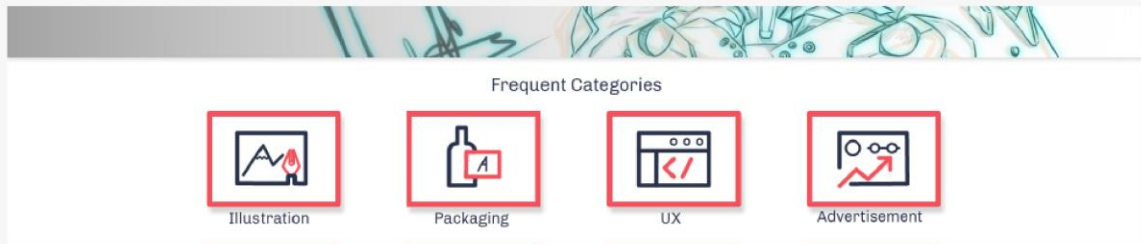


En el centro de la pantalla del home se muestra una pieza de un diseñador que haya recibido reseñas altas a lo largo de la semana, y al lado de la pieza, un recuadro que presenta el nombre del diseñador, una versión acortada de su descripción, y la cantidad de “estrellas” que posee (estas determinadas en base a las reseñas que recibe), al tocar la carta, el usuario del sitio será redirigido al perfil del freelancer. Junto a la carta del diseñador se puede apreciar un símbolo de “rotar”, al tocarlo la carta y la pieza que se aprecia de fondo serán cambiadas por las de otros freelancers que también haya recibido buenas reseñas en esa semana.



Figura 24 Propuesta final de Diseño: Home Screen 2: Elaboración propia (2020)

Home Screen – Categorías



Directamente debajo de la pieza del diseñador se puede apreciar una selección de las categorías más frecuentadas, al seleccionar una, por ejemplo Packaging, el usuario será llevado a la página de diseñadores de packaging, con el resto de las categorías, distintos filtros, y opciones para configurar como el sitio muestra a los diseñadores.

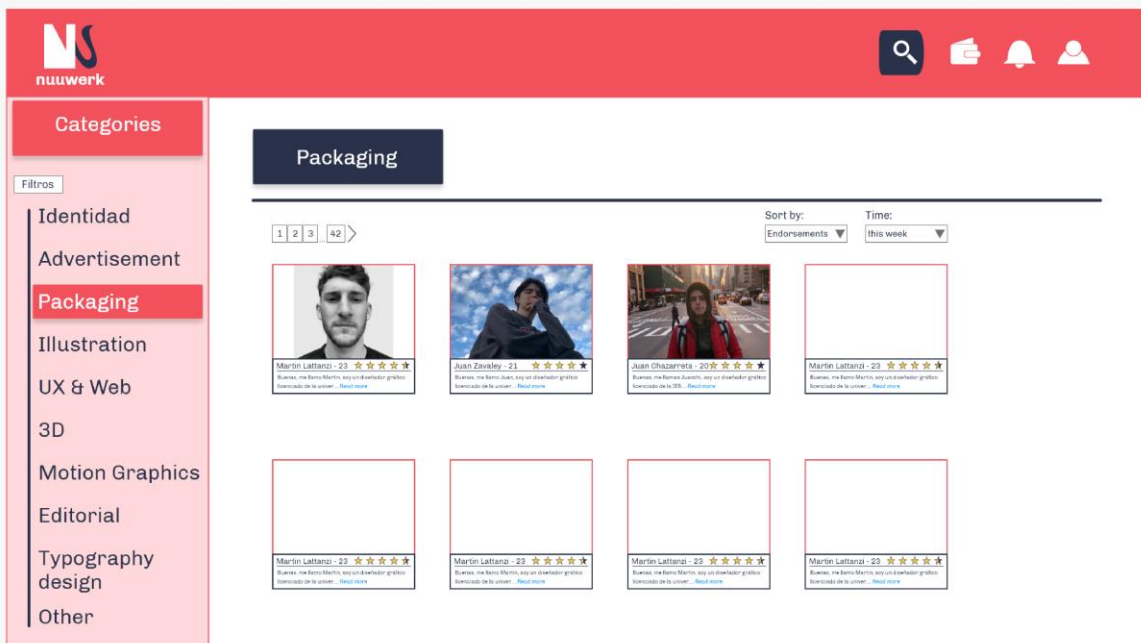
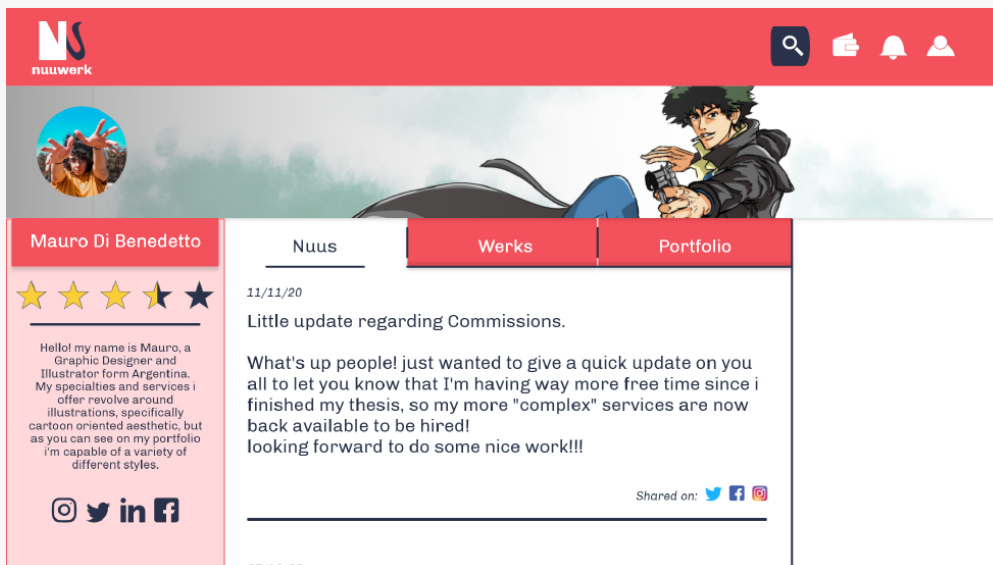
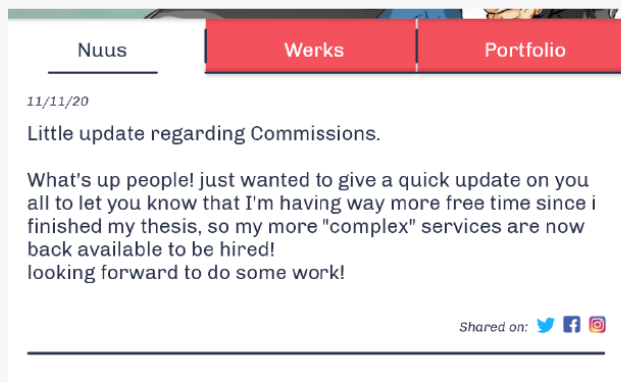


Figura 25 Propuesta final de Diseño: Home Screen 3: Elaboración propia (2020)

Perfil de Freelancer – Nuus



Al acceder al perfil de un freelancer (ya sea a través del destacado en el home, o al seleccionarlo en las pestañas de categorías) el usuario se encontrara con una página hasta cierto punto customizada por el freelancer (refiriéndose a la foto de perfil y el header del perfil) donde podrá ver la descripción completa del diseñador, su rating actual, y tres pestañas representando “separadores de carpeta” llamadas Nuus, Werks, y Portfolio.

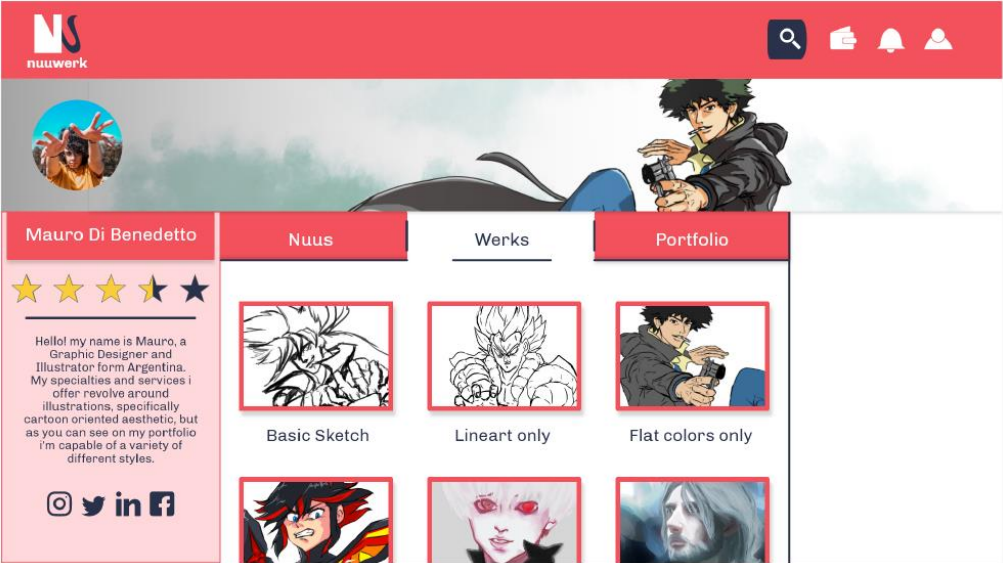


En la pestaña de Nuus (News) se muestra el ultimo posteo del ilustrador y las redes donde ha sido compartido, por ejemplo al ser un mensaje de 280 caracteres, pudo ser compartido en twitter sin ningún problema, de ser mayor, un link a la publicación en el sitio seria compartido.



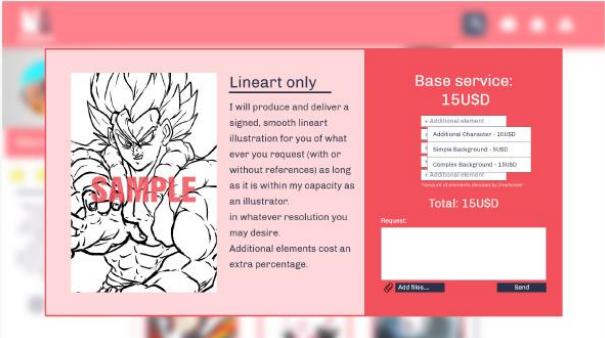
Figura 26 Propuesta final de Diseño: Perfil de Freelancer 1: Elaboración propia (2020)

Perfil - Werks:

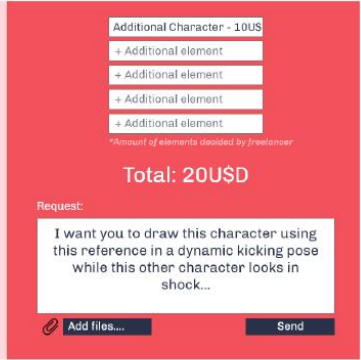


The screenshot shows a freelancer profile for Mauro Di Benedetto on the Nuuwerk platform. The profile includes a header with the logo, a search bar, and navigation icons. Below the header is a banner image of the freelancer. The profile is divided into four tabs: 'Mauro Di Benedetto', 'Nuus', 'Werks', and 'Portfolio'. The 'Werks' tab is active, displaying a grid of six illustration services: 'Basic Sketch', 'Lineart only', 'Flat colors only', and three other services. Each service has a corresponding illustration example.

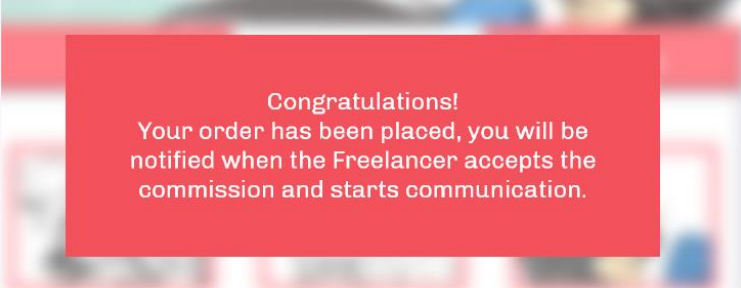
En la pestaña de Werks (works) se puede apreciar los servicios que el diseñador/ilustrador ofrece, al seleccionar uno, el usuario se encontrara en una ventana con una descripción del servicio, un precio base, y distintas opciones en relación al servicio a contratar. Luego de rellenar el cuadro con lo que el usuario desea que el freelancer ilustre y agregue los elementos que desee (en el caso del ejemplo, un personaje extra en la ilustración) procederá a esperar confirmación de su pedido.



This screenshot shows the details for the 'Lineart only' service. It includes a description: 'I will produce and deliver a signed, smooth lineart illustration for you of what ever you request (with or without references) as long as it is within my capacity as an illustrator. in whatever resolution you may desire. Additional elements cost an extra percentage.' A 'SAMPLE' illustration of a character is shown. The pricing section lists: 'Base service: 15USD', 'Additional Character - 10USD', 'Service Background - 10USD', and 'Complete Background - 15USD'. The total is 15USD. There is a 'Request' field and 'Add files...' and 'Send' buttons.



This screenshot shows the details for the 'Additional Character' service. It lists 'Additional Character - 10USD' and three '+ Additional element' options. The total is 20USD. There is a 'Request' field with the text: 'I want you to draw this character using this reference in a dynamic kicking pose while this other character looks in shock...'. There are 'Add files...' and 'Send' buttons.



Congratulations!
Your order has been placed, you will be notified when the Freelancer accepts the commission and starts communication.

Figura 27 Propuesta final de Diseño: Perfil de Freelancer 2: Elaboración propia (2020)

Orden Confirmada:



Figura 28 Propuesta final de Diseño: Ordenes: Elaboración propia (2020)

Billetera del usuario:



Al presionar el icono de la billetera en la barra superior, el usuario será llevado a su billetera virtual, donde podrá ver el balance de su cuenta, transacciones recientes y los métodos de pago vinculados a dicha cuenta.

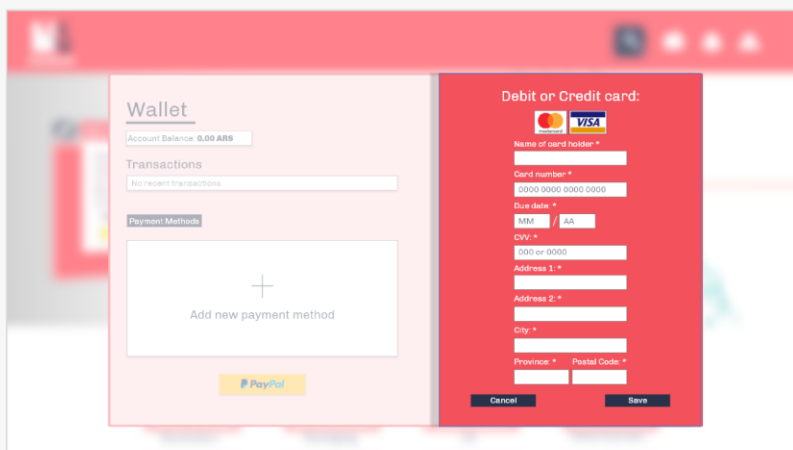
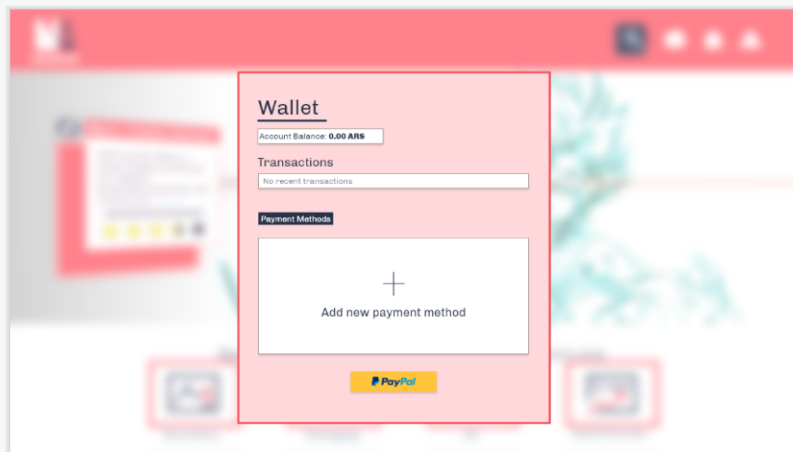


Figura 29 Propuesta final de Diseño: Billetera: Elaboración propia (2020)

Prototipos:

Puesto que el prototipo funcional del sitio a modo de video será presentado en la defensa oral, en este apartado serán mostradas en mayor detalle las pantallas del sitio haciendo uso de *Mock-Ups*.

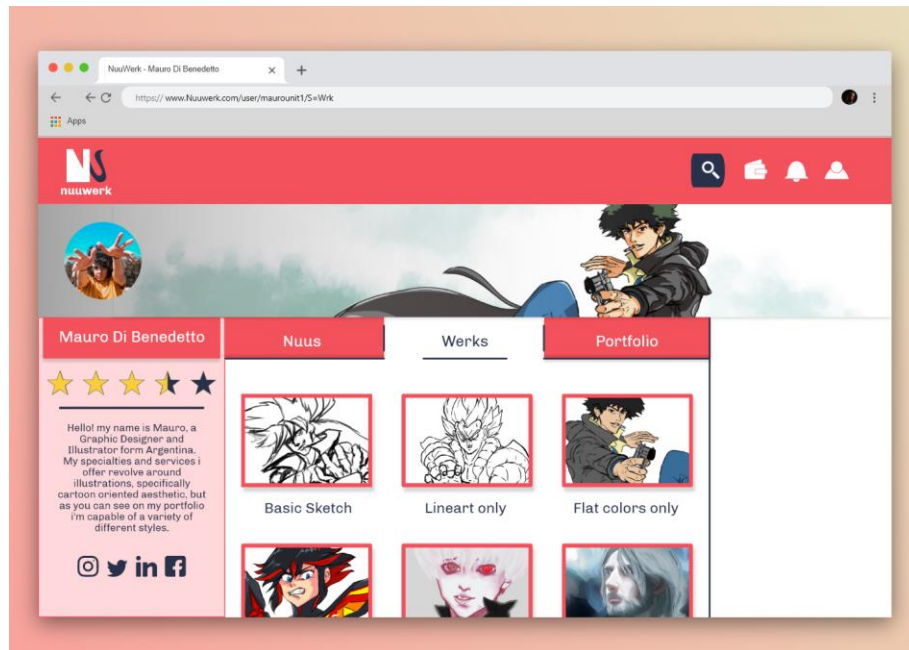


Figura 30 Prototipos: *Mock-Ups 1: Elaboración propia (2020)*

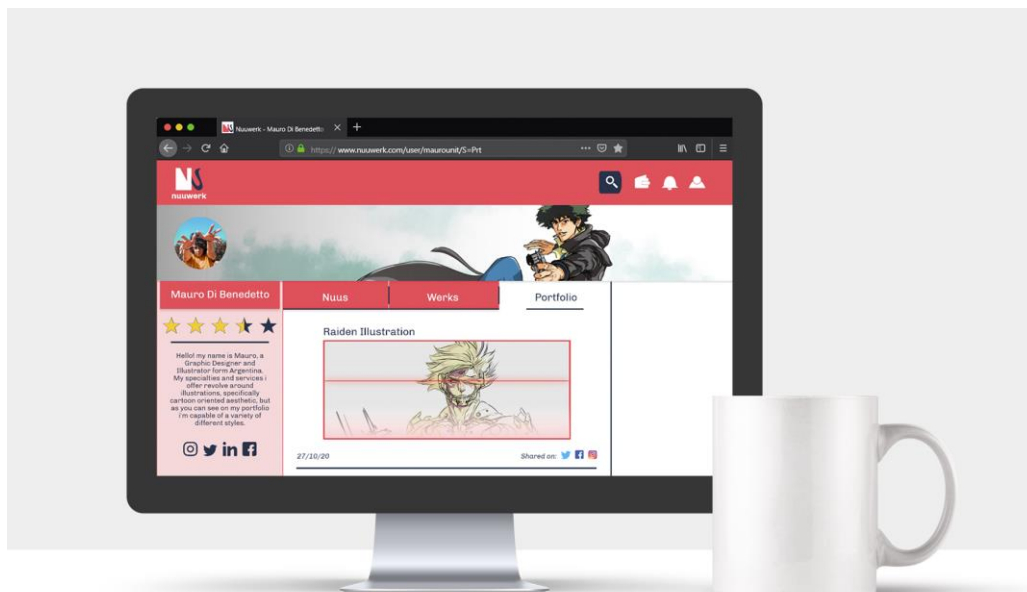


Figura 31 Prototipos: *Mock-Ups 2: Elaboración propia (2020)*



Figura 32 Prototipos: Mock-Ups 3: Elaboración propia (2020)

Análisis de Costos

Costos Fijos		Costos Variables	
Alquiler	20000	Luz	3000
Expensas	5000	Gas	1200
Municipalidad	1000	Esparcimiento	13000
Telefonia	800	Alimentos	7000
Internet	2015	Limpieza	1500
Agua	600	Emergencias	13000
Monotributo	1955,68		
Transporte	6000		
Software	2055		
		Total	\$38700
Total	\$39425,68		
Total mensual de costos		78.125,68	
8 horas de trabajo por día		23 días al mes	184 horas de trabajo mensuales
Valor de hora		\$636,88	
Conceptualizacion		10 horas	
Diseño General		20 horas	
Iconos		10 horas	
Arquitecta De Información		24 horas	
Prototipado		20 horas	
Diseño de Identidad		3 horas	
Total de horas trabajas		87 horas	
Valor total del trabajo		\$55408,56	

Figura 33 Análisis de Costos Elaboración propia (2020)

Cabe destacar que en lo que al desarrollo real del sitio concierne, teniendo en cuenta el tipo de proyecto y la necesaria contratación de desarrolladores, registro de marca, adquisición de hosting y dominio, la inversión final necesaria rondaría alrededor de los \$700000 argentinos.

Conclusión

En el presente Proyecto se abordó la elaboración de un sitio web enfocado en los diseñadores e ilustradores *freelance*. En lo que concierne al desarrollo del sitio, se logró generar un prototipo funcional y estéticamente agradable teniendo en cuenta los principios teóricos fundamentales del diseño y la experiencia de usuario.

En primer lugar se realizó un estudio para determinar la efectividad de los sitios de trabajo *freelance* y su impacto en la vida de los diseñadores e ilustradores, y pudo comprobarse que estos utilizaban, principalmente, las redes sociales para sus ventas.

El siguiente paso fue el análisis de la competencia, donde se tuvo en cuenta la cromática, tipografía, iconografía, y otros elementos pertinentes a la práctica del Diseñador Gráfico.

En base a todo lo determinado de los estudios anteriores, se abordó el proceso de diseño con la metodología previamente establecida a fin de desarrollar el prototipo del sitio, con sus respectivas funciones principales, a fin de mostrar la interactividad y principales elementos del mismo.

Finalmente, a pesar de la complejidad del proyecto en el contexto mundial actual, el manejo de los tiempos en consecuencia de esto y la naturaleza alienígena que se encontró en el desarrollo del diseño UX, cierro este trabajo final de grado con un proyecto que pretende integrar correctamente las competencias de esta práctica a la que llamamos Diseño Gráfico y realizar un aporte a un desafío acuciante para cualquier egresado en el mundo y en el contexto actual, como es la búsqueda laboral.

Mauro Di Benedetto

Referencias:

Artwork Archive. (2018). *How Social Media is Changing Our Art Experience*. (2018)

Recuperado de: <https://www.artworkarchive.com/blog/how-social-media-is-changing-our-art-experience>

Boyd, d. m. & Ellison, n. B. (2007). social network sites: definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*.

Cuello, J. & Vittone, J. (2013) *Diseñando Apps Para Moviles*. Recuperado de: <https://books.google.com.ar/books?id=ATiqsjH1rvwC&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>

Delgado, Hugo. (2014). *Metodología para la Creación y Desarrollo de Sitios Web*. Recuperado 27 de septiembre, 2020, de <https://disenowebakus.net/metodologia-para-la-creacion-de-sitios-web.php>

De la Hera, C. (2020 junio 30). Historia de las Redes Sociales: cómo nacieron y cuál fue su evolución. *M4rketiing Ecommerce*. Recuperado de : <https://marketing4ecommerce.net/historia-de-las-redes-sociales-evolucion/>

Garrett, J. J. (2011). *The Elements of User Experience*. Estados Unidos, Berkeley New Riders.

Hassan, Y. & Martin, F. J. & Iazza, G. (2004) *Diseño Web Centrado en el Usuario: Usabilidad y Arquitectura de la Información*. España, Granada.

Kalakota, R & Whinston, A. B. (2007) *Frontiers of Electronic Commerce*. India, New Delhi.

Mac Donald, R. (2017) *Las funciones de Roman Jakobson en la era digital*. Universidad Rafael Landívar, Guatemala. Editorial Cara Parens. XVI, 142 p.

Milín-Ashmore, J (2020 mayo 25) *Ethical Job Sites for Freelancers*. *Ethical.net*.

Recuperado de: <https://ethical.net/ethical/ethical-job-sites-for-freelancers/>

Norma internacional ISO 9241-210 (2010) *Ergonomics of human-system interaction — Part 210: Human-centred design for interactive systems*

Rdstation.com (12 de marzo de 2017) *Redes Sociales*. Recuperado de: <https://www.rdstation.com/mx/redes-sociales/>

Real Academia Española. (2019). *Free lance*. En *Diccionario de la lengua española*. Recuperado de <https://dle.rae.es/free%20lance?m=form>

Teknion. (Productor). (2010). *Design Does Matter 2/6* [Youtube]. De: https://www.youtube.com/watch?v=mXUF_XMoQ20

Universidad de Palermo. (27 de Julio de 2010). Dijo Norberto Chaves, invitado de honor

del Encuentro Latinoamericano. Recuperado de:

[https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/noticiasdc/mas_informacion.php?id_noticia=541#:~:text=El%20dise%C3%B1o%20no%20es%20una,objeto%20material"%2C%20explic%C3%B3%20Chaves.&text=El%20dise%C3%B1o%20es%20una%20pr%C3%A1ctica.cambios%20y%20pruebas"%2C%20expres%C3%B3](https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/noticiasdc/mas_informacion.php?id_noticia=541#:~:text=El%20dise%C3%B1o%20no%20es%20una%20objeto%20material%20%20explic%C3%B3%20Chaves.&text=El%20dise%C3%B1o%20es%20una%20pr%C3%A1ctica.cambios%20y%20pruebas%20%20expres%C3%B3)

Wigand, R. T. (1997) *Electronic Commerce: Definition, Theory, and Context* Estados

Unidos, Nueva York. DOI: [10.1080/019722497129241](https://doi.org/10.1080/019722497129241)