

UNIVERSIDAD CASA
GRANDE

PROYECTO:
WEB PARA FREELANCERS

VALENTINA AYALA F.

MARGARITA DUEÑAS S.

CARLOS LÓPEZ P.

Profesora Guía: Viviana Elizalde.

Trabajo Final para la obtención del Título Licenciado en Comunicación Audiovisual y Multimedia.

Guayaquil, Noviembre del 2008

INDICE

1. Introducción.	pg 01
2. Declaración de propósito.	pg 08
3. Marco Teórico.	pg 12
3.1. Freelancers.	pg 12
3.1.1. Los freelancers y la tecnologíaa.	pg 13
3.1.2. Los freelancers vs. Empleo fijo en organizaciones . . .	pg 14
3.1.3. Los freelancers y el Referéndum	pg 14
3.2. Comunidad Virtual	pg 17
3.3. Portal Web	pg 19
3.3.1. Creación de la Web	pg 19
3.3.2. Portal Web	pg 20
3.3.3. Arquitectura de la Información	pg 21
3.3.4. Usabilidad	pg 21
3.3.5. Diseño Web centrado en el usuario	pg 22
3.3.6. Diseño Conceptual	pg 23
3.3.7. Diseño visual y definición del estilo	pg 24
3.3.8. Diseño de contenidos	pg 25
4. Diseño metodológico.	pg 26
4.1. Objetivos Generales.	pg 26
4.2. Objetivos Específicos.	pg 26
4.3. Tipo de Estudio.	pg 27
4.4. Enfoque de Estudio.	pg 28
4.5. Unidad de Análisis.	pg 29

4.5.1. Freelancers.	pg 29
4.5.2. Los Contratistas.	pg 31
4.5.3. El medio de la producción Audiovisual y multimedia. . .	pg 33
4.5.4. Sitios Similares.	pg 33
4.6. Muestra.	pg 35
4.7. Técnicas.	pg 37
4.7.1. Entrevista enfocada.	pg 38
4.7.2. Encuestas.	pg 39
4.7.3. Grupo Focal.	pg 40
4.8. Aplicación de las Técnicas.	pg 40
5. Resultados	pg 41
5.1. Freelancers	pg 42
5.2. Contratistas	pg 46
5.3. Sitios Web similares	pg 52
6. Lineamientos Generales.	pg 55
7. Conclusiones Estratégicas	pg 61
8. Propuesta	pg 68
8.1. Componentes de la página	pg 68
8.2. Justificación del diseño de la página	pg 82
9. Diseño Metodológico	pg 98
10. Resultados del Sondeo	pg 104
11. Conclusiones del Sondeo	pg 111
11.1. Diseño	pg 111
11.2. Contenido	pg 111
11.3. Usabilidad	pg 112

12. Bibliografía

13. Anexos.

DEDICATORIA

Este proyecto fue el resultado de 5 años de trabajo dentro y fuera de la universidad que nos abrió los ojos frente a la necesidad de crear un espacio en el que gente como nosotros pueda exponer sus talentos y convertir su pasión en una fuente de trabajo.

Esperamos que todos los que lean nuestra tesis puedan encontrar en ella las herramientas necesarias para potenciar su trabajo como freelancer.

AGRADECIMIENTO

En primer lugar a Dios por darnos la salud y la oportunidad para llegar a esta instancia.

A nuestras familias por comprender nuestros extraños horarios de trabajo y permitir que nuestras casas se transformen en centro de computo, estudios de grabación y un restaurante 24 horas en los momentos de tensión y también de celebración.

A Viviana por el inmenso cariño, eterna paciencia y por no dejar de creer en nosotros ni permitirnos bajar los brazos.

Y no podemos dejar de lado agradecer a nuestros compañeros, profesores y a todo el personal de la universidad que de una u otra manera formaron parte de este importante proceso.

Gracias a la amistad, malas noches, grandes logros y ganas que nos convirtieron en los profesionales que somos ahora.

1.- INTRODUCCIÓN

A pesar de que en Internet encontramos una amplia gama de posibilidades de información y servicios, siempre habrá una necesidad que no podrá ser complacida. Conscientes de estos vacíos en la red hemos decidido centrarnos específicamente en un grupo que ha sido descuidado, los freelancers universitarios.

Hoy en día el Internet pasó de ser un lujo a convertirse en una de las herramientas más importantes en el diario vivir de una persona, ya sea como herramienta de trabajo, entretenimiento e información. Ahora consideramos casi imposible la posibilidad de estar “desconectados” del mundo.

Nuestro propósito comunicacional busca brindarles a nuestros usuarios freelancers universitarios una plataforma que les sirva como medio interactivo y eficiente de promoción, información e intercambio. Por otro lado contamos con un grupo interesado en contraer los servicios de estos freelancers a los cuales dirigiremos una sección de la página, el buscador, el cual le permitirá al contratista encontrar por categorías y perfiles al freelancer que se acomode a sus necesidades.

Freelancers / e-lancers / Agentes Libres¹

"La unidad fundamental de la nueva economía no es la empresa, sino la persona. Las tareas no están asignadas y controladas a través de una cadena de mando estable, más bien se llevan a cabo autónomamente por contratistas independientes - e-lancers - que se unen en redes de flujo temporales para vender bienes y servicios. Cuando el trabajo ya está hecho, la red se disuelve y sus miembros vuelven a ser independientes, circulando en la economía en la búsqueda de la próxima misión." (Malone, Thomas y Laubacher, Robert; Mayo 2002)

En lo que se refiere al mercado de freelancers universitarios en el Ecuador existen muy pocos estudios al respecto. Debido a esta falta de información hemos realizado un sondeo para obtener datos que nos coloquen en el contexto actual de estos agentes libres. El sondeo² fue realizado en las siguientes Universidades de Guayaquil y sus respectivas carreras orientadas al medio audiovisual y multimedia:

ITV (Instituto de Televisión): Producción de TV, Actuación y Dirección Escénica.

IGACD (Instituto Gráfico de Artes y Ciencias Digitales): Diseño Gráfico Digital/Infografía, Páginas Web, Edición Video Digital, Animación 2D/3D y Multimedia.

¹ *Agente Libre: individuo que trabaja sin ataduras con una organización importante: un contratista, un propietario único, el encargado de un negocio muy pequeño. Esta forma de trabajo se está generando gracias a los avances tecnológicos.*

² *Sondeo realizado para conocer las necesidades, preferencias, medios de promoción en relación a los freelancers. Sondeo realizado por medio de una encuesta cuantitativa.*

USM (Universidad Santa María): Gestión de Diseño y Comunicación Visual.

UCG (Universidad Casa Grande): Diseño Gráfico y Comunicación Visual, Comunicación Audiovisual y Multimedia.

UEES (Universidad de Especialidades Espíritu Santo): Producción Multimedia, Diseño Gráfico y Comunicación Visual.

ESPOL (Escuela Superior Politécnica del Litoral): Cinematografía y Televisión, Diseño y Producción Audiovisual, Diseño Gráfico y Publicitario, Diseño Web y Aplicaciones Multimedia.

Para estos freelancers universitarios de esta rama de especializaciones una página de clasificados no es suficiente para promocionarse, debido a que se desenvuelven realizando trabajos de diseño, animación, etc., productos básicamente visuales. Es por esto, que es indispensable que puedan publicar sus trabajos en una plataforma netamente visual para que los contratistas puedan conocer la calidad del producto que ofrecen para así contratarlos.

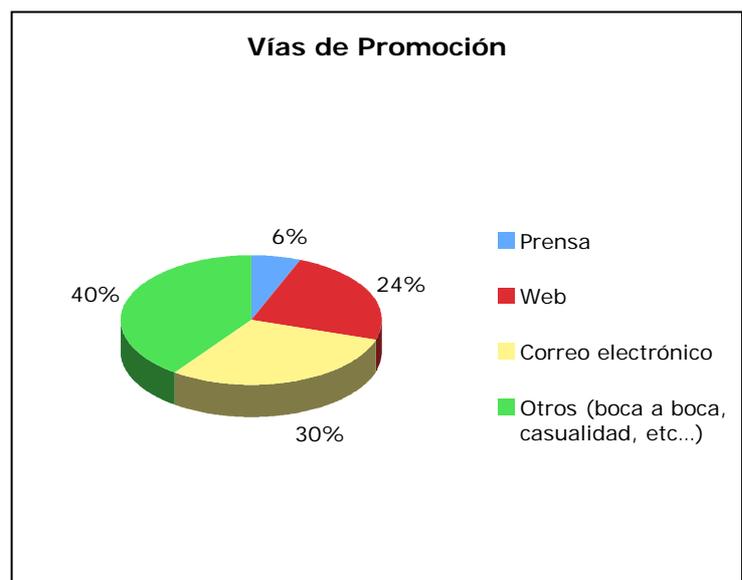
Estos freelancers trabajan por su cuenta, la mayoría desde sus propias casas y es por esto que carecen de contacto con los otros freelancers que trabajan en el medio; nuestro propósito es brindarles una herramienta de contacto y promoción que a la vez lo mantenga actualizado con lo que “sucede” en sus áreas de especialización en el país y en el mundo.

Una de las conclusiones del sondeo realizado a los directivos de 6 universidades de la ciudad de Guayaquil, es que durante sus años de estudio los freelancers del área audiovisual, multimedia y diseño son tanto motivados

como capacitados por sus profesores para que realicen sus trabajos de manera autónoma y que aprendan a crear y manejar su propia empresa “Nosotros tenemos que incentivar a los estudiantes a que puedan hacer una gestión autónoma al salir de la universidad (...) ya no le podemos decir a los estudiantes que obtengan un buen título y saca las mejores notas porque cuando tengas las mejores notas, vas a conseguir los mejores trabajos, porque ya no hay empresas” (Lombeira, Jorge; 2008)³. Poco a poco los freelancers, se dan cuenta que es mucho más rentable trabajar de manera autónoma que trabajar con un sueldo fijo en una empresa. La libertad para decidir el ritmo de trabajo, los horarios, el vestuario y las relaciones con otros freelancers son algunos factores que incentivan a los trabajadores a convertirse en agentes libres.

¿Cómo se promocionan los freelancers?

En base al sondeo realizado podemos decir que actualmente los freelancers universitarios cuentan con los siguientes medios de promoción: prensa 6%, Web 24%, correo electrónico 30%, otros (boca a boca, casualidad) 40%, pero hasta



³ Entrevista a Jorge Lombeira; Director del EDCOM de la Universidad ESPOL. .

ahora no cuentan con una plataforma que les permita crear un y exponerse de manera interactiva y directa al medio audiovisual al cual ellos están acostumbrados.

La Necesidad

En los últimos 10 años las Universidades de Guayaquil, han experimentado un incremento en el número de estudiantes interesados en especializarse en las diferentes carreras relacionadas con lo audiovisual y multimedia. *“Cuando comenzamos teníamos 200 alumnos en la actualidad en el área de diseño gráfico tenemos cerca de 800 alumnos”*⁴ (Lombeira, Jorge; 2008). Al igual que en el EDCOM de la Universidad Politécnica hemos visto el crecimiento en otras universidades por ejemplo: en el Instituto de Ciencias Gráficas y Artes Digitales hace 10 años tenían 80 alumnos, el día de hoy cuentan con 400 alumnos.

Debido a este crecimiento se han creado carreras y modificado otras, con la intención de responder a la demanda por parte de los estudiantes por encontrar carreras más específicas en la rama que deseen especializarse. *“Nosotros necesitamos especialistas en esa área. Que el mercado identifique que así como quiere un programador de sistemas, al ingeniero en sistemas, necesitamos que cuando sea en el ambiente Web identifique a este nuevo profesional, el licenciado en Multimedia”* (Lambert, Yamil; 2008)⁵

⁴ Entrevista a Jorge Lombeira; Director del EDCOM de la Universidad ESPOL.

⁵ Yamil Lambert, Director de la carrera Diseño Web y Aplicaciones Multimedia.

Las redes sociales y las comunidades virtuales frente a los freelancers

El Internet como “nueva tecnología” de información se ha convertido en un fenómeno masivo ha permitido la creación de comunidades virtuales como ejemplo principal citamos a las redes y comunidades sociales de intereses generales, abiertas sin costo muy conocidas como Facebook, Hi5, Flickr, YouTube. Estas comunidades se encuentran en continuo crecimiento debido a la necesidad que tiene el usuario de estar conectado, compartir e intercambiar información relacionada con sus intereses y necesidades. Otra de las características es que muy propia de estas comunidades es que su modelo se basa en el *User Generated Content* que significa que el usuario adquiere más dominio sobre el manejo de su información en la página generando su propio contenido. Estas comunidades son excelentes modelos que logran hacer que el usuario se involucre debido a que responden a necesidades específicas y como resultado obtienen a un miembro muy apasionado y dedicado. Cada una de estos sitios tienen una manera particular de llegar a sus miembros esto hace mas fácil dirigirse a un nicho específico.(Evans, Lill; 2008)

Estas no buscan la homogenización de los grupos sociales si no que intenta organizar a una sociedad en su diversidad desafiando a la estructura tradicional creando vínculos entre grupos.

Las redes que nos vinculan están presentes en todas nuestras relaciones y actividades así el sujeto podría definirse por la densidad de estas

interacciones, pero su consolidación depende del reconocimiento consciente de esos intercambios y de una intención compartida.

Esa consolidación, dice Mario Róvere, "responde a diversos y sucesivos niveles de construcción, y deberá recorrer las instancias del reconocimiento, el conocimiento, la colaboración, la cooperación y la asociación para la organización de contratos sociales nuevos".⁶

⁶ *Aruguete, Gustavo. Extracto de la publicación online, Una propuesta organizacional alternativa.*

2.- DECLARACIÓN DE PROPÓSITO.

Tipo de Proyecto

El primer propósito de nuestro sitio web es formar una comunidad entre freelancers que permita compartir ideas, trabajos, consejos, conocimientos y opiniones de manera que se forme una red de intercambio entre ellos. El segundo propósito es ofrecer una base de datos interactiva en forma de perfiles, en donde los freelancers universitarios de la ciudad de Guayaquil puedan exponer su portafolio de trabajo de manera interactiva y como resultado los contratistas podrán encontrar en un sólo sitio una amplia gama de opciones de los diferentes perfiles y niveles de freelancers que se desenvuelvan dentro del área de la producción audiovisual y multimedia.

Objetivos del proyecto

El propósito de este proyecto es construir una plataforma confiable, donde los freelancers universitarios de la ciudad de Guayaquil, orientados al desarrollo de productos para el área de la producción audiovisual y multimedia puedan a través de una vitrina interactiva.

Este proyecto va dirigido a aproximadamente 800 estudiantes (este valor se obtuvo en un sondeo que realizamos en 6 universidades de Guayaquil) universitarios de las carreras de Audiovisual, Multimedia y Diseño de la ciudad de Guayaquil los cuales se encuentren cursando sus carreras y trabajen como freelancers. Estos estudiantes son personas interesadas en exponer sus trabajos para darse a conocer dentro de la comunidad de

freelancer como también para informarse y estar al día con los avances del mercado Audiovisual, Multimedia y de Diseño en el Ecuador y el mundo; por eso contará con una sección de noticias, tips, información académica o educativa.

Este portal Web servirá también como herramienta para agrupar a la comunidad de freelancers universitarios de la ciudad de Guayaquil; a través de este medio el freelancer podrá relacionarse con personas que tengan los mismos intereses profesionales, con quienes pueden compartir información, brindar ayuda o soporte y formar grupos de trabajo.

Las cuatro unidades de análisis de nuestra investigación serán: los freelancers universitarios, los contratistas, el medio de la producción audiovisual y multimedia y finalmente los sitios similares. En el caso de los freelancers universitarios y contratistas necesitamos determinar el perfil de cada uno de ellos, quienes son y determinar las necesidades que tienen en cuanto al campo profesional y la difusión de sus trabajos. Con nuestra primera unidad de estudio, los freelancers universitarios, realizaremos una investigación cuantitativa y con los contratistas será carácter cualitativa. La tercera unidad de análisis que investigaremos de forma cualitativa será el medio audiovisual y multimedia, en este describiremos como es la relación de los freelancers y los contratistas. Y por último analizando de forma cuantitativa los sitios similares a nuestra propuesta Web rescataremos todos los elementos que el usuario considera indispensable. La investigación de

cada unidad de análisis será explicada a profundidad más adelante en el diseño metodológico.

La utilización de un formato Web para la realización de este proyecto se debe a la rapidez, eficiencia, bajos costos y la creciente confianza en la red de los usuarios a nivel de nuestro país. Por otra parte el creciente uso de las redes sociales nos aseguran que los usuarios en nuestro país si comparten e intercambian información con otros usuarios tengan o no alguna relación.

Clientes y Grupos interesados

Este proyecto cuenta con algunos interesados, cada uno con un fin específico, por un lado para los freelancers universitarios esta Web representa un espacio que les proveerá una variedad de servicios de su interés que facilitarán tales como la posibilidad de promover sus trabajos como la posibilidad de recibir feedback y estar en contacto con personas del medio y otros freelancers.

Por otro lado tenemos a todas las empresas que requieran de los servicios especializados que estos freelancers les puedan ofrecer. En este grupo incluimos: agencias de publicidad, productoras, canales de televisión o cualquier tipo de empresa o persona particular interesada en desarrollar algún producto que estos freelancers puedan ofrecer. Tanto como los freelancers como los contratistas son nuestros principales interesados ya que son las principales unidades de estudio y a quienes dirigimos este proyecto.

Tanto para los freelancers como para los contratistas esta página servirá como herramientas a la hora de armar equipos de trabajo para realizar tareas específicas en cualquier tipo de proyectos. Haciendo referencia a Miguel Cabrera, él opina que lo interesante de este sitio Web es que ofrecerá varias opciones de donde escoger dentro de cada área, lo cual será muy útil para el interesado en requerir los servicios de un freelancer en un área específica.⁷

Otro grupo de los interesados en estar presentes en esta plataforma son las universidades debido a que su principal target son sus alumnos y posibles interesados en ser parte de su universidad tanto como alumnos o en seminarios, cursos etc... Esta plataforma les permitirá colocar su publicidad de la misma manera que la maneja la red social Facebook ya que gracias a que el usuario ingresa sus datos personales y su área de especialidad la publicidad se encontrará dirigida dependiendo del usuario.

Y por último pero no menos importante encontramos a los interesados de empresas relacionadas o no con el medio dispuestas a realizar canjes o concursos con nuestros usuarios con el fin de obtener un beneficio mutuo.

⁷ *Entrevista realizada a Miguel Cabrera, Director Creativo de la Agencia de Publicidad Publicitas, Abril 2008.*

3. MARCO TEÓRICO

Dentro de nuestro marco teórico consideramos importante definir qué es un freelancer ya que forma parte de una de nuestras principales unidades de estudio. Más importante aún debido a que es un término relativamente nuevo y del cual no necesariamente se tiene un conocimiento profundo. Y por otro lado desglosaremos al sitio Web como herramienta, estructura, diseño del contenido y diseño del sitio.

3.1 Freelancers

"La unidad fundamental de la nueva economía no es la empresa, sino la persona. Las tareas no están asignadas y controladas a través de una cadena de mando estable, más bien se llevan a cabo autónomamente por contratistas independientes - freelancers - que se unen en redes de flujo temporales para vender bienes y servicios. Cuando el trabajo ya está hecho, la red se disuelve y sus miembros vuelven a ser independientes, circulando en la economía en la búsqueda de la próxima misión". (Thomas Malone, Robert Labucher, www.goliath.ecnext.com, 2008)

Los freelancer, e lancers, trabajadores independientes y agentes libres son términos similares que abarcan el mismo significado: personas que se desarrollan en áreas específicas y que ofrecen sus servicios de forma independiente al contratista que lo requiera. El pago se realiza por proyecto y la relación contratista freelancer no necesariamente se extiende luego de finalizada la tarea.

Los freelancers se caracterizan por trabajar desde sus hogares en pequeñas oficinas improvisadas, con una conexión básica de Internet con el fin de estar conectados a sus clientes.

Daniel Pink autor del libro “Free AgentNation” afirma que existen tres factores que llevan a las personas a convertirse en freelancers, estos son:

La tecnología: La falta de seguridad que siente al estar empleado:

El crédito del trabajo final: Finalmente otro aspecto muy importante que ofrece ser freelancer es que el crédito del trabajo queda para sí mismo y su nombre es reconocido por ello, no queda en el anonimato como podría suceder si fuera empleado de cualquier empresa.

3.1.1 Los freelancers y la tecnología

Con respecto a la tecnología, en la economía industrial se necesitaban de grandes organizaciones para poder comprar, operar y albergar los medios de producción para poder generar riquezas. La economía del agente libres es una especie de revancha a Karl Marx, ya que ahora los freelancers pueden ser dueños de sus herramientas de producción. (Dan Pink, Jeff Cagna Interview, 2001)

Los freelancers ya no tienen la dependencia de trabajar en una oficina para poder tener acceso a las últimas tecnologías debido a las facilidades de adquisición que estas ofrecen, es por esto que ahora los freelancers pueden crear sus propias oficinas en sus hogares sin tener que nada que envidiarle en cuanto a tecnología se refiere a los estudios profesionales.

3.1.2 Los freelancers vs. empleo fijo en organizaciones

Uno de los grandes dilemas a la hora de considerar convertirse en un freelancer es la ausencia de un sueldo fijo que representa para el individuo una seguridad económica.

Existen múltiples ventajas para los freelancers: no hay horarios que cumplir ni que trasladarse; es una buena oportunidad de iniciarse en el mundo profesional para las nuevas generaciones y en general para cualquier persona que posea una capacidad y la posibilidad de especializarse en un tema específico. (BARRAGAN Alejandro, Freelance Colombia, 2005).

Las ventajas que ofrece trabajar como freelancer, es que, si bien no se tiene un trabajo seguro a diario, los trabajos que llegan a la persona los desarrolla por sí misma sin tener que depender de la aprobación de nadie más que de su propio cliente, dándole también mayor confianza ya que no corre el riesgo de ser excluido de una determinada empresa. Él es su propio jefe.

3.1.3 Los Freelancers y el Referéndum

Mandato Constituyente No. 8 – Sobre la Tercerización e Intermediación Laboral

Artículo 1.- *Se elimina y prohíbe la tercerización e intermediación laboral y cualquier forma de precarización de las relaciones de trabajo en las actividades a las que se dedique la empresa o empleador. La relación laboral será directa y bilateral entre trabajador y empleador.*

Artículo 2.- *Se elimina y prohíbe la contratación laboral por horas.*

Con el fin de promover el trabajo, se garantiza la jornada parcial prevista en el artículo 82 del Código de Trabajo y todas las demás formas de contratación contempladas en dicho cuerpo legal, en las que el trabajador gozará de estabilidad y de la protección integral de dicho cuerpo legal y tendrá derecho a una remuneración que se pagará aplicando la proporcionalidad en relación con la remuneración que corresponde a la jornada completa, que no podrá ser inferior a la remuneración básica mínima unificada. Asimismo, tendrá derecho a todos los beneficios de ley, incluido el fondo de reserva y la afiliación al régimen general del seguro social obligatorio.

En las jornadas parciales, lo que exceda del tiempo de trabajo convenido, será remunerado como jornada suplementaria o extraordinaria, con los recargos de ley.

Artículo 3.- *Se podrán celebrar contratos con personas naturales o jurídicas autorizadas como prestadores de actividades complementarias por el Ministerio de Trabajo y Empleo, cuyo objeto exclusivo sea la realización de actividades complementarias de: vigilancia, seguridad, alimentación, mensajería y limpieza, ajenas a las labores propias o habituales del proceso productivo de la usuaria.*

Artículo 4.- *En los contratos a que se refiere el artículo anterior, la relación laboral operará entre los prestadores de actividades complementarias y el personal por ésta contratado en los términos de la ley, sin perjuicio de la responsabilidad solidaria de la persona en cuyo provecho se preste el servicio.*

Aparentemente la asamblea está quitando estas modalidades porque afectan los derechos de los trabajadores, quedarán las otras formas de contrato laboral (normales) y estarán directamente ligados con el empleador ya no con la compañía terciarizadora e intermediaria.

Normalmente el contrato laboral es entre el empleador y el empleado para reducir los costos en empresas grandes que contratan gran número de personal. Algunas empresas se crearon para asumir estos costos como la afiliación al IESS, décimos etc... e "intermediaban o tercerizaban" esos servicios.

Las tercerizadoras se regularon en respuesta a los excesivos derechos de los trabajadores bajo la ley ecuatoriana, al igual pasa con el contrato por horas, esto se dio como solución para no contratar los empleados por término definido sino solo por horas trabajadas lo que produce un gran ahorro de dinero para el empleador.

La reforma de la Asamblea afecta a los contratos laborales mas no a los civiles. En los civiles los servicios no constan como una relación laboral ya que no hay relación de dependencia entre las partes.

En los contratos civiles se acuerda el servicio y luego la empresa factura de la misma manera como lo haría con un cliente o proveedor. Los freelancers forman parte de este grupo puesto que cobran por factura y proyecto terminado sin estar reconocidos bajo la nómina de la empresa por lo tanto no recibe los beneficios del empleado común. En lo que respecta a la formalidad, contrato o no contrato, eso depende de cada freelancer.

El nuevo régimen pretende defender los contratos laborales por su vulnerabilidad e incumplimiento por parte de las empresas a los derechos del empleado.

3.2 Comunidad Virtual

“Estas redes son formas de interacción social, definida por un intercambio dinámico entre personas, grupos e instituciones en contextos de complejidad. Un sistema abierto y en construcción permanente, que involucra a conjuntos que se identifican en las mismas necesidades y problemáticas y que se organizan para potenciar sus recursos.”⁸

⁸ *Extracto de la ponencia en las Jornadas sobre Gestión en Organizaciones del Tercer Sector en la Universidad Di Tella de Buenos Aires, Argentina, 2001.*

Las comunidades virtuales son espacios que brindan a sus usuarios, ligados por un interés común, una plataforma crear un intercambio y mantener su relación en el tiempo. Estos grupos se denominan virtuales puesto que no ocupan lugar en el espacio, por ende las distancias que separan a sus miembros son irrelevantes.

“Es aquí donde cobran fuerza las "comunidades virtuales" , un concepto realmente interesante , aunque no tan novedoso, ya que desde hace algunos años existen los "Newsgroups" , los "BulletinBoards... La tecnología Web ha proporcionado , sin embargo, nuevas herramientas y nuevos enfoques para el desarrollo y crecimiento de estas comunidades , y la posibilidad de generar muchas más a corto plazo.”(Carriles, Gonzalo, Venezuela Analítica; Abril 1997.)⁹

Al decir que los grupos de Internet son virtuales, se está haciendo referencia a que su existencia no supone ocupar un lugar en el espacio. Consecuentemente, las distancias que separan a sus miembros son irrelevantes.

Aunque actualmente en la red el usuario cuenta con buscadores que le permiten encontrar información clasificada, el usuario promedio de la red exige más que eso, es por esto que ha surgido la creciente necesidad por parte del mismo de encontrar de manera más directa información en un sitio que abarque sus intereses y preferencias en un tema específico, y al mismo

⁹ Artículo extraído de la Revista Electrónica, Venezuela Analítica, sección Siglo XXI.

tiempo poder comunicarse de manera más directa con usuarios con los cuales comparten los mismos intereses pero no necesariamente los mismos puntos de vista sin importar la distancia física que los separa. Estas comunidades se pueden desarrollar entorno a una región, sector profesional, sectores empresariales, Hobbies o pasatiempos, proveedores de servicios e incluso publicaciones online de alguna empresa.

3.3 Portal Web

3.3.1 Creación de la Web

El lenguaje básico que se debe conocer para la creación de páginas Web es el HTML, aunque las herramientas gráficas para el diseño Web ayudan mucho en esta tarea. Las dos aplicaciones más difundidas son Dreamweaver y Flash.

Luego, existen otros lenguajes de programación que aumentan el poder de las páginas Web, algunos destacables son: PHP, ASP y JavaScript (DHTML).

Para aumentar las funcionalidades de un sitio Web, también pueden incorporarse: Flash, Shockwave, Java applet, CGI, SVG, ActiveX, cookies, etc. Finalmente, la incorporación de una base de datos para simplificar muchas tareas a la hora de los perfiles.

El proceso de "poner en línea" un sitio Web, comienza con la búsqueda de un servidor Web. En general, se suele contratar un servicio de Internet que aloje

el contenido del sitio Web y lo mantenga online las 24 horas del día, o sea, un servicio de hosting. (También se puede instalar un servidor Web propio en la computadora, con una conexión a Internet permanente, pero no es lo usual). (Diccionario Informático)

Debido a los requerimientos, necesidades y funciones tecnológicas que exige este proyecto Web, se considera que la aplicación del mismo en la Web encaja perfectamente con la definición de portal Web.

3.3.2 Portal Web

Un portal le permite ofrecer a sus visitantes información actualizada y relevante haciendo uso de nuevas tecnologías y de los beneficios que el Internet brinda, esto en un entorno agradable, bien estructurado, visualmente atractivo y fácil de utilizar. Un portal incluye diseño gráfico profesional, base de datos y programación que permite el desarrollo de módulos para administrar y actualizar la información haciendo uso eficiente de las herramientas para la actualización de contenidos de una forma sencilla y rápida. También incluye otras aplicaciones que se desarrollan de acuerdo a sus requerimientos, por ejemplo, actualización de procesos, la distribución de la información, entre otras. (IntelliaTechnology, desarrollo y diseño para uso empresarial en Internet).

3.3.3 Arquitectura de la Información

“La arquitectura de la información de un sitio Web, comprende los sistemas de organización y estructuración de contenidos, los sistemas de rotulado o etiquetado de los mismos, y los sistemas de recuperación de información y navegación que provea el sitio” (MARTIN Francisco Jesús y HASSAN MOENTERO Yunsen, 2003)

“El estudio de la organización de la información con el objetivo de permitir al usuario encontrar su vía de navegación hacia el conocimiento y la comprensión de la información”. (SAUL WURMAN Richard, 1975)

La arquitectura de la información es un tema que debe primar al momento de pensar y desarrollar el sitio Web puesto que es de carácter determinante como base del éxito de la interacción y comprensión por parte del usuario. Ya que si el usuario no entiende cómo funciona el sitio o no se siente cómodo con la navegación de la interface del sitio, las probabilidades de que lo vuelva a visitar serán mínimas.

3.3.4 Usabilidad

La usabilidad dentro del campo del desarrollo Web, es la disciplina que estudia la forma de diseñar sitios Web para que los usuarios puedan interactuar con ellos de la forma más fácil, cómoda e intuitiva posible.

“La mejor forma de crear un sitio Web usable es realizando un diseño centrado en el usuario, diseñando para y por el usuario, en contraposición a

lo que podría ser un diseño centrado en la tecnología o uno centrado en la creatividad u originalidad.” (HASSAN MOENTERO Yunsen, 2003)

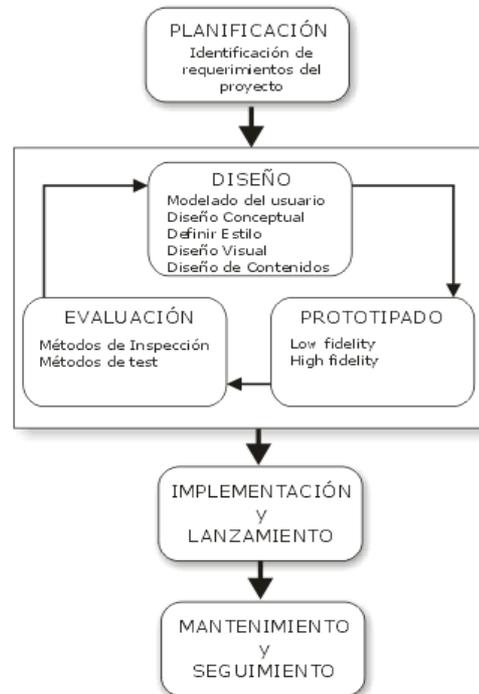
La ISO define como usabilidad al grado de eficacia, eficiencia y satisfacción con la que usuarios específicos pueden lograr objetivos específicos, en contextos de uso específicos.

El portal debe estar *“estructurado de acuerdo a las necesidades del usuario y contener un sistema de navegación que le permita encontrar lo que está buscando”*. (NIELSEN Jacob, 19)

3.3.5 Diseño Web centrado en el usuario

“El Diseño Web Centrado en el Usuario se caracteriza por asumir que todo el proceso de diseño y desarrollo del sitio Web debe estar conducido por el usuario, sus necesidades, características y objetivos. Centrar el diseño en sus usuarios (en oposición a centrarlo en las posibilidades tecnológicas o en nosotros mismos como diseñadores) implica involucrar desde el comienzo a los usuarios en el proceso de desarrollo del sitio; conocer cómo son, qué necesitan, para qué usan el sitio; testear el sitio con los propios usuarios; investigar cómo reaccionan ante el diseño, cómo es su experiencia de uso; e innovar siempre con el objetivo claro de mejorar la experiencia del usuario“(MARTIN Francisco Jesús y HASSAN MOENTERO Yunsen& IAZZA Gózala 2004).

El proceso de Diseño Web Centrado en el Usuario propuesto en este trabajo se divide en varias fases o etapas, algunas de las cuales tienen carácter iterativo. Sirva como aproximación el siguiente esquema:



(MARTIN Francisco Jesús y HASSAN MOENTERO Yunsef & IAZZA Gózala 2004).

3.3.6 Diseño conceptual

En esta etapa no se detalla cómo se verá el sitio mas bien se detalla el concepto del mismo y su arquitectura de la información. Se puede definir a un sitio Web como el conjunto de páginas interrelacionadas por enlaces unidireccionales, el propósito del diseño conceptual es lograr un esquema de organización, funcionamiento y navegación de estas páginas.

Es necesario desarrollar la estructura del portal, esta consiste en desglosar las conexiones, relaciones y navegación entre las diferentes páginas.

La definición de la estructura del sitio se la presenta de manera descendente se trata de estructurar del contenido de la página en general (el todo) a las partes, dividir los contenidos en páginas y definir los enlaces entre las mismas.

3.3.7 Diseño visual y definición del estilo

El diseño del sitio se basa composición de cada tipo de página, aspecto y comportamiento de los elementos de interacción y presentación de elementos multimedia. El objetivo principal es evitar la sobrecarga informativa... Otro aspecto importante en el diseño visual del sitio es la accesibilidad. En el uso de colores, por ejemplo, se debe ofrecer suficiente contraste entre texto y fondo para no dificultar la lectura, e igualmente seleccionar combinaciones de colores teniendo siempre en cuenta las discapacidades visuales en la percepción del color que pudieran presentar nuestros usuarios. (MARTIN Francisco Jesús y HASSAN MOENTERO Yunsef& IAZZA Gózala 2004).

Es muy importante que el concepto general del diseño visual de la página guarde coherencia y cumpla con el mismo estilo entre todas las secciones del sitio. Los componentes de esta “coherencia” van desde la tipografía hasta la estructura general de la página.

3.3.8 Diseño de contenidos

En el diseño de contenidos hipermedia (contenidos que cuentan con texto, video, audio e imágenes) se debe mantener un equilibrio entre lo que serían contenidos que no aprovechasen las nuevas posibilidades hipertexto y multimedia, y lo que serían contenidos caóticos o desorientativos debido a un uso excesivo y no sosegado de las posibilidades hipermedia (MARTIN Francisco Jesús y HASSAN MOENTERO Yunsef& IAZZA Gózala 2004).

Ahora los avances en el desarrollo de estas comunidades nos ofrece la capacidad de diseñar contenidos hipermedia interrelacionados para así mantener un entorno vinculado, organizado y productivo.

4.- DISEÑO METODOLÓGICO

4.1.- Objetivos Generales:

1. Describir las formas en que los freelancers se relacionan con otros freelancers, como se dan a conocer profesionalmente dentro del ámbito de la producción audiovisual y multimedia y su interés en un proyecto Web para freelancers en la ciudad de Guayaquil durante un periodo de tres meses, desde marzo hasta mayo de 2008.
2. Determinar los aspectos y habilidades más importantes que toman en cuenta los contratistas al momento de seleccionar los perfiles de freelancers universitarios para trabajar en sus proyectos.
3. Analizar el contenido y servicios de los sitios Web similares con el fin de concluir la importancia de sus elementos, cuáles son aplicables a nuestro sitio y de ésta manera hacer la experiencia de visita de nuestro usuario más productiva y frecuente.

4.2.- Objetivos Específicos:

1. Conocer los medios existentes que utilizan los freelancers universitarios para darse a conocer en el medio en el que se desempeñan.
2. Determinar quiénes son y en qué medios se desenvuelven los posibles contratistas de los freelancers.
3. Investigar si existen puntos de interacción en la Web donde los freelancers universitarios participan.
4. Determinar a través de qué medios los contratistas buscan a los freelancers universitarios y conocer las percepciones de estos acerca los freelancers universitarios.

5. Analizar los medios nacionales e internaciones que utilizan los freelancers universitarios para informarse, promocionarse y compartir con otros freelancers con el fin de conocer las ventajas y desventajas que ofrece cada uno de estos sitios.

6. Determinar los principales elementos de navegación, información y estructura que componen la estructura de los sitios similares con el fin de obtener las pautas para que nuestro sitio funcione de manera eficaz.

4.3.- Tipo de Estudio:

Para nuestro proyecto utilizaremos un estudio de tipo exploratorio y descriptivo. El primer tipo se debe a que el tema de los freelancers ha sido poco estudiados en el Ecuador, durante nuestra investigación hemos encontrado estudios relacionadas con el tema planteado en nuestro proyecto, sin embargo no han logrado responder a nuestras dudas; es por esto que con una investigación exploratoria lograremos familiarizarnos con los freelancers universitarios, identificaremos sus necesidades, el contexto y elementos o personas con las que se relacionan (Hernández, Fernández y Baptista, 2006). Y el segundo tipo, ya que buscamos especificar las características, los perfiles y relaciones que se dan en nuestras 4 unidades de análisis: los freelancers universitarios, los contratistas, el medio de la producción audiovisual y multimedia y los sitios similares. Luego de recolectar los datos y analizar los resultados obtendremos ciertos lineamientos para modelar nuestro producto atendiendo a las necesidades de cada una de las unidades de análisis. (Hernández, Fernández y Baptista, 2006)

4.4.- Enfoque de Estudio:

La investigación se manejará bajo un enfoque cuala-cuantitativo. A partir de este enfoque podemos obtener información completa y resultados confiables que respondan a los objetivos planteados.

“La frase metodología cualitativa se refiere en su más amplio sentido a la investigación que produce datos descriptivos: las propias palabras de las personas, habladas o escritas, y la conducta observable” (Taylor, S.J. y Bogdan, R.; 1998, pág 20). Bajo esta metodología y sus herramientas logramos perfilar a las siguientes unidades de análisis: freelancers universitarios, contratistas, el medio de la producción audiovisual y multimedia. Con los datos obtenidos podremos tener una mejor comprensión de estos grupos y responderemos a sus necesidades en el diseño y funcionalidad/usabilidad del producto final.

Al mismo tiempo nuestra investigación tiene un enfoque cuantitativo “que nos ofrece la posibilidad de generalizar los resultados más ampliamente, nos otorga control sobre los fenómenos, así como un punto de vista de conteo y las magnitudes de éstos” (Hernández, Fernández y Baptista, 2006, pg 21). Bajo esta metodología investigaremos aspectos cuantificables que definan a los freelancers universitarios y sus preferencias; al mismo tiempo nos brinden lineamientos sobre los sitios similares a nuestra propuesta de proyecto, que analizaremos con el fin de rescatar los elementos más llamativos, útiles y de preferencia para nuestro usuario.

4.5.- Unidades de Análisis:

Para nuestro proyecto serán consideradas 4 unidades de análisis:

1. Los freelancers universitarios
2. Los contratistas
3. El medio de la producción audiovisual y multimedia
4. Sitios Similares
 1. www.infolancer.net
 2. www.visualcv.com
 3. www.elance.com
 4. www.paginasamarillas.com
 5. www.multitrabajaos.com
 6. www.freelancers.com
 7. www.xplsv.tv
 8. www.colourlovers.com
 9. www.facebook.com
 10. www.hi5.com
 11. www.motionographer.com
 12. www.jobs.freelanceswitch.com
 13. www.freelanceswitch.com
 14. www.cpluv.com
 15. www.coroflot.com
 16. www.carbonmade.com

4.5.1 Los Freelancers

La primera unidad de análisis comprende a hombres y mujeres estudiantes universitarios que actualmente se encuentran cursando las carreras de: Audiovisual, Multimedia y Diseño en las principales Universidades de la ciudad de Guayaquil.

Gracias a un sondeo previo en el que se realizó entrevistas a directivos de las carreras de audiovisual, multimedia y diseño y una encuesta a 200 alumnos de las universidades: Casa Grande, Santa María, Universidad de Especialidades Espíritu Santo, EDCOM (Escuela de Diseño y Comunicación Visual de la Universidad

Politécnica), ITV e Instituto de Ciencias Gráficas y Artes Digitales; descubrimos que esta unidad de análisis presenta las siguientes características:

- En la actualidad hay un aproximado de 800 alumnos en las carreras de audiovisual y multimedia en las universidades de Guayaquil. Las edades de estos alumnos oscilan entre los 17 y 30 años, siendo en su mayoría alumnos de 21 años, esto quiere decir que están cursando el 3er año de su carrera universitaria.
- Tras presentar la siguiente definición de freelancer a los encuestados: *“El término freelancer refiere al trabajador independiente que realiza trabajos relacionados con su ocupación o profesión para terceros. Su forma de trabajo es autónomo sin horarios fijos, puesto que no pertenece a una entidad o compañía. El trato con el cliente o contratante es a corto plazo puesto que ninguna de las dos partes está obligada a continuar con la relación laboral después de entregado el proyecto”*. El 60% de los mismos afirmaron que su modo de trabajo entra en esta definición, esto quiere decir que de los 200 alumnos encuestados, 120 trabajan como freelancers.
- El 49% de los encuestados no conoce un medio para promocionarse (el 32% si tiene conocimiento de algunos medios y el 19% restante no contestó la pregunta) sin embargo un 73% afirma que si se suscribirían a un servicio Web que les ofrezca tener su perfil y trabajos en la Web.

Estas son solo algunas de las características que nos ayudan a perfilar a esta primera unidad de análisis, en los resultados de nuestra investigación se presenta un detalle de las respuestas de cada una de las preguntas de la encuesta realizada.

Hasta esta instancia podemos decir que los freelancers son un porcentaje significativo dentro del grupo de universitarios que hemos elegido, tienen la necesidad de promocionarse y tienen las herramientas para construir sus propias páginas Web y publicidad, sin embargo no lo hacen y prefieren acudir a una página donde puedan publicar su información de manera rápida.

Con estas premisas nuestra propuesta de proyecto esta respondiendo a una de las principales necesidades de este grupo, promocionarse.

4.5.2 Los Contratistas

En esta unidad están incluidas todas las personas o empresas que requieran los servicios de un freelancer.

A pesar de que nuestra propuesta no es ser una guía de proveedores ni una bolsa de trabajo, hemos denominado a esta unidad “contratistas” porque son personas que ingresarán a nuestra página con la intención de encontrar dentro de nuestra gama de alternativas a un freelancer que cumpla con sus requerimientos, al que gracias al perfil creado en nuestra página puedan contactar y eventualmente contratar.

Dentro de los contratistas se destaca el grupo de empresas

involucradas en el medio audiovisual y multimedia tales como: agencias de publicidad, estudios de diseño, canales de televisión, productoras, estudios de post-producción, estudios de fotografía, estudios multimedia. Todas estas empresas desarrollan constantemente productos como: comerciales, afiches, jingles, entre otros productos audiovisuales, los que desarrollan en algunas ocasiones con la ayuda de freelancers.

Por otro lado tenemos a empresas que no están relacionadas directamente con la creación de productos audiovisuales, sin embargo necesitan crear elementos audiovisuales para la imagen y promoción de la propia empresa. En algunas ocasiones las empresas tienen agencias in-house o un departamento de marketing o publicidad interno, donde se encargan de realizar todo el material gráfico y audiovisual que la empresa necesite, ya sea con fines de promoción o de información para la propia empresa.

Según nuestra muestra no probabilística realizada a los contratistas, la mayoría de las empresas tiene un departamento de arte o marketing que se encarga de realizar todos los elementos gráficos y audiovisuales, pero en algunas ocasiones ya sea por falta de personal especializado, por proyectos específicos o falta de tiempo se ven obligados a contratar a freelancers para que desarrollen ciertos productos. Es evidente que los contratistas tienen conocimientos del concepto de freelancer y que están familiarizados con el concepto y la

manera en la que estas personas trabajan.

Todos los contratistas que forman parte de nuestra muestra utilizan el Internet como herramienta fundamental en el trabajo ya sea para estar en contacto con otras personas o buscar referencias para desarrollar ideas de campañas o productos. Lo que quiere decir que nuestros contratistas están familiarizados con el uso del Internet como herramienta de trabajo y tienen cierto nivel de confianza en la información que se difunde por este medio.

4.5.3 El medio de la producción audiovisual y multimedia.

Esta unidad de análisis no se considera a grupos de personas como las unidades anteriores sino a la relación que se da entre las unidades descritas anteriormente, los freelancers y los contratistas.

Es indispensable en nuestra investigación saber cómo se dan las siguientes situaciones entre contratistas y los freelancers:

- Las motivaciones de los contratistas para buscar a los freelancers
- De qué manera los contratistas contactan o conocen al freelancer
- Cómo es el proceso de contratación y a través de qué medio lo realizan.

4.5.4 Sitios Similares

En primera instancia vamos a analizar las características de sitios Web similares que ofrecen servicios similares a la que queremos brindar, estrictamente lo referente a su estructura general, por medio de fichas de análisis de contenidos con el fin de determinar los lineamientos generales del sitio.

- | | |
|---|--|
| 1. www.infolancer.net | 8. www.colourlovers.com |
| 2. www.visualcv.com | 9. www.facebook.com |
| 3. www.elance.com | 10. www.hi5.com |
| 4. www.paginasamarillas.com | 11. www.motionographer.com |
| 5. www.multitrabajaos.com | 12. www.jobs.freelanceswitch.com |
| 6. www.freelancers.com | |
| 7. www.xplsv.tv | |

El segundo análisis que realizaremos Sitios Similares, análisis del la información, elementos y características específicas de las secciones que componen el sitio por medio de una ficha de análisis de contenido profundo con el fin de establecer lineamientos con respecto al contenido, diseño, forma, manejo etc.

- | | |
|--|--|
| 13. www.freelanceswitch.com | 15. www.coroflot.com |
| 14. www.cpluv.com | 16. www.carbonmade.com |

En un análisis más profundo (ver en resultados) de estos sitios Web hemos podido reconocer cuáles son las aplicaciones que más utilizan los usuarios, los puntos de interacción más significativos entre los usuarios, diagramación y diseño de interfaces que se manejan en esos sitios.

Todos estos datos son relevantes para nuestra investigación al momento de plantear los lineamientos de nuestra página, estos lineamientos incluyen:

- El nombre del sitio
- La diagramación
- Colores para aplicar en el diseño
- Aplicaciones que resultan convenientes para el usuario y para las personas que visiten el sitio
- Diseño del contenido

4.6.- Muestra:

En nuestra investigación manejaremos 3 universos respondiendo a tres de nuestras unidades de análisis. Para atender a todas ellas manejaremos muestras *probabilísticas* y *no probabilísticas*.

El primer tipo de muestra *“es obtenida por medio de la aplicación de la teoría de la probabilidad. En el muestreo probabilística, cada elemento de una población definida tiene una probabilidad de selección conocida y diferente de cero. Se debe poder considerar cualquier elemento de la población y establecer su probabilidad de selección”*.(<http://200.30.134.19/ine/censos%20y%20encuestas/metodologias/ejercicio%20practico.pdf>; s.f.)

El segundo tipo de muestra que utilizaremos es la *no probabilística*, cuya selección se basa en parte en el juicio del investigador y como esta selección no se basa en ninguna teoría de probabilidad, no es posible calcular la precisión del error. Hay varios tipos de muestras no probabilísticas, pero en este caso utilizaremos el muestreo *por cuotas*, *“Tiene por objetivo asegurar que los diversos subgrupos de una población estén representados en la*

muestra respecto de las características pertinentes de la muestra y con la proporción exacta que el investigador desee.” (Martínez Senra, Ana Isabel; s.f.)¹⁰

El primer universo que investigamos está representado por los estudiantes universitarios de las carreras de audiovisual, multimedia y diseño de 6 universidades de la ciudad de Guayaquil. Que de acuerdo a los datos recopilados en estas 6 universidades suman un total de 800 alumnos. Por consiguiente, la investigación se maneja sobre una muestra *finita*, la cual cuenta con un *95% de confianza* y un *6% de error*. Éste último se debe a las limitaciones de tiempo que se presentaron durante la ejecución de la investigación. La herramienta que utilizamos para investigar este universo fue un *cuestionario* aplicado a 200 universitarios, esta muestra es probabilística ya que todos los miembros del universo que fueron elegidos al azar tenían determinada probabilidad de ser parte de la muestra.

De este mismo universo realizaremos una muestra no probabilística intencionada en la que aplicaremos la herramienta de Grupo Focal a dos grupos de 6 freelancers. Todas las unidades serán elegidas de forma arbitraria, tomando en consideración características relevantes que aporten significativamente a nuestra investigación.

El segundo universo a ser investigado serán los contratistas, los que se manejarán sobre una muestra *no probabilística por cuotas*. Para esta muestra

¹⁰ Ana Isabel Martínez Senra, Departamento de Organización y Marketing de la Universidad de Vigo, España

realizaremos una *entrevistas enfocadas*, para la cual elegiremos a personas que sean representativas de cada segmento de nuestro universo para tener una muestra completa. Por consiguiente la muestra estará constituida de la siguiente manera:

- 2 agencias de publicidad tradicionales¹¹
- 2 agencias de publicidad nuevas¹²
- 2 productoras tradicionales
- 2 productoras nuevas
- 2 empresas grandes (fuera del medios audiovisual y multimedia)
- 2 empresas pequeñas (fuera del medios audiovisual y multimedia)

Por último el tercer universo sometido a investigación serán los sitios similares a nuestra propuesta Web para freelancers. La muestra de esta unidad de análisis es *no probabilística* y la herramienta que aplicaremos será *fichas de análisis de contenido*. Para este investigación hemos seleccionado 16 sitios Web similares a nuestra propuesta, donde analizaremos las características del contenido, diseño y aplicaciones de cada una de ellas con la intención de rescatar lo información de mayor relevancia para el diseño y construcción de nuestro proyecto.

4.7 Técnicas de investigación

A continuación se detallan las técnicas utilizadas, por qué hemos decidido elegir las mismas y la manera en que se van a aplicar a nuestras unidades de

¹¹ *tradicionales: agencia o productora que trabaja en el medio por más de 10 años.*

¹² *nuevas: agencia o productora que trabaja en el medio hace 2 años.*

análisis. En primer lugar argumentaremos teóricamente la elección de las 3 técnicas a utilizar.

4.7.1 Entrevistas enfocadas

“La entrevista es la herramienta para excavar”

(S.J. Taylor y R. Bogdan, 1998, pg 297)

“En la entrevista enfocada, existe predeterminado de antemano un tema o foco de interés, hacia el que se orienta la conversación y mediante el cual hemos seleccionado a la persona objeto de la entrevista” (Jesús Galindo Cáceres, 1998, pg 299) Con las entrevistas pretendemos obtener datos precisos, tales como los procesos de contratación de empleados y freelancers en sus empresas, su percepción de los freelancers y experiencia de haber trabajado con alguno, de qué manera los ha contactado, si conoce medios donde pueda encontrar un listado de freelancers. Estos son solo algunos de los aspectos a conocer para completar este segmento de la investigación, en los resultados de la investigación indagaremos en cada una de las preguntas realizadas a los contratistas.

“La entrevista enfocada es funcionalmente más estructurada. Es abierta pero definida conceptualmente.” (S.J. Taylor y R. Bogdan, 1998, pg 299) Como mencionamos anteriormente los sujetos entrevistados nos interesan porque conocemos de antemano su experiencia y relación con el tema a indagar (Jesús Galindo Cáceres, 1998, pg 299) y con su testimonio obtendremos datos que enriquecerán y ayudarán a plantear los lineamientos. Con esta técnica logramos que el sujeto entrevistado se desenvuelva como en una

conversación cotidiana y cuente sus experiencias y reflexiones con respecto al tema planteado.

4.7.2 Encuesta

Jesús Galindo (1998) comenta que existen dos tipos de encuesta según la aplicación que se vayan a dar a los resultados: las que proporcionan información amplia de carácter estratégico y las que proporcionan información de carácter específico o táctico. Las primeras son de carácter exploratorio; en sí mismas no proponen una conclusión. Este tipo es precisamente el que utilizamos en las encuestas para el sondeo inicial de nuestra investigación.

Al utilizar esta técnica tenemos las siguientes ventajas: la obtención de la información se logra en menor tiempo en comparación a otras técnicas y menor esfuerzo por parte del encuestado e investigador, está estructurado de tal forma que el encuestado puede llenarla de manera individual, de esta manera el investigador puede abarcar más personas en menos tiempo.

Nuestro modelo de cuestionario esta compuesto por *preguntas cerradas*, estas *“contienen categorías u opciones de respuesta que han sido previamente delimitadas, es decir, se presentan a los participantes las posibilidades de respuesta, quienes deben acotarse a éstas”* (Hernández, Fernández y Baptista, 2006, pg 310). Sabemos que una de las desventajas de las preguntas cerradas es la posible limitación y mala representación de los pensamientos del encuestado, es por eso que hemos aplicado este tipo

de preguntas solo en aquellas que las opciones son limitadas y sabemos que no se alejarán de la respuesta real del encuestado. Debido a que no podemos aplicar este tipo de preguntas en todo el cuestionario hemos incluido también las preguntas abiertas con el objetivo de profundizar en ciertas variables y como mencionamos anteriormente, hay respuestas que no podemos conocer antes de realizar el diseño del cuestionario.

4.7.3 Grupo Focal

“El GrupoFocal es un discusión estructurada sobre un tema específico.”

(Secretaría de Innovación y Calidad, México; s.f.)

“Esta herramienta es muy usada como técnica cualitativa con grupos, cuando lo que se requiere es obtener información y discutir todos los ángulos de un problema” (Secretaría de Innovación y Calidad, México; s.f.)

Al utilizar esta herramienta buscamos ampliar la información que ya tenemos y al mismo tiempo ver si en el proceso surgen nuevas interrogantes e inquietudes dentro del grupo de estudio.

4.8 Aplicación de las técnicas

Objetivo Específico No.	Técnica	Unidad de análisis
1.- Describir las formas en que los freelancers se relacionan con otros freelancers y cómo se dan a conocer profesionalmente dentro del ámbito de la producción audiovisual y multimedia en la ciudad de Guayaquil durante un período de tres meses, desde Marzo hasta Mayo del 2008.	Encuesta	200 alumnos universitarios <ul style="list-style-type: none"> • UCG: 35 encuestados • USM: 35 encuestados • UEES: 30 encuestados • EDCOM: 50 encuestados • ITV: 20 encuestados • ICGAD: 30 encuestados
	Grupo focal	2 grupos de 6 freelancers En cada grupo habrán alumnos de las 6 universidades seleccionadas. Entre las edades de 18-24 años

2.- Determinar quienes y en qué medios se desenvuelven los posibles contratistas de los freelancers. 3.- Determinar los aspectos y habilidades más importantes que toman en cuenta los contratistas al momento de seleccionar los perfiles de freelancers para trabajar en sus proyectos.	Entrevistas enfocadas	12 entrevistas <ul style="list-style-type: none">• 2 agencias de publicidad tradicionales• 2 agencias de publicidad nuevas• 2 productoras tradicionales• 2 productoras nuevas• 2 empresas grandes (fuera del medios audiovisual y multimedia)• 2 empresas pequeñas (fuera del medios audiovisual y multimedia)
4.- Analizar las características de las páginas Web	Fichas de análisis de contenido	12 fichas de análisis

5.-RESULTADOS

1. Freelancers

- 1.1. Relación entre freelancers
- 1.2. Medios para darse a conocer
- 1.3. Freelancers y el Internet
 - 1.3.1. Hábitos de uso del Internet de los freelancers
 - 1.3.2. Tipo de pagina de visita
 - 1.3.3. Freelancers y comunidades virtuales

2. Contratistas de freelancers

- 2.1. Ramas que abarcan dentro del campo laboral
- 2.2. Hábitos de consumo de Internet de los contratistas
- 2.3. Relación contratista-freelancer
 - 2.3.1. Percepciones con respecto a los freelancers
 - 2.3.2. Expectativas con respecto a los freelancers
 - 2.3.3. Proceso de contacto con los freelancers
 - 2.3.3.1. Boca a boca
 - 2.3.3.2. A través de plataformas Web de perfiles
 - 2.3.4. Maneras de relacionarse en el campo laboral con los freelancers

3. Sitios Web similares a nuestra pagina

3.1. Estructura de los sitios

3.1.1. Diseño

3.1.2. Publicidad

3.1.3. Plataformas y servicios gratuitos

3.1.4. Secciones

3.1.5. Perfiles

3.2. Contenido del sitio

3.2.1. Suscripción del usuario y formulario de ingreso

3.2.2. Menú

3.2.3. Portafolios

3.2.4. Perfiles

3.2.5. Blog

3.2.6. Publicaciones

3.2.7. Grupos

Resultados:

1. Freelancers

Como sabemos los freelancers son la unidad de análisis mas importante dentro de nuestro proyecto por lo que consideramos muy importante abarcar profundamente sus hábitos y necesidades para así lograr que nuestra pagina Web cumpla con los requisitos necesarios para lograr ser un producto de utilidad para ellos.

1.1. Relación entre freelancers

Los freelancers se relacionan con otros freelancers mayormente a través de la Universidad, donde se relacionan al compartir los mismos intereses. Cada freelancer busca relacionarse con otros que complementen el trabajo que ellos realizan dependiendo de su área de especialización. Por ejemplo en el caso de un animador 2d le interesa relacionarse y requerir servicios de un

ilustrador para que haga un boceto del personaje antes de que este sea animado.

“Por ahora me relaciono con mis compañeros de universidad... Siempre estoy en contacto con ellos para realizar consultas y enviarles datos curiosos o noticias que se que les interesan” (Marta Rendón; 2008)¹³

Pero es importante mencionar que no es un parámetro general que todos los freelancers se conocen a través de la Universidad a la que pertenecen, sino que también bajo circunstancias laborales, ya que por una persona en común se pueden formar grupos de trabajo donde los freelancers interactúan entre ellos, se conocen, y en futuro también pueden llegar a mantener ese tipo de lazo laboral.

“He conocido un par (de freelancers) que no son de la U, en trabajos que he hecho porque la típica es que alguien arme un equipo con gente que conoce de diferentes lados” (Esther Cevallos; 2008)¹⁴

La manera que tienen de interactuar los freelancers pueden ser varias, como mencionamos anteriormente no existe una regla general para ello. Pero esta interacción puede resultar muy beneficiosa para ellos ya que los ayuda a conocerse y a formar el “equipo ideal” al momento de realizar proyectos y trabajos que puedan surgir en un futuro.

1.2. Medios para darse a conocer

A pesar de que los freelancers si conocen medios nacionales que permiten subir sus curriculums, como por ejemplo: multritabajos.com y paginasamarillas.com, no se sienten satisfechos con el servicio y beneficios

¹³ Entrevista a Marta Rendón alumna de la carrera Diseño, Web y Aplicaciones Multimedia de la Universidad ESPOL, realizada el 28 de Agosto del 2008.

¹⁴ Entrevista a Esther Cevallos alumna de la carrera Diseño Gráfico en la Universidad Santa María, realizada el 27 de Agosto del 2008.

que estas paginas les ofrecen por lo que deben recurrir a páginas como facebook.com y deviantart.com para subir sus trabajos.

“La verdad es que hasta ahora solo he subido mis trabajos al facebook a deviantart.com pero sí sería bueno que cuando un cliente quisiera ver mis trabajos yo pudiera darle una dirección en la cual pueda acceder a ellos un poco más formal... Porque presentar el trabajo vía facebook es súper informal la verdad”. (Marta Rendón; 2008).¹³

A pesar de que la mayoría de los freelancers tienen los recursos y conocimientos para realizar su propia página Web, no lo hacen ya que no ven una utilidad o algún beneficio al momento de hacerla debido a que carecen de los recursos para promocionarla.

Es decir que los freelancers no tienen un medio de promoción útil el cual les pueda dar como beneficio la obtención de empleo, ni la exposición de sus trabajos a través del mismo, ya que ellos necesitan una plataforma más interactiva y visual que se especialice en exhibir sus trabajos netamente.

1.3. Freelancers y el Internet

Los freelancers utilizan el Internet como herramienta principal de trabajo ya sea para buscar referencias, comunicarse con sus clientes y para mantenerse actualizados en cuanto a tendencias a nivel mundial. Por eso consideramos realizar una mirada profunda a la participación del Internet en su rutina diaria.

1.3.1. Hábitos de uso del Internet de los freelancers

Los freelancers destacan que están conectados la mayor parte del tiempo, ya que la computadora es su herramienta principal de trabajo. Recalcan que con todas las facilidades (celulares, cybers, redes wifi abiertas, etc) es casi imposible no mantenerse conectado la mayor parte del tiempo.

“Si estoy despierta 14 horas fácil 10 estoy en la computadora” (Esther Cevallos, 2008)¹⁴

“Yo soy un usuario un poco raro del Internet, hay días que lo utilizo todo el día pero pueden pasar días que no lo utilizo. Pero al día por lo menos le dedico la primera hora laboral” (Juan Carlos Triviño; 2008)¹⁵

Como podemos notar los freelancers tienen cierta dependencia hacia el uso del Internet ya que la consideran como parte importante de sus herramientas de trabajo ya que a través de este se mantienen en contacto con su grupo de trabajo y con sus clientes al momento de realizar sus productos.

1.3.2. Tipos de páginas que visitan y sus beneficios

“Reviso primero mis correos, luego leo prensa nacional e internacional, luego leo blogs de fotografía, diseño y motiongraphics” (Daniel Hoyos; 2008)¹⁶

“Bueno lo primero es conectarme al Messenger, de ahí me conecto a mi mail de Hotmail y al de gmail los reviso, yo me he suscrito a blogs y me mandan sus últimos posts al mail y me los pongo a revisar para ver que hay de nuevo” (Juan Carlos Triviño; 2008)¹⁵

Al ser usuarios activos de Internet cada freelancer tiene una “rutina” por así decirlo para revisar ciertos tipos de páginas que consideran relevantes en relación a su especialidad en el campo laboral, y también páginas básicas como sus correos electrónicos medio que también forma parte de su trabajo.

¹⁵ Entrevista a Juan Carlos Triviño, estudiante de la carrera Infografía del IGACD, realizada el 1ero de Septiembre del 2008.

¹⁶ Entrevista a Daniel Hoyos, estudiante de la carrera Diseño Gráfica del IGACD, realizada el 1ero de Septiembre del 2008.

1.3.3. Freelancers y comunidades virtuales

Un medio muy importante en que se comunican e interactúan los freelancers es a través de comunidades virtuales las cuales visitan frecuentemente, ya que encuentran personas con intereses en común y pueden intercambiar ideas, trabajos, experiencias, etc. Estas comunidades además de intercambio de información entre sus miembros también les ofrece noticias, blogs, e información relevante a sus intereses laborales.

“Tengo una cuenta en colourlovers.com que siempre la uso porque te ofrece combinación de patterns y de pantones y eso me sirve para todo tipo de trabajo... aparte de eso me da noticias interesantes de tendencias que se están dando en el mundo.... Eso es cool porque es como que no solo te brinda el servicio de la combinación de colores sino que también a veces solo me meto a la página para ver que hay de nuevo en la sección de noticias” (Martha Rendón;2008)¹³

“Tengo cuentas en Facebook, colourlovers y twitter... lo bueno de twitter es que hay millón gente que postea links con cosas súper interesantes, es como una recopilación de pensamientos, noticias, datos curiosos, trabajos, etc. De repente encuentro cosas realmente interesantes, hedescubierto páginas que me sirven de referencia, para noticias o sacar herramientas”. (Esther Cevallos; 2008)¹⁴

Como podemos notar los freelancers al momento de ingresar a una comunidad virtual, más allá del intercambio de ideas con otras personas con intereses en común, también buscan obtener ciertos beneficios de esa comunidad, así sea a través de otros miembros como páginas con nuevas tendencias para mantenerse actualizados o algún servicio en específico que les ofrezca la página y les sea útil para su trabajo.

2. Contratistas

Los contratistas son personas claves para los freelancers ya que ellos son los que les ofrecen la oportunidad de trabajar y obtener beneficio por sus habilidades adquiridas, es decir ellos son los clientes que los freelancers buscan constantemente. Por lo tanto consideramos que ellos también forman parte importante de nuestra unidad de análisis, por lo que decidimos abarcar ciertos aspectos relevantes en cuanto a quiénes son estos contratistas y su relación con los freelancers.

2.1. Ramas que abarcan dentro del campo laboral

Después de entrevistas realizadas a varios contratistas de diferentes ramas como: productoras, agencias, y posibles contratistas elegidos al azar, nos dimos cuenta que no existe un parámetro específico para determinar quien podría sumarse a la lista para convertirse en un contratista potencial para los freelancers ya que a cualquier persona o empresa en algún momento de su trabajo le puede surgir la necesidad de contactar a uno de ellos y requerir de sus servicios para un determinado proyecto.

2.2. Hábitos de consumo de Internet de los contratistas

Para esta unidad de análisis debido a las exigencias de su trabajo es primordial estar en contacto con sus clientes. El medio principal que utilizan es el correo electrónico, tanta es la dependencia de este medio que señalan que ya no tienen la necesidad de asistir a reuniones para presentar cambios sino que simplemente presentan avances a través del correo.

“Antes se convocaban reuniones con el cliente por cualquier cosa, ahora muchas presentaciones son por mail, lo que hace todo mucho más rápido” (Agustín Febres-Cordero, 2008)¹⁷

¹⁷ Entrevista a Agustín Febres-Cordero, Presidente y Gerente General de Lado B. Realizada el 23 de Junio de 2008.

Por otro lado los contratistas consideran al Internet como una herramienta básica de información y de trabajo, puesto que lo usan para buscar desde referencias hasta guías de proveedores.

“Para trabajo me meto en GettyImages, para buscar referencia o como banco de imágenes, también Latin Spots” (Miguel Cabrera, 2008)¹⁸

Es importante destacar que los contratistas si le dan un uso pertinente al Internet y revisan páginas para buscar referencias y estar al tanto de trabajos realizados por freelancers para futuros contratos.

2.3. Relación contratista-freelancer

A pesar de las diferentes ocupaciones todas estas personas admiten que en ciertos momentos necesitan a freelancers como parte de sus equipos de trabajo o como proveedores.

“No tenemos un staff permanente, pero armamos equipos según el proyecto” (Niza Villacrés, 2008)¹⁹

“En mi departamento por ser marketing, normalmente son 3 proveedores que se cotizan y se les ve calidad, precio y al más competitivo se lo contrata” (María Gracia Jaramillo, 2008)

Los freelancers si bien no son trabajadores constantes dentro de una empresa, podemos decir que así como ellos tienen una relación de dependencia con sus contratistas, los contratistas a su vez también dependen de los freelancers para realizar ciertos proyectos donde el personal de planta a veces no es suficiente para realizarlo.

2.3.1. Percepciones con respecto a los freelancers

¹⁸ Entrevista a Miguel Cabrera, director creativo de Publicitas. Realizado el 18 de Junio de 2008

¹⁹ Entrevista a Niza Villacrés, Parte Administrativa y Producción Ejecutiva de CIG77, Realizada el 20 de Junio de 2008

Un factor que es importante mencionar de los freelancers es que al ser jóvenes y universitarios, son personas con ideas nuevas, que tienen muchas ganas de aprender y demostrar lo que saben hacer, ofreciéndole una mentalidad nueva y una excelente predisposición para realizar trabajos a los contratistas.

“Aquí encuentras productoras que tienen a gente trabajando de staff permanentemente que hacen 20 comerciales al mes, son personas que no pueden progresar porque son como maquinitas ...Para mi la manera de trabajar con freelancers es lo mejor porque tienes que mejorar cada día” (Niza Villacrés, 2008)

Otro aspecto importante que también toma en cuenta los contratistas al momento de trabajar con freelancers es el aspecto económico, ya que ellos al ser jóvenes y sin tanta experiencia como puede tener una empresa, cobra un precio bastante menor a lo que lo haría una agencia de nombre, pero sin embargo esto no quiere decir que no pueda realizar un producto igual de bueno y que este a la par como lo pudo haber realizado cualquier profesional con experiencia.

“Yo los veo como personas emprendedoras, muchas veces son universitarios y que por a, b o c motivo no tiene la posibilidad de estar en una empresa...Pienso que son mejor pagados cuando trabajan directamente con el cliente...La primera vez que trabaje con un freelancer me salió la mitad del precio de lo que hubiera trabajado con una empresa o agencia; lo único es que tuve que estar detrás de lo que hacía pero de ahí me fue súper bien” (María Gracia Jaramillo, 2008)²⁰

²⁰ Entrevista a María Gracia Jaramillo, Jefe de Producto de Papelesa. Realizada el 21 de Junio de 2008.

A pesar de algunas malas experiencias, los contratistas no niegan que los freelancers tengan talento, conocimientos y sean profesionales. Aparte de la capacidad otra de las motivaciones de los contratistas en llamar a freelancers es que obtienen ideas interesantes e innovadoras por un precio razonable.

2.3.2. Proceso de contacto con los freelancers

Los contratistas pueden llegar a conocer a freelancers de varias maneras, pero las más destacadas son boca a boca, es decir la referencia de otras personas que ya han trabajado con ellos anteriormente y son recomendados.

“Boca a Boca, puesto que la gente tiene bastante credibilidad y eso sumado al portafolio” (Orlando Brigante, 2008)

Además de tener una buena referencia, también es un requisito importante para los contratistas que el freelancer tenga un buen portafolio o un reel donde muestren sus trabajos para que estos sean evaluados por el posible contratista y ver si lo que el freelancer ofrece esta a la altura de sus expectativas.

“Pido una reunión o que me envíen un reel al mail o alguna Web. Así yo puedo chequear sin necesidad de reunirme, puesto que ahora ya no es necesario el Face to Face” (Niza Villacrés, 2008)

Luego de que los contratistas hayan recibido recomendaciones para el puesto de trabajo disponible, proceden a contactar al freelancer para una entrevista informal. En casos como el de Niza Villacrés, ella pide al freelancer que le envíe su reel o portafolio antes de la reunión para conocer su trabajo y saber inmediatamente si es lo que realmente necesita para el proyecto. Niza considera que el “FACE to FACE” ya no es tan necesario como lo era antes, porque vía e-mail o a través de una página Web ella puede saber si el freelancer es o no lo que necesita para su equipo de trabajo.

En esta pregunta los entrevistados insisten que la única manera por la que han contactado a los freelancers hasta el momento ha sido por recomendaciones.

2.3.3. Maneras de relacionarse en el campo laboral con los freelancers

Si bien es cierto las agencias de publicidad, BTL, Estudios de Diseño, y grandes empresas tienen su departamento de diseño, marketing y publicidad. Sin embargo hay cientos de empresas medianas y pequeñas que ni siquiera consideran dentro de sus gastos o de su staff personas dedicadas a manejar la imagen de la empresa, pero eso no significa que no los necesiten.

“A veces Masisa nos manda de su departamento de Marketing cosas y las implementamos, pero a veces por nuestro lado tenemos que hacer diseños para revistas o nuestra página Web” (Cristina Villacrés, 2008)²¹

En algunas ocasiones incluso en las grandes agencias y empresas es necesario contratar personal temporal o alguien con conocimientos específicos en algunas rama. Para cubrir estas necesidad es que los contratistas acuden a los freelancers.

“Cuando necesitamos algo muy específico, ilustraciones o animaciones que nadie en la agencia puede hacer....Alguna vez en mi equipo creativo contratamos a un director creativo por un tiempo, porque el director de arte se fue de vacaciones y el volumen de trabajo era grande” (Silvana Kahlil, 2008)²²

²¹ Entrevista a Cristina Villacrés, Asistente de Gerente Administrativo de Placacentro Masisa. Realizada el 23 de Junio de 2008

²² Entrevista a Silvana Khalil, Directora de Planning de Norlop JWT. Realizada el 19 de Junio de 2008

Es decir que los freelancers son una necesidad constante dentro de las empresas y para sus contratistas, ya que aunque no los necesitan el 100% del tiempo como un empleado de planta, los freelancers pueden ser muy útiles e incluso una salvación en algunas ocasiones.

3. Sitios Web similares a nuestra pagina

3.1 Estructura de los sitios

www.infolancer.net	www.xplsv.tv
www.visualcv.com	www.colourlovers.com
www.elance.com	www.facebook.com
www.paginasamarillas.com	www.hi5.com
www.multitrabajaos.com	www.motionographer.com
www.freelancers.com	www.jobs.freelanceswitch.com

Como punto importante al momento de nosotros tener que realizar los lineamientos de nuestra página, es clave que tengamos referencias de otros sitios Web similares al nuestro que han tenido éxito a través de la misma, como los presentados anteriormente.

El análisis de éstas páginas decidió abarcar como referencia principal la estructura del sitio Web, es decir donde se ubican los elementos que conforman la página

Las categorías a considerar fueron las siguientes:

- Diseño
- Publicidad
- Plataformas y servicios gratuitos
- Secciones
- Perfiles

3.2 Contenido del sitio

www.freelanceswitch.com
www.cpluv.com

www.coroflot.com

www.carbonmade.com

Otro aspecto importante a analizar es el contenido de estos sitios, ya que son especialmente dirigidos a freelancers y nos da las pautas que necesitamos para saber que busca el freelancer en cuanto a información, beneficios, etc. Pero principalmente nos interesa analizar el contenido al momento de realizar las secciones respectivas de la página. Las categorías son las siguientes:

- Suscripción del usuario y formulario de ingreso
- Menú
- Portafolios
- Perfiles
- Blog
- Publicaciones
- Grupos

Podemos concluir que los sitios Web elegidos presentan las siguientes características en común:

1. Todos ofrecen la opción de crear perfiles con los datos del usuario, ya sean estos datos personales que incluyen desde el Nombre completo del usuario hasta el número de teléfono o datos laborales, donde describen a qué se dedican, dónde han trabajado, cuál es su situación laboral actual, entre otros.
2. Los usuarios tienen la libertad de subir fotos y videos relacionados con su trabajo o vida personal. En sitios como hi5.com y facebook.com que son las redes sociales más reconocidas; los usuarios completan sus perfiles con álbumes de fotos con sus amigos,

eventos sociales a los que acuden y en algunas ocasiones los usuarios aprovechan esta herramienta para incluir entre sus álbumes por lo menos uno dedicado a sus trabajos de diseño, fotografía o videos en los que han participado.

3. En la mayoría de estas páginas tienen un HomePage (página de inicio) donde esta publicada información con las últimas noticias según el contenido que se maneja en la página, actualizaciones, notas con lo que han hecho los usuarios últimamente. En todas se cumple el objetivo de informar al usuario lo que ha sucedido en las últimas horas o días ya sean actividades de los usuarios, contenidos que han sido cargados en la página por los mismos usuarios o noticias relevantes para los mismos.
4. En la mayoría de las páginas los usuarios pueden dejar y recibir comentarios de otros usuarios. En todas ellas es necesario tener una cuenta para poder comentar en las imágenes, videos y perfiles de otros usuarios. En algunas ocasiones los usuarios tienen que ser amigos o pertenecer a una misma red para poder comentar entre ellos, el usuario tiene que solicitar a otro usuario que lo acepte dentro de su red de amigos para poder intercambiar comentarios en las diferentes aplicaciones que ofrecen los sitios.

6.- LINEAMIENTOS GENERALES

Mapa del Sitio Web

Home

-Login/Registrarse

 Login

 Usuario

 Clave

 Registro usuario nuevo

 Formulario

-Menú General

 Perfiles

 Blog

 Grupos

 Recursos

 Plaza

-Quienes Somos

-Contáctenos

-Publicidad

Menú Perfil

 Perfiles

 Blog

 Grupos

 Recursos

 Plaza

 Foto Id. Usuario

 Datos del Freelancer

Archivos de Imagen
Archivos de Video
Archivos de Sonido
Dream Team
Comentarios
Propiedades de la cuenta

Estructura y Contenido

1. Login/Registrarse

1.1 Login

La sección de login servirá únicamente para el freelancer inscrito previamente, en ella colocara su usuario y contraseña. Luego de realizar esto el freelancer podrá acceder a su perfil.

1.2 Registro usuario nuevo

La sección de registro de nuevo usuario comprenderá un formulario, este formulario contará con los siguientes campos.

Nombre:

Apellido:

Usuario:

Email:

Contraseña:

Contraseña: (Verificar)

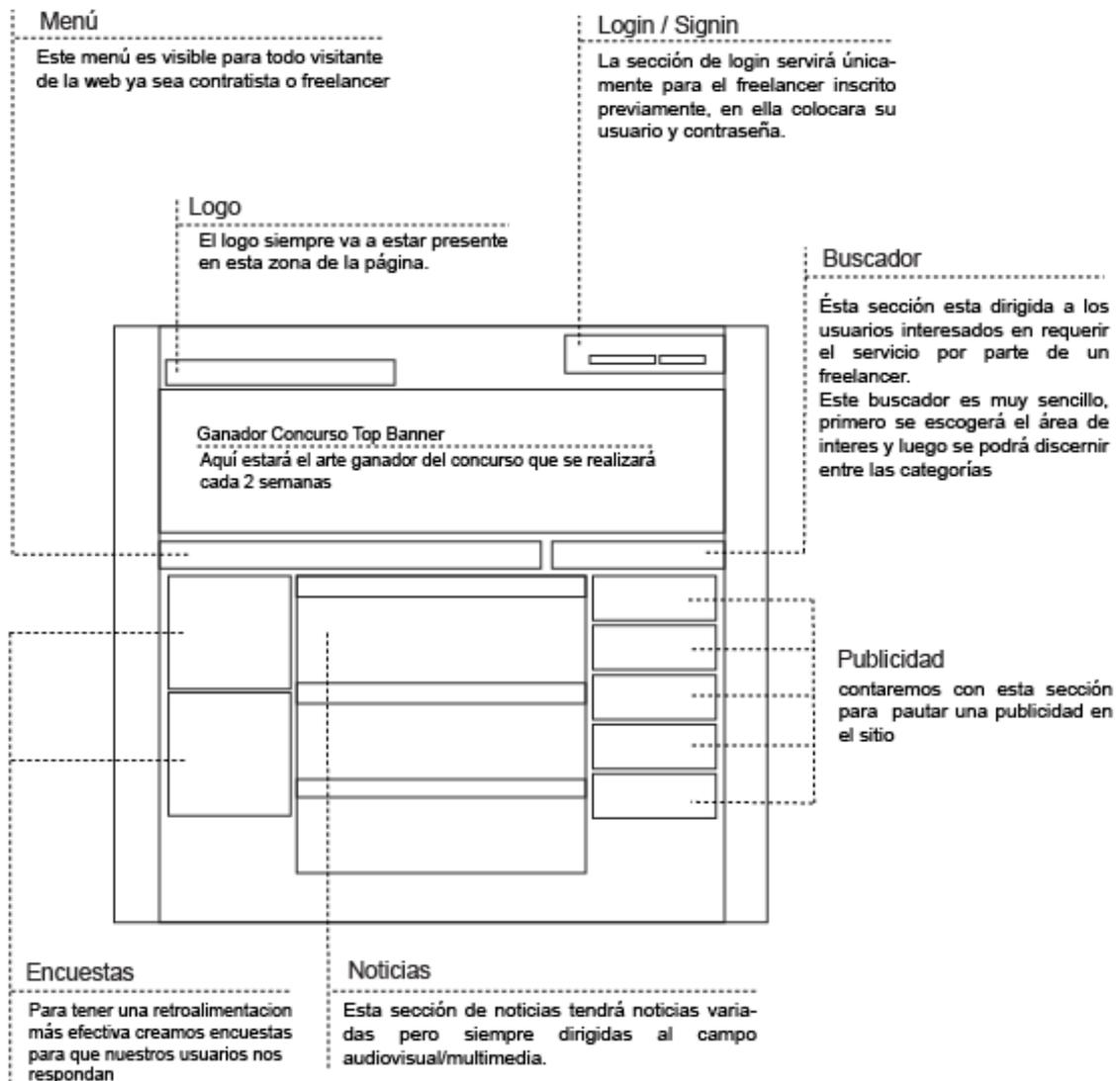
Área:

Universidad: Año:

Después de que la creación del usuario es satisfactoria. El freelancer podrá agregar más datos que describan su trabajo en la sección “datos del freelancer”.

2. Menú General

Como en la mayoría de la de los sitios analizados el menú se encontrará en la parte superior de la página con una diagramación horizontal.



2.1 Buscador

El buscador de categorías se encontrara ubicado en la parte superior derecha de la página, a lado del menú principal.

2.2 Noticias

Las noticias serán desplegadas en la parte centra de la pagina. Va a estar dividida por el tipo de categorías.

2.3 Recursos

La sección de recursos es donde se comparten técnicas, tips, tutoriales , entre otros.

Su ubicación es en el menú principal

2.4 Plaza

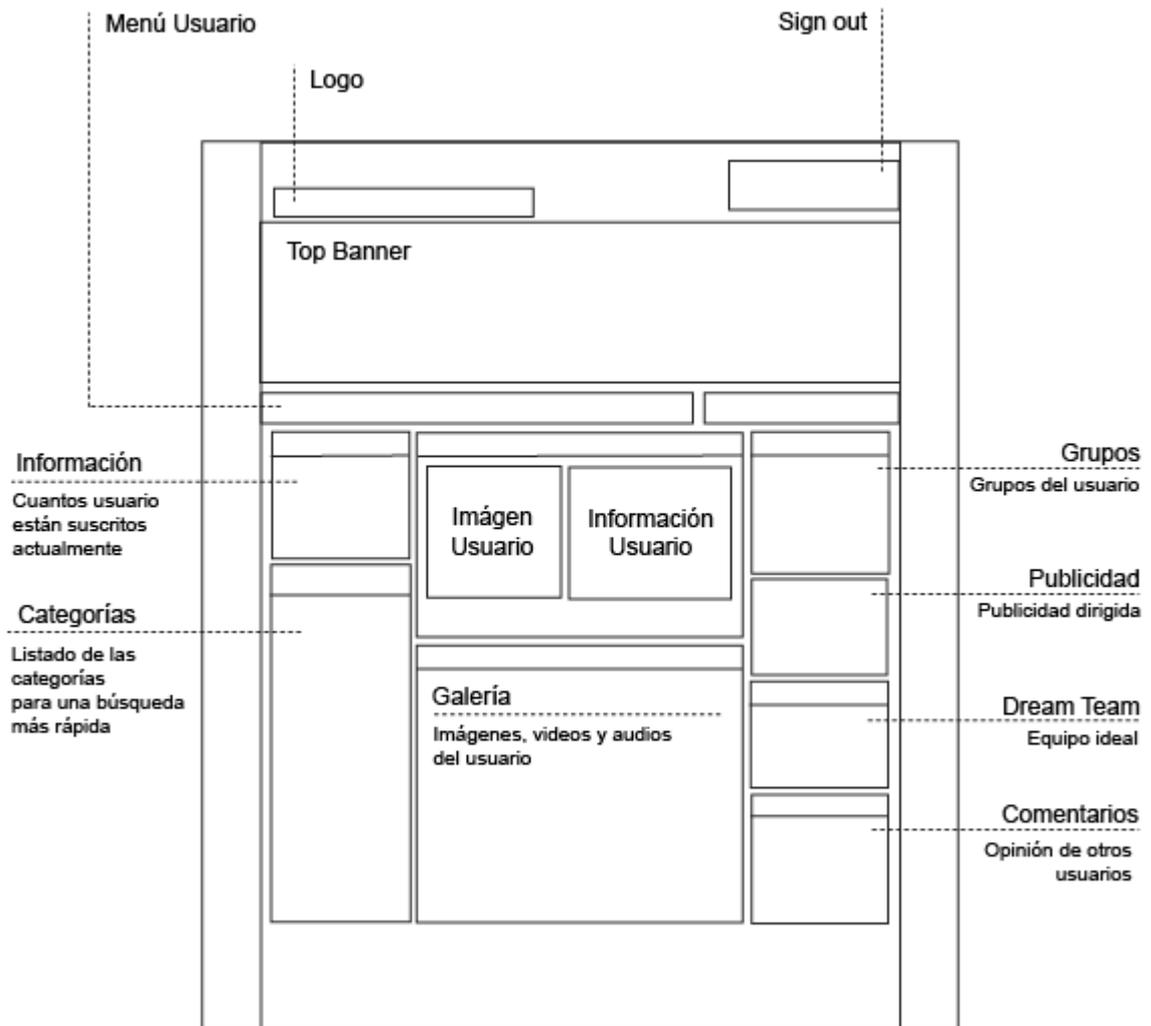
Esta sección es una especie de clasificados donde los propios usuarios de la página podrán poner anuncios de trabajo, en busca de otros freelancers, para trabajar juntos, en proyectos.

2.5 Quiénes Somos, Contáctenos, Publicidad

Debajo del sign de nuestra pagina se encuentra los links de quienes somos, contáctenos y publicidad, este último es para los interesados en publicitar en nuestra página.

3. Perfil

Una vez que el usuario halla hecho login en nuestra la página, el diseño será de la siguiente manera:



3.1 Foto Id. Usuario

La foto del usuario se encontrara en la parte central de la página con un tamaño de 150 x 150 pixeles aproximadamente.

3.2 Datos del Freelancer

Está sección está ubicada del lado derecho de la foto del usuario, contará don los datos personales del freelancer. Esta información podrá ser editada.

3.3 Archivos de Imagen

Justo debajo de los datos del freelancer se encontrarán, los archivos de imagen en formato JPEG.

3.4 Archivos de Video

Siguiendo la diagramación los videos subidos por el usuarios se encontraron debajo de las imágenes

3.5 Archivos de Sonido

Los archivos de sonido serán cargados de la misma manera que los archivos de imagen. Estarán ubicados debajo de los videos.

3.6 Dream Team

La sección de “Dream Team” se ubicara en la parte izquierda de la página a continuación de la publicidad.

3.7 Comentarios

La sección de comentarios se encontrara debajo de la sección de “Dream Team”.

7.-CONCLUSIONES ESTRATÉGICAS

Freelancers y Contratistas

○ **Perfil**

Estas dos unidades de análisis están involucradas, unos mas que otros, en el mundo de la producción audiovisual, Web y gráfica ya sea como fuente de trabajo o como herramienta de promoción, crecimiento e innovación de las empresas en las que trabajan.

Los freelancers ofrecen sus habilidades y conocimientos para satisfacer las necesidades de sus clientes, por otra parte tenemos a los contratistas que demandan los servicios de estos agentes libres dispuestos a responder a los pedidos de los mismos. El medio de contacto entre las dos partes es por lo general a través de una tercera persona, pero la opción de revisar en un medio ya sea este una página Web, un revista de clasificados o una guía de proveedores , nunca queda descartada.

Las experiencias de trabajar juntos varían dentro del grupo que hemos estudiado, pero las malas experiencias no rompen la necesidad de demandar y ofertar los diferentes servicios que ofrecen. Los factores determinantes en la unión de contratista-freelancer son: entrega a tiempo, precio y calidad.

Tanto los contratistas como los freelancers consideran el Internet como una herramienta de trabajo fundamental en el día a día, no solo como medio de comunicación, donde pueden revisar su e-mail sino también como una amplia fuente de información, herramientas, conocimientos e inspiración.

○ **Necesidades**

En cuanto a los contratistas, la necesidad de contratar a un Freelancer surge en diferentes situaciones tales como: el desarrollo de un producto que requiera conocimientos o habilidades específicas, cuando hace falta equipo humano para el cumplimiento y desarrollo de un proyecto o cuando hay una sobrecarga de trabajo y necesitan a una persona que trabaje temporalmente.

Por lo general los contratistas contactan a los Freelancers por ser conocidos, por recomendación y en pocas ocasiones buscan en otros medios debido a la falta de opciones que ofrece el medio.

Por otra parte los freelancers están constantemente buscando proyectos que realizar, pero la mayoría espera a que los proyectos lleguen a ellos debido a la falta de promoción de sus servicios. La mayoría de los freelancers reconocen que a pesar de tener los conocimientos y desarrollar su propia página en Internet para promocionarse, no lo hacen. Ya sea por falta de tiempo o falta de presupuesto para hacer conocido el sitio.

Este grupo demanda un espacio donde puedan exponer sus trabajos, conocer a otros Freelancers y expandir su universo de conocimientos y relaciones laborales. Según nuestra investigación aparte de una página de clasificados que no responde a sus necesidades, no existe un medio que sirva como vitrina de exposición, promoción e intercambio.

○ **Beneficios de la creación de la página para freelancers**

A pesar de que el “Boca a boca” es un referente importante para los contratistas al momento de contratar freelancers, para este segundo grupo es una opción bastante limitada a su entorno social. En una segunda instancia del “Boca a Boca” el

contratista se ve en la necesidad de pedir un reel o cualquier material que demuestre las habilidades del Freelancer, para poder tomar la decisión de trabajar o no con él. Todo este proceso es una molestia tanto para el contratista como para el freelancer por el factor tiempo y además se crea un compromiso sin que vaya a haber una contratación o no.

La creación de una página para freelancers, es una gran solución para exponer y buscar a freelancers, sobretodo porque se simplifica el proceso del contacto por "Boca a Boca". En este espacio los freelancers tiene la oportunidad de mostrar sus trabajos sin mayor esfuerzo ni la necesidad de estar buscando varios medios para darse a conocer. Para el contratista es un proceso simple de búsqueda, en el que solo debe hacer clic en los perfiles expuestos para conocer el trabajo del freelancer, en caso de encontrar lo que busca, simplemente le queda contactar al freelancer y hacer la propuesta.

La página

○ **Contenidos**

Aparte de satisfacer la necesidad de ser una vitrina de freelancers, la página contará con información de interés para el freelancer y contratista.

La creación de un Blog provee al freelancer un condensado de información que lo mantenga actualizado sobre lo que esta pasando en su medio. Por otra parte contará con información que lo ayude a ser un mejor freelancers, y al contratista información de cómo puede hacer el proceso de trabajo mas efectivo. Sabemos que tanto los freelancers como algunos de los contratistas están pendientes de las nuevas tendencias por medio de Blogs y páginas de noticias, es por eso que no debe faltar esta opción.

Uno de las mayores atracciones para el freelancer será la creación de la sección de recursos, donde podrán encontrar una amplia gama de herramientas de trabajo gratuitas.

Por otra parte hay que hacer evidente la dependencia que hay entre freelancers y contratistas. Para esto se creará la sección de Plaza, en la cual los contratistas podrán hacer anuncios de proyectos donde tienen vacantes, es decir que será una sección de clasificados para los freelancers.

El sentido de pertenencia es uno de los valores agregados que debe tener un sitio como este, es por eso que con la creación de grupos, logramos que los freelancers se agrupen y compartan gustos en común. La interacción entre los freelancers es fundamental, la creación de cuadros de comentarios para el intercambio de información y opiniones será parte de los perfiles de cada uno de ellos.

Por ultimo y a la principal razón de la creación de una página de exposición para freelancers, es la creación de un perfil. Un espacio donde el Freelancer pueda describirse y contar sobre sus habilidades, cocimientos y preferencias. También tendrá la opción de mostrar su trabajo en imágenes, videos o archivos de audio.

- **Diseño**

Los freelancers debido a su experiencia tienen la capacidad de navegar con facilidad en plataformas complicadas, pero el contratista en general visita sitios en los que las información es clara y la navegación es sencilla.

Para la creación de este sitio Web es necesario crear un producto que beneficie a los Freelancers y contratistas, en respuesta a esta necesidad la navegación del sitio debe ser lo mas horizontal posible de tal manera que la información no esté mas allá de dos clicks.

En términos de diseño debe ser atractivo para los dos grupos, una propuesta moderna pero que no confunda a los usuarios. Colores llamativos que capten la atención de los usuarios y den sentido de orientación en las partes que comprenden la página. Una diagramación tipo Gris Base es recomendable para la distribución de tanta información.

○ **Beneficios para los usuarios**

Más allá de tener una plataforma que sirva como vitrina de exposición, los beneficios de estar en una página como esta es estar conectado en el mundo de freelancer en las noticias, en las en nuevas tendencias, y el interacción que pueda surgir con otros freelancers.

Es una manera de facilitarle el trabajo al freelancer de tener que promocionarse e incluso se le ahorra el tiempo de tener que estar buscando en varios blogs las noticias que ellos necesitan para su trabajo, ya que en la página encontrara gran variedad de información enfocada específicamente al mundo freelancer y sus intereses.

A través de su perfil pueden darse a conocer de manera inmediata sobre sus habilidades, estilos, preferencias, y puede exhibir sus trabajos sin necesidad de tener que utilizar varias paginas web que no aseguran la revisión de sus trabajos ni contactos con fuentes de trabajo. Y para el contratista también le ahorra tiempo al no tener que contactar al freelancer para

pedirle un reel o un portafolio si no que directamente va a ver sus trabajos en la paginas y sabrá si cumple sus necesidades y expectativas sin necesidad de tener algún tipo de contacto con él a menos que sus servicios sean requeridos.

Otro beneficio que ofrece la pagina es que no solo tienen la oportunidad de exhibir sus trabajos y conocer sobre noticias, sino también les da la oportunidad de pertenecer a una comunidad donde se encontraran y puede ser encontrado por personas con intereses similares que puede aportar a su trabajo o complementarlo ya que entre ellos pueden unirse para realizar un equipo de trabajo y poder así también trabajar en proyectos grandes.

Promoción de la página

Campaña de expectativa

Esta instancia estará dirigida a los freelancers, para que se cuestionen sobre lo que va a venir. Por medio de stickers que regalaremos en las universidad y en los carros estacionados en los parqueos de las mismas. Llamaremos la atención y al mismo tiempo crearemos reconocimiento de la marca, efecto que lograremos con facilidad ya que contará con la palabra freelancer en su nombre, y creará al mismo tiempo identificación con el nombre.

A los jóvenes les gusta mostrar su postura frente a opiniones o identificarse con los grupos a los que pertenece. Es por eso que estamos seguros que estos stickers y camisetas que regalaremos en visitas a las universidades serán un excelente medio para meternos en la cabeza de los universitarios.

Campaña de Lanzamiento

Para contactar a nuestro grupo objetivo vamos consultar a los mailing List de las universidades para enviar un mail anunciando el

lanzamiento de la página y una pequeña descripción de la misma. De la misma manera a través de una base de datos que obtendremos a través de la cámara de comercio, enviaremos el mismo mail anunciando el lanzamiento de la página.

Para algunos de nuestros contratistas la revista Marka es un buen referente de lo que pasa en el medio publicitario en el país, debido a esto es una buena vitrina para darnos a conocer y qué generará confiabilidad debido a la confianza que tienen los lectores hacia esta revista.

Comprar un espacio publicitario en la guía de proveedores de Marka es una excelente oportunidad para estar dentro de las opciones de los contratistas, la gran ventaja es que esto no es una publicidad para un día sino para lo que dure la guía en manos del contratista.

8. PROPUESTA

8.1 Componentes de la página:

1. Intro:

Al ingresar al URL de nuestra página (www.freelancer.com) el usuario se encuentra con una página de introducción donde debe elegir entre dos opciones, si eres freelancer y contratista, según su elección debe hacer clic en la opción, la cual lo llevará a la sección diseñada especialmente para el tipo de usuario. En cada opción el usuario encontrará una pequeña descripción de qué significa ser un contratista y un freelancer. Esta pequeña descripción guiará al usuario que entre por primera vez a la página.

Esta página introductoria servirá también para los freelancers que tengan una cuenta activa. En la opción de freelancers contarán con el LOG IN, que les permitirá acceder directamente a su perfil y modificarlo.

2. Perfiles:

En esta sección que se encuentra permanentemente en la barra del Menú, los visitantes podrán acceder a la información publicada por los freelancers. La cual comprende de:

Información personal:

- Foto del usuario
- Nombre del usuario
- Mensaje Personal o estatus.
- Edad
- Sexo
- Correo electrónico de contacto
- Teléfono de contacto.- Puede ser número convencional o celular. Estos datos serán opcionales.
- Especialidades en las que se desempeña el freelancer
- Universidad en la que estudia o estudió
- Habilidades:
 1. Lenguaje
 2. Técnicas

3. Humanas

El usuario posible contratista puede filtrar los perfiles de los freelancers por las siguientes categorías:

- Diseñador gráfico
- Dibujante
- Animador 2D
- Animador 3D
- Post-Productor
- Editor
- Webmaster
- Director
- Director de Arte
- Vestuarista
- Escenógrafo
- Camarógrafo
- Fotógrafo
- Director de Fotografía
- Maquillaje
- Producción
- Sonidista
- Locutor
- Modelos
- Actores
- Programador

Galería de Trabajos:

- Galería de imágenes.- El freelancer tiene la libertad de subir la cantidad de imágenes que desee.
- Galería de videos.- El freelancer tiene la libertad de subir la cantidad de videos que desee. A diferencia de las imágenes todos los videos que los usuarios quieran poner en su portafolio debe ser linkeado desde YouTube.
- Galería de audio.- Al igual que los videos, el usuario puede subir cuantos archivos de audio quiera, con la condición de que esté cargado en YouTube y linkeado a nuestra página.

Comunidad (feedback):

- Comentarios.- Este espacio ubicado en la parte derecha inferior de la página del perfil del freelancer sirve para que cualquier visitante y usuario de la página pueda agregar su comentario referente a los trabajos publicados por el freelancer.

- Grupos.- En este espacio ubicado en la barra derecha de la página del perfil, el freelancer tiene una lista de grupos a los cuales a decidido pertenecer. Estos grupos tienen la finalidad de reunir a los freelancers según sus carreras, universidades, preferencias en tendencias de diseño, ideologías, entre otras opciones. Todos estos grupos son creados por los mismos freelancers.
- Dream Team.- En este recuadro ubicado en la barra derecha de su perfil, el freelancer tiene la opción de enlistar sus portafolios favoritos de otros freelancers. Esta lista de favoritos creará una conexión y una red de apoyo entre freelancers. Al seguir el trabajo de otros freelancers se crearán poco a poco conexiones entre ellos, que llevarán a intercambio de información e incluso puede llegar a ofertas de trabajo o creación de equipos para la realización de proyectos.

3. Blog

Recomendaciones

En esta sección tanto el usuario como el visitante se encuentra con una serie de publicaciones con recomendaciones sobre lo que deberían ver y leer con respecto a sus áreas de trabajo y su desempeño como freelancer y contratistas.

Este espacio va a ser de suma importancia para el freelancer porque no solo va a estar al tanto de las nuevas tendencias y lo que esta pasando en la industria del diseño, publicidad y audiovisual sino que puede encontrar una serie de tips que lo ayudarán a desempeñarse mejor como freelancer.

Estamos concientes que en nuestra ciudad no estamos todos acostumbrados a contratar o trabajar bajo esta modalidad de agentes libres. Es por eso que vamos a aprovechar este espacio para de cierto modo educar al freelancer y al contratista. Educarlos en la gestión de sus trabajos, en la manera de desarrollarlos y presentarlos e incluso cómo debe ser a interacción laboral entre ellos.

Noticias

Como su nombre lo indica esta sección no tiene otro objetivo mas que informar al visitante y a los usuarios sobre temas de actualidad en todo lo que compete a los diseñadores, multimedias y audiovisualistas.

Toda la información publicada es enlazada desde otros sitios Web, debido a que no contamos con personal de investigación y periodismo. Para la recopilación de información es necesaria solo una persona que actualice la sección a diario. Toda la información es obtenida de Blogs, sitios Webs orientados a temas de tecnología, diseño, arte, audiovisual, publicidad, multimedia, cine, TV, entre otros temas de interés para los freelancers.

Tips

En esta sección se le brinda al freelancer universitario, información acerca de cómo ser un mejor freelancer; que abarcará desde cuánto cobrar y cómo hacerlo hasta tips de cómo organizar su escritorio y su tiempo.

Concursos

En esta categoría el usuario puede encontrar toda la información pertinente a los concursos que se están promocionando, los cuales van desde concursos internos hasta concursos en unión con grandes empresas, universidades y fundaciones.

Cursos y Becas

En esta sección el freelancer puede estar al tanto de los cursos, seminarios y post-grados que se están dictando en el país. De esta manera los motivamos a que sigan aprendiendo y mejorando la calidad de sus trabajos aprendiendo a manejar nuevas herramientas, conociendo sobre las nuevas tendencias o explorando nuevos campos del área audiovisual, multimedia y diseño.

Al mismo tiempo ofrecemos información de cómo postular a becas por medio del IECE u otras institución encargadas de evaluar a los estudiantes y conseguir cursos, convenios y becas con instituciones dentro y fuera del país.

Por medio de esta información ampliamos el campo y las posibilidades de aprendizaje de los freelancers que en mucho casos tienen el potencial pero no la información necesaria.

4. Recursos

Los freelancers están siempre buscando nuevos recursos, plug-ins, tutoriales y bancos de imágenes gratuitos para desarrollar sus trabajos e ir mejorando la calidad de los mismos. Es por eso que facilitamos la búsqueda de toda esta información de sitios que la ofrezcan de manera gratuita, recopilándola en este espacio para que el freelancer tenga fácil acceso y sea a su vez un incentivo para que regrese a visitarnos.

Estos recursos se actualizan diariamente y para integrar aún más al usuario en el desarrollo de nuestra página, permitiremos que los freelancers suban y compartan con otros usuarios recursos creados por ellos mismos. De esta manera contaremos con un banco de recursos más amplio con contenidos generados por los mismos usuarios lo cual se convierte en una motivación para regresar a visitarnos.

Dentro de las categorías que ofreceremos de recursos se encuentran:

- Texturas
- Tutoriales
- Stock de imágenes
- Modelos 3D
- Vectores
- Brushes
- Patrones
- Symbols
- Plugins
- Gradientes
- Fuentes

5. Plaza

La prioridad del freelancer como cualquier otra persona es conseguir proyectos en los cuales trabajar, es por eso que creamos una sección de ofertas de trabajos.

Tanto los usuarios como visitantes de la página pueden publicar su oferta de

trabajo, ya sea para trabajos individuales o grupales. En este espacio solo se publicará la oferta con los requisitos y el nombre de la empresa o persona interesada; las respuestas las recibirán cada uno de los ofertantes al mail de contacto que deberán poner obligatoriamente, debido a que las respuestas se manejan fuera de nuestra página, ninguno de los usuarios tendrá acceso a la lista de postulantes.

Dentro de las condiciones de uso de la página se especificará que nosotros no nos responsabilizamos por la veracidad de los contenidos publicados por los freelancers, así mismo no nos responsabilizamos por el incumplimiento de los trabajos. Dejamos en claro que nuestra página solo servirá como vitrina e intercambio de información. Toda transacción o convenio que realicen los usuarios corre por responsabilidad de los mismos.

Por otro parte aprovechando la Plaza como herramienta para publicar anuncios, permitimos al freelancer y contratistas publicar anuncios de compra/venta de artículos. Es común dentro de los universitarios cambiar piezas de computadoras, equipos complementarios, actualizar sus máquinas con los últimos softwares y hardwares. En este espacio tienen la oportunidad de vender y comprar equipos nuevos o usados. Al igual que las ofertas de trabajo, la negociación de los productos se realizará directamente por e-mail entre el ofertante y el usuario interesado, nosotros no nos responsabilizamos del curso de la transacción.

6. Buscar

Nuestra página cuenta con un motor de búsqueda, en el cual pueden buscar usuarios, y la variedad de contenidos que ofrece nuestra página, tales como noticias, links, comentarios, noticias y recomendaciones.

7. Voto Freelancer

Esta sección consiste en un sistema de votación el cual tiene como objetivo recibir feedback de parte de los usuarios y al mismo tiempo crear una base de datos compuesta de gustos y preferencias del usuario con respecto a

ciertas actividades, marcas, tendencias, entre otros. Este segundo objetivo nos permite ofrecer espacios publicitarios a marcas con el respaldo de resultados obtenidos en las encuestas.

8. Concursos y convenios

Para mantener a nuestro usuarios y visitantes motivados y con ganas de volver a visitar la página hemos desarrollado una lista de propuestas de concursos y beneficios para los usuarios.

a. Concursos:

Top Banner:

Este será un concurso quincenal, en el que los usuarios deben enviar sus mejores diseños los cuales serán sometidos a votación a través de la página.

En el Home hay un banner que invita a los visitantes a ver las propuestas y votar por su preferido. El diseño más votado tendrá la oportunidad de estar en el Top banner del Home durante 15 días con el nombre del freelancer. Pasados los 15 días pasará a formar parte de la galería de los ganadores del concurso.

La mayor motivación para los freelancers de participar, es que su nombre y trabajo estarán expuestos a todo tipo de visitantes durante 15 días sin costo alguno.

Cuadernos para Papelesa:

En una entrevista con José Mckliff, gerente de Marketing de Papelesa estuvimos conversando sobre cómo una empresa como papelesa podría involucrarse y participar en nuestra página.

Una de las propuestas que más nos llamó la atención consiste en realizar un concurso anual, en el que Papelesa plantea un tema para desarrollar los diseños de toda una línea de cuadernos (cada línea

consta de 6 diseños) .

La promoción del concurso se realizará a través de nuestra página y será anunciado en todas las universidades de la ciudad. Toda la información sobre el concurso se proporcionará a través de nuestra página así como la recepción de las propuestas.

El ganador será seleccionado por el jefe de producto de Papelesa y será anunciado a través de la página.

El premio para el ganador consiste en realizar la colección completa de cuadernos, los cuales constarán con la firma del diseñador y serán vendidos en todo el país hasta agotar stock.

Colaboración con fundaciones

Es importante tener la mayor cantidad de participación en diferentes áreas empresariales para dar a conocer la página. Es por eso que ofreceremos nuestra página como medio principal de difusión para la realización de proyectos para fundaciones como Fasinarm, Fundación Natura, entre otras.

El anuncio del concurso será a través de la página y la recepción de las propuestas será por la misma vía. Desde el día del anuncio los freelancers tendrían un mes para enviar sus propuestas las cuales a través de una pre-selección serán publicadas en la página y sometidas a votación.

Empresas interesadas en pautar en medios

Existen empresas interesadas en pautar en medios pero no cuentan con el material o equipo humano para hacerlo. Nosotros ofrecemos la oportunidad de que por medio de freelancer.com puedan convocar un concurso y los freelancers envíen sus propuestas. Luego de que el producto requerido sea pautado en los medios se presentarán los 5

mejores propuestas escogidos por el cliente. De esta manera los beneficios para la empresa/marca es que el costo de realizar su publicidad es de cero y al mismo tiempo nuestra plataforma les servirá como medio de promoción. Nuestros beneficios como freelancer.com consistirán en tener un crédito al final de la publicidad lo cual generará más tráfico en nuestra página.

Votación para festivales

Otro método de promoción y obtención de presencia de marca es a través de los diferentes festivales audiovisuales y gráficos que se desarrollan en la ciudad de Guayaquil (Adrenalina Visual, Festival de Artes al Aire Libre, entre otros) Queremos proponer una categoría dentro de estos festivales llamada "Voto SoyFreelancer.com" en la cual nosotros facilitaremos una sección en nuestro sitio para que el usuario realice el voto por su proyecto favorito dentro del festival desde nuestra plataforma. Los beneficios para el festival serán que dentro de nuestra sección concursos crearemos una página dirigida al festival, la que también incluirá un link de acceso a la página oficial del mismo, por lo tanto obtendrá más promoción y la facilidad de poder realizar la votación online. Y por otro lado nuestros beneficios consisten en crear más tráfico y al mismo tiempo pediremos a cambio que al comenzar el festival muestren el video ganador del concurso "Insight del freelancer" (descrito en el siguiente ítem) acompañado el nombre del freelancer ganador y una claqueta final con el nombre de nuestra página.

Concurso Insight del Freelancer

Este concurso nos da la oportunidad de fortalecer y consolidar el concepto de freelancer, puesto que los mismos freelancers van a proporcionarlo a su manera. Este concurso convoca a los freelancers universitarios a que contesten una pregunta que responderá a los Insights de que significa ser freelancer para ellos. El formato en el cual será presentado será un video de 30 a 50 segundos máximo, cada usuario presentará este video destacándose en las áreas de su

especialización. Los videos se someterán a votación y el video ganador será expuesto en nuestro Homepage como también en los festivales y medios con los que logremos canjes.

El sistema de votación será por medio de mensajería celular a un número asignado con el código que se le haya otorgado a cada uno de los participantes. Al mismo tiempo este sistema de votación generará ingresos ya que por cada mensaje recibido la página obtiene un 35% del valor del mensaje (el 55% del valor del mensaje lo obtiene el operador y el 10% restante es para la empresa integradora. Datos obtenidos de la empresa Metromovil.com)

9. Publicidad

Al tercer mes de funcionamiento tendremos un aproximado de 30 mil visitas al mes, cifra considerable para empezar a vender espacio publicitarios.

En el Home contaremos con 3 banners de 150 px x 90 px.

En las páginas interiores, la publicidad será dirigida, es decir que el usuario solo verá publicidad que le interesa. Esto se logra filtrando la información que ha ingresado el usuario al crear su perfil, en la cual consta su edad, sexo, universidad, especialización e intereses. Estos banners dirigidos se encuentran ubicado sobre el lado derecho de la página. (Facebook Noticias.com). La publicidad puede abarcar desde productos, servicios, seminarios, cursos etc.

También contamos con Google AdSense en cada una de nuestras páginas; este servicio de Google publica anuncios, tanto gráficos como de texto. Toda las publicaciones serán del interés de nuestro visitantes y relacionados con el contenido de nuestra página. Todo esto lo logran a través de un rastreo automático del contenido de nuestra página

“Los anunciantes también pueden realizar ofertas basadas en el coste por cada mil impresiones (CPM) para aparecer en su sitio. Las ofertas de coste por clic (CPC) y CPM compiten en AdWords, lo que garantiza la

maximización de sus ingresos en publicidad”
(<https://www.google.com/adsense/login/es/?hl=es>, 2008)

Esto quiere decir que por cada click que haga cada uno de nuestros visitantes, nosotros podremos cobrar un valor, a través de un sistema de transferencia bancaria que se realiza cada mes sin que nosotros tengamos que realizar algún esfuerzo.

10. Servicios

Widgets

Los Widgets son pequeñas aplicaciones o programas que permiten dar fácil acceso a funciones que frecuenta el usuario. Los widgets tiene la capacidad de proveer información escrita y visual e incluso permiten la interacción entre la página y el usuario.

A través del Widget, podremos mantener actualizados a los usuarios sobre las nuevas herramientas y concursos publicadas en el sitio. Incluso podrá actualizar su información persona. Esta herramienta nos permite estar más cerca y presente en la vida del usuario.

RSS

El RSS es un formato sencillo de datos que sirve para *redifundir* contenidos a suscriptores de nuestra página.

La *redifusión web* siempre ha existido pero se ha popularizado con los Blogs; este sistema nos permite ofrecer nuestros propios contenidos en el e-mail del usuario, lo cual aumenta el valor de nuestra página e incentiva al usuarios a visitarnos ya que los contenidos del RSS están enlazados a nuestro contenido original.

Formulario de Contacto

Es importante que estemos en constante contacto con los usuarios, que le

demostremos la oportunidad de contactarnos, así podemos conocer qué les gusta y qué no les gusta. De esta manera también podemos conocer e ir creando un perfil más específico de las necesidades de nuestros usuarios.

A través de este medio cualquier persona puede obtener información sobre la manera en que realizamos los concursos y convenios con las empresas.

11. Merchandising

Como elementos de refuerzo de la campaña de expectativa y mantenimiento de la página hemos diseñado dos elementos:

Stickers



Camisetas



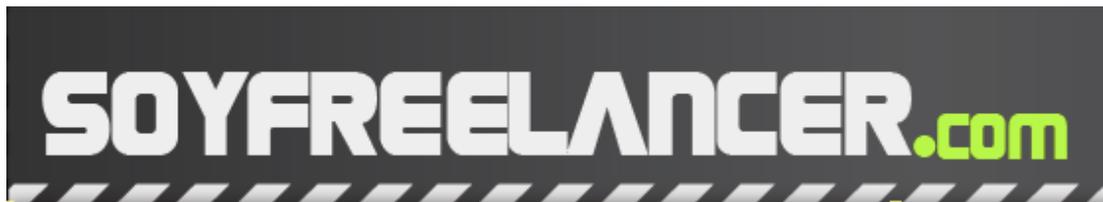
12. Diagrama de Flujo

El nombre SOYFREELANCER.com, nació de la necesidad de ser recordado por nuestros usuarios, ya sean estos freelancers o contratistas.

El nombre es directo y explica claramente a quien está dirigida la página, en una primera instancia se había aplicado un nombre creativo, SOY PIXEL.com, el cual fue rápidamente descartado en un sondeo informal que se realizó a contratistas y freelancers debido a que no les comunicaba la función ni contenido de nuestra página.



Así que finalmente SOYFREELANCER.com, quedó como parte de nuestra propuesta, hicimos la búsqueda del dominio y está disponible.



2. Estilo

El estilo del diseño de nuestra página es una mezcla de dos de una serie de tendencias predominantes del 2008 según webdesignerwall.com. Estos dos estilos son Retro y Grid-Based.

Las características retro son notorias en la tipografía de los titulares y elementos gráficos, tales como el background que consta de un patrón en base a líneas y puntos, los bordes que también cuenta con un patrón de líneas gruesas y cortas inclinadas y por último los colores, creando un contraste característico en esta tendencia de diseño retro, con colores como el blanco, verde, fucsia y turquesa sobrepuesto con el gris oscuro y en algunos casos sobre negro.

Por otra parte nuestra página cumple con características Grid-Based. Esta

tendencia se caracteriza por crear la sensación de orden inmediata al usuario que visita la página. Esta tendencia también ofrece al diseñador flexibilidad para el manejo de cuadros de información y la facilidad de agregar información sin alterar el diseño. Este tipo de diseño ayuda al usuario a seguir y entender con facilidad el contenido de la página y el grado de importancia que tiene cada uno de los elementos.

3. Colores

Los colores que hemos seleccionado para el diseño de la página son: Gris oscuro, fucsia, turquesa y verde limón. Estos colores son característicos del diseño retro con una inclinación hacia lo tecnológico, sobretodo en los diseños de la década de los 80'.



La gama de colore brillantes serán utilizadas para determinar la importancia de titulares, links y detalles del diseño. Mientras que el gris oscuro y algunas variantes de tonalidad de gris se utilizaran como fondo para contrastar con los colores brillantes.

Hay que considerar que para mantener el orden y la fácil comprensión de la página el texto de los contenidos será blanca para mantener la uniformidad y fácil reconocimiento del contenido.

4. Tipografía

Al momento de diseñar nuestra página debemos estar concientes de que hay variantes en los sistemas operativos y navegadores que utilizan nuestros visitantes. Es por esto que debemos siempre buscar una tipografía compatible para todas las variantes, una fuente segura para mantener el diseño fiel al original. Es por eso que hemos utilizado para el contenido la tipografía Verdana.

Por otra parte para reforzar el estilo retro de los 80' hemos utilizado la tipografía CA PussyGalore, y al titular aplicaremos la tipografía Coverse AllStars; estas tipografías no se manejarán como texto sino como imagen, lo que permitirá al usuario ver el diseño sin alteración en las tipografías.

A continuación una muestra de las 3 tipografías empleadas en el diseño:

Verdana	Esta tipografía será empleada en todo el texto de contenido.
CA PussyGalore	Esta tipografía es utilizada en los titulares y el menú
COVERSE ALLSTARS	Esta tipografía es utilizada en el titular de la página.

5. Propuesta Gráfica

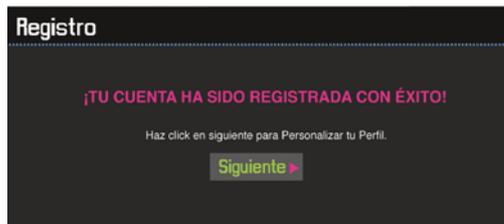
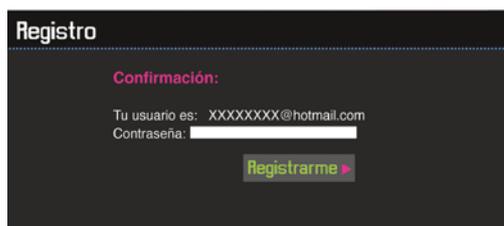
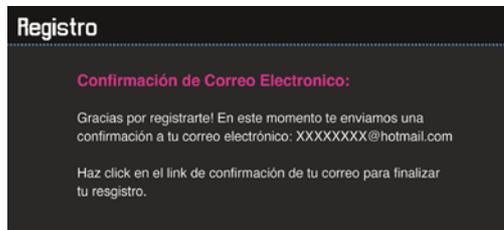
HOME



REGISTRO USUARIO FREELANCER



CONTINUACIÓN PROCESO DE REGISTRO:



PERFIL BUSCAR

SOYFREELANCER.com

LOGIN: USUARIO [] CONTRASEÑA []
Ya eres un usuario? **REGISTRATE AQUÍ**
Quiénes Somos - Contacto - Publicidad

Perfiles **Blog** Grupos Recursos Plaza **BUSCAR** []

Contador
120 Perfiles
340 Imágenes
80 Videos
50 Audio
97 Clasificados

CREA TU PERFIL AQUÍ
SOY FREELANCER

Categorías
Busca Freelancers por especialidad

- Actores
- Animador 2D
- Animador 3D
- Camarógrafo
- Diseñador Gráfico
- Dibujante
- Director
- Director de Arte
- Director de Fotografía
- Editor
- Escenógrafo
- Fotógrafo
- Locutor
- Maquillaje
- Modelos
- Producción
- Programador
- Post-Productor
- Sonidista
- Vestuarista
- Webmaster

Actualizaciones de Perfiles

	Fernando Bustamante Imágenes: 10 Videos: 3 Audios: 0 Diseño Web Diseño Gráfico Post Producción Animación Flash
	Xavier Fernández Imágenes: 30 Videos: 1 Audios: 0 Fotógrafo Retoque Digital
	Raúl Espinoza Imágenes: 15 Videos: 5 Audios: 0 Dibujante
	Rocío Núñez Imágenes: 18 Videos: 2 Audios: 0 Fotógrafo Maquilladora
	Luis Fernando León Imágenes: 23 Videos: 0 Audios: 0 Diseño Web Webmaster Programador
	Roberto Molina Imágenes: 5 Videos: 4 Audios: 10 Sonidista Editor
	Melina Higgins Imágenes: 29 Videos: 3 Audios: 0 Modelo Vestuarista
	Francisco Avellán Imágenes: 40 Videos: 10 Audios: 3 Director Editor Post-Productor

tarjeta blue
DE AMERICAN EXPRESS®
Presenta tu tarjeta
reclama 2do combo GRATIS
La banda ancha móvil más veloz con
PORTA 3G
Publicidad

Musica Rock
Disfruta de miles de Videos sobre todos los temas! Es fácil y Gratis
Publicidad

CholoMachine
Camisetas, gorras y accesorios con frases cómicas
Publicidad

Anuncios Google

Home - Perfiles - Blog - Grupos - Recursos - Plaza
Quiénes Somos - Contacto - Publicidad - Condiciones y Usos de la Página
Todos los Derechos Reservados 2006.

PERFIL (VISTA DEL VISITANTE)

SOYFREELANCER.com

LOGIN:

USUARIO CONTRASEÑA

Ya eres un usuario? [REGISTRATE AQUI](#)

[Quiénes Somos](#) - [Contacto](#) - [Publicidad](#)

Perfiles
Portafolios Freelancer
Blog
Noticias, Tips y más
Grupos
Unión Freelancers
Recursos
Tutoriales, recursos y más
Plaza
Clasificados Freelancers

BUSCAR

Contador

120 Perfiles
940 Imágenes
80 Videos
50 Audio
97 Clasificados

SOY FREELANCER

Categorías
Busca Freelancers por especialidad

- Actores
- Animador 2D
- Animador 3D
- Camarógrafo
- Diseñador Gráfico
- Dibujante
- Director
- Director de Arte
- Director de Fotografía
- Editor
- Escenógrafo
- Fotógrafo
- Locutor
- Maquillaje
- Modelos
- Producción
- Programador
- Post- Productor
- Sonidista
- Vestuarista
- Webmaster

Perfil

Fernando Bustamante

status: Vean la nueva campaña de Sprite

Imágenes: 10
Videos: 3
Audios: 0

Sexo: Masculino **Edad:** 23 años
Carrera: Lic. Com. Audiovisual y Multimedia
Universidad: UCG, Guayaquil
Especialidades: Diseño Gráfico, Diseño Web, Post Producción y Animación Flash

Teléfono de contacto: 097-836-854
e-mail: fer_bustamante@gmail.com

5,858 vistas al perfil
Usuario desde 2 de Sept. 08

Habilidades:
Lenguaje: Español e Inglés fluido y conocimientos de Italiano
Técnicas: Dominio de JavaScript, C++, C#, Visual Basic, PHP, SQL. Diseño y desarrollo de aplicaciones web utilizando HTML, CSS, AJAX y Flash. Tengo la capacidad de aprender programas y lenguajes de programación por mí cuenta.
Humanas: Me considero una persona honesta y sencilla, con la que puedes hablar de manera directa.

Galeria

Tracionera
28 de Sept 08

Butter
22 de Sept 08

rainbow
15 de Sept 08

LeisRoi
10 de Sept 08

▲ Imágenes

Promo Sifoo
Duración: 6'35"
23 de Sept 08

VideoClip "Gone"
Duración: 4'35"
23 de Sept 08

Corto "Atrapados"
Duración: 6'35"
19 de Sept 08

▲ Imágenes

Grupos

Minimal
miembros: 197

U. Casa Grande
miembros: 375

I LOVE GREEN
miembros: 50

Musica Rock
Disfruta de miles de Videos sobre todos los temas! Es fácil y Gratis
[Ver comentarios](#)

ChickMachine
Camisetas, gorras y accesorios con frases cómicas
[Ver comentarios](#)

Anuncios Google

Mi Dream Team

Xavier Salgado
Fotografía

Luisa Marmol
Modelo

Fernanda Suárez
Diseño Gráfico

Comentarios

Fernando Palacios:
Que fue, me parecio lo maximo lo que hiciste en esasinas para Sifoo. BACAN!!
22 Sept 08

Luli Acaturri:
Donde grabaron lo de GONE?
buenissima locación!!
18 Sept 08

Luli Acaturri:
POR qué no participas en Adrenalina??
18 Sept 08

- escribe tu comentario -

- tu nombre -

[Home](#) - [Perfiles](#) - [Blog](#) - [Grupos](#) - [Recursos](#) - [Plaza](#)
[Quiénes Somos](#) - [Contacto](#) - [Publicidad](#) - [Condiciones y Usos de la Página](#)
 Todos los Derechos Reservados 2008.

PERFIL (VISTA DEL USUARIO FREELANCER)

SOYFREELANCER.com

HOLA FERNANDO!

Tienes algún comentario? [Escribenos](#)
[Cerrar Sesión](#)
[Quiénes Somos](#) - [Contacto](#) - [Publicidad](#)

[Perfiles](#)
Perfiles Freelancer

[Blog](#)
Noticias, Tips y más

[Grupos](#)
Unión Freelancers

[Recursos](#)
Tutoriales, recursos y más

[Plaza](#)
Clasificados Freelancers

[BUSCAR](#)

Contador

120 Perfiles
340 Imágenes
80 Vídeos
30 Audio
97 Clasificados

CREA
TU PERFIL
AQUÍ

SOY
FREELANCER

Categorías

Busca Freelancers por especialidad

- Actores
- Animador 2D
- Animador 3D
- Camarógrafo
- Diseñador Gráfico
- Dibujante
- Director
- Director de Arte
- Director de Fotografía
- Editor
- Escenógrafo
- Fotógrafo
- Locutor
- Maquillaje
- Modelos
- Producción
- Programador
- Post- Productor
- Sonidista
- Vestuarista
- Webmaster

Perfil [\(editar\)](#)

Fernando Bustamante

status: Vean la nueva campaña de Sprite

Imágenes: 10
Videos: 3
Audios: 0

Sexo: Masculino **Edad:** 23 años
Carrera: Lic. Com. Audiovisual y Multimedia
Universidad: UCC, Guayaquil
Especialidades: Diseño Gráfico, Diseño Web, Post Producción y Animación Flash

Teléfono de contacto: 097-836-854
e-mail: fer_bustamante@gmail.com

Habilidades:
Lenguaje: Español e Inglés fluido y conocimientos de Italiano
Técnicas: Dominio de Java Script, C++, C#, Visual Basic, PHP, SQL, Diseño y desarrollo de aplicaciones web utilizando HTML, CSS, AAX y Flas. Tengo la capacidad de aprender programas y lenguajes de programación por mi cuenta.
Humanas: Me considero una persona honesta y sencilla, con la que puedes hablar de manera directa.

5,858 visitas al perfil
Usuario desde 2 de Sept. 08

Galería [\(editar\)](#)

Tracionera
28 de Sept. 08

Butter
22 de Sept. 08

rainbow
16 de Sept. 08

LetsRoll
10 de Sept. 08

1 - 2 - 3 >

Promo Sitio
Diseño: 07:35
23 de Sept. 08

VideoClip "Gone"
Diseño: 9:37
23 de Sept. 08

Corto "Atrapados"
Diseño: 07:35
10 de Sept. 08

Grupos [\(editar\)](#)

Minimal
miembros: 197

U. Casa Grande
miembros: 375

I LOVE GREEN
miembros: 50

Musica Rock

Disfruta de miles de Vídeos sobre todos los temas! Es fácil y Gratis [ver más videos](#)

CholoMachine

Camisetas, gorras y accesorios con frases cómicas [ver más camisetas](#)

Anuncios Google

Mi Dream Team [\(editar\)](#)

Xavier Salgado
Fotografía

Luisa Marmol
Modelo

Fernanda Suárez
Diseño Gráfico

Comentarios [\(editar\)](#)

Fernando Palacios:

Que fue, me pareció lo máximo lo que hiciste en satinas para Sifoo. BACAN!!
22 Sept. 08

Luli Acaituri:

Donde grabaron lo de GONE? buenísima la locación!!!
18 Sept. 08

Luli Acaituri:

POr qué no participas en Adrenalina??
18 Sept. 08

- escribe tu comentario -

- tu nombre

Home - Perfiles - Blog - Grupos - Recursos - Plaza
 Quiénes Somos - Contacto - Publicidad - Condiciones y Usos de la Página
 Todos los Derechos Reservados 2008.

PERFIL (VISTA USUARIO FREELANCER – EDITAR PERFIL)

The screenshot shows the user profile editing interface for Fernando Bustamante on SOYFREELANCER.com. The page is divided into several sections:

- Header:** Logo "SOYFREELANCER.com" and a personalized greeting "HOLA FERNANDO!".
- Navigation:** Links for "Perfiles", "Blog", "Grupos", "Recursos", "Plaza", and a search bar.
- Contador:** Statistics showing 128 Profiles, 348 Images, 89 Videos, 58 Audio, and 97 Classifieds.
- Categorías:** A list of professions such as Actor, Animator, Cameraman, Designer, Director, etc.
- Perfil (editar):** The main profile editing form with fields for:
 - Foto de Perfil:** A photo upload area.
 - Información personal:** Name (Fernando Bustamante), Status (Sprite), Sex (Femenino/Masculino), Age, Career (Lic. Com. Audiovisual y Multimedia), and University (UCG, Guayaquil).
 - Información de Contacto:** Phone number (097-836-854) and email (fer_bustamante@gmail.com).
 - Habilidades:** Fields for Languages, Techniques, and Human skills.
- Grupos (editar):** A list of groups the user belongs to, including "Minimal" (197 members), "U. Casa Grande" (375 members), and "I LOVE GREEN" (50 members).
- Comentarios (editar):** A list of recent comments from other users like Fernando Patacos and Luli Acaturri.

PERFIL (VISTA USUARIO FREELANCER – EDITAR GALERÍA)

SOYFREELANCER.com

HOLA FERNANDO!
Tienes algún comentario? [Escribenos](#)
[Cerrar Sesión](#)
[Quiénes Somos](#) - [Contacto](#) - [Publicidad](#)

Perfiles • **Blog** • **Grupos** • **Recursos** • **Plaza** **BUSCAR**

Contador
120 Perfiles
848 Imágenes
80 Videos
50 Audio
97 Clasificados
CREA TU PERFIL AQUÍ SOY FREELANCER

Categorías
Busca Freelancers por especialidad
Actores
Animador 2D
Animador 3D
Camarógrafo
Diseñador Gráfico
Dibujante
Director
Director de Arte
Director de Fotografía
Editor
Escenógrafo
Fotógrafo
Locutor
Maquillaje
Modelos
Producción
Programador
Post-Productor
Sonidista
Vestuarista
Webmaster

Galería (editar)
Nombre de la obra:
Categoría: Imágenes Videos Audios
Cargar archivo: **Buscar...**
Descripción de la obra:
Keywords:
Agrega keywords que identifiquen a tu obra, para facilitar la búsqueda.
Elige la **LICENCIA DE DERECHOS DE AUTOR**, puedes permitir a los usuarios copiar, compartir y utilizar tus trabajos, todo cuanto tu licencia lo permita.
Utilizar la licencia? SI NO
Permitir usos comerciales de tu trabajo? SI NO
Permitir modificaciones de tu trabajo? SI NO
Guardar cambios **Cancelar**

Grupos (editar)
Minimal miembros: 197
U, Casa Grande miembros: 375
I LOVE GREEN miembros: 50
Musica Rock
Disfruta de miles de Videos sobre todos los temas! Es fácil y Gratis [Ver comentarios](#)
CholoMachine
Camisetas, gorras y accesorios con frases cómicas
[chomachine.com/shop](#)
Anuncios Google
Mi Dream Team (editar)
Xavier Salgado Fotografía
Luisa Marmol Modelo
Fernanda Suárez Diseño Gráfico

Comentarios (editar)
Fernando Palacios:
Que fue, me parecio lo maximo lo que hiciste en salinas para Silvio. BACANI!!
22 Sept 08'
Luis Acatumi:
Dónde grabaron lo de GONE?
buenisimaa locación!!!
18 Sept 08'
Luis Acatumi:
POR qué no participas en Adrenalina??
18 Sept 08'
- escribe tu comentario -
- tu nombre - **ENVIAR**

Home - Perfiles - Blog - Grupos - Recursos - Plaza
Quiénes Somos - Contacto - Publicidad - Condiciones y Usos de la Página
Todos los Derechos Reservados 2008.

BLOG

SOYFREELANCER.com

LOGIN:

USUARIO: CONTRASEÑA:

Ya eres un usuario? [REGISTRATE AQUI](#)

[Quiénes Somos](#) - [Contacto](#) - [Publicidad](#)

Perfiles
Portafolios Freelancer

Blog
Noticias, Tips y más

Grupos
Unión Freelancers

Recursos
Tutoriales, recursos y más

Plaza
Clasificados Freelancers

BUSCAR

Contenido del Blog

Recomendaciones

Noticias
Tips
Concursos

Contador

120 Perfiles
340 Imágenes
80 Vídeos
50 Audio
97 Clasificados

CREA
TU PERFIL
AQUI

SOY
FREELANCER

Categorías

Busca Freelancers por especialidad

- Actores
- Animador 2D
- Animador 3D
- Camarógrafo
- Diseñador Gráfico
- Dibujante
- Director
- Director de Arte
- Director de Fotografía
- Editor
- Escenógrafo
- Fotógrafo
- Locutor
- Maquillaje
- Modelos
- Producción
- Programador
- Post-Productor
- Sonidista
- Vestuarista
- Webmaster

RECOMENDACIONES



Enlace: Gizmodo

Artistas Rusos crean un iPod gigante Semifuncional!

Este súper iPod dorretito que pueden ver en la fotografía es el WowPod y, aunque no lo creas, es semi-funcional. Los artistas Aristarkh Chernyshev y Alexei Shulgi realizaron esta increíble creación.

Lo único que explicaron es que la pantalla está conectada a un iPod Classic original, por ese motivo todas las imágenes que se reproducen en él, saldrán en el iPod gigante.

La obra está actualmente siendo expuesta en una galería de arte multimedia llamada XL. ¿Se imaginan lo que sería tener uno de estos en nuestros cuartos? Sería la sensación de la

Publicado: 5, Sept. 2008



Enlace: Motionographer

Una colaboración ente Matt Owens y "The Athletics" explican el costo de la guerra en Iraq, con una combinación de textos limpios, imágenes concisas, y consistente información que dejan al espectador meditando sobre la situación actual. NO te pierdas de verlo completo en la página de The Athletics.

Publicado: 5, Sept. 2008



Enlace: ALT1040

Ahora podrás subir 10 vídeos al mismo tiempo

A partir de ahora, si bien está todavía en beta, podrás subir hasta 10 vídeos al mismo tiempo y con un máximo de 1GB cada uno (interesante, ya que el anterior límite era de sólo 100MB).

Publicado: 3, Sept. 2008



Enlace: Motionographer

No te pierdas el REEL 2008 de Freetarm

Probablemente este ha sido el mejor año de este estudio californiano, cargado de innovación en diseño y animación.

Publicado: 2, Sept. 2008

◀ Ver anteriores

tarjeta blue

DE AMERICAN EXPRESS

Presenta tu tarjeta GOLD CARD

reclama 2do combo COMBO

La banda ancha móvil más veloz con PORTA 3G

Publicidad

Musica Rock

Disfruta de miles de Vídeos sobre todos los temas! Es fácil y Gratis

Publicidad

CholoMachine

Camisetas, gorras y accesorios con frases cómicas

Publicidad

Anuncios Google

Home - Perfiles - Blog - Grupos - Recursos - Plaza

Quiénes Somos - Contacto - Publicidad - Condiciones y Usos de la Página

Todos los Derechos Reservados 2008

GRUPOS



RECURSOS



PLAZA

SOYFREELANCER.com

LOGIN: USUARIO _____ CONTRASEÑA _____
Ya eres un usuario? [REGISTRATE AQUI](#)
[Quiénes Somos](#) - [Contacto](#) - [Publicidad](#)

Perfiles ■ **Blog** ■ **Grupos** ■ **Recursos** ■ **Plaza** ■ **BUSCAR** _____

Contador
120 Perfiles
340 Imágenes
80 Videos
50 Audio
97 Clasificados

CREA TU PERFIL AQUI SOY FREELANCER

Categorías
Busca Freelancers por especialidad
Actores
Animador 2D
Animador 3D
Camarógrafo
Diseñador Gráfico
Dibujante
Director
Director de Arte
Director de Fotografía
Editor
Escenógrafo
Fotógrafo
Locutor
Maquillaje
Modelos
Producción
Programador
Post- Productor
Sonidista
Vestuarista
Webmaster

Actualizaciones de Clasificados

NECESITO: Diseñador Web y Programador 25 de Sept 08'
EMPRESA: Confidencial e-mail: vanesa_carmig@gmail.com

NECESITO: Diseñador gráfico con experiencia en diagramación para revistas 25 de Sept 08'
EMPRESA: Revista Samborondón e-mail: sambo_info@gmail.com

NECESITO: grabar un video clip, requerimos director de arte y director de fotografía que trabajen juntos. 25 de Sept 08'
EMPRESA: YaSimon Producciones e-mail: vanesa_carmig@gmail.com

NECESITO: Fotógrafo y Maquilladora (experiencia trabajando juntos) 3 días de sesión fuera de la ciudad. 24 de Sept 08'
EMPRESA: Vida Inteligente Film e-mail: vif@infovidainteligente.com

NECESITO: Diseñador para escenografía 3 obras de temporada 23 de Sept 08'
EMPRESA: Teatro Centro de Arte e-mail: marteaga@centrodearte.com

NECESITO: Diseñador gráfico con experiencia en diagramación para revistas 22 de Sept 08'
EMPRESA: Revista Samborondón e-mail: sambo_info@gmail.com

NECESITO: grabar un video clip, requerimos director de arte y director de fotografía que trabajen juntos. 17 de Sept 08'
EMPRESA: YaSimon Producciones e-mail: vanesa_carmig@gmail.com

tarjeta blue DE AMERICAN EXPRESS®
Presenta tu tarjeta GOLD CARD reclama 2do combo GRATIS
La banda ahora móvil más veloz con PORTA 3G
Musica Rock Disfruta de miles de Videos sobre todos los temas! Es fácil y Gratis
CholoMachine Camisetas, gorras y accesorios con frases cómicas
Anuncios Google

Home - Perfiles - Blog - Grupos - Recursos - Plaza
Quiénes Somos - Contacto - Publicidad - Condiciones y Usos de la Página
Todos los Derechos Reservados 2008.

CONTACTO



6. Aspecto Técnico

Servidor: Amazon Elastic Compute Cloud (Amazon EC2)

Base de Datos: Simple DB

SERVIDOR

Amazon EC2 es un servidor el cual provee completo control de configuración, reduciendo el tiempo requerido para aumentar o reducir la capacidad del servidor a minutos.

Amazon ofrece la opción de manejar la aplicación, librería e información en general, dependiendo de la necesidad que genere esta aplicación la capacidad será variable.

Es un sistema muy conveniente de manejar y resulta rentable puesto que solo se factura los recursos que se han consumido.

1 GB Almacenamiento	\$0,15
1 GB Transferencia de datos	\$0,27

BASE DE DATOS

Amazon EC2 funciona en conjunto con ciertas aplicaciones como el SimpleDB, servicio que funciona estructurando los datos en tiempo real haciendo posible procesar y almacenar la información dentro del servidor.

SimpleDB no requiere ningún esquema puesto q automáticamente indexa los datos y provee de una aplicación de almacenamiento y acceso.

9.- DISEÑO METODOLÓGICO 2

DISEÑO DE - TESTEO DEL PRODUCTO

1. Objetivo General:

1. Conocer y analizar la opinión y sugerencias de los freelancers

universitarios y contratistas con respecto al diseño, usabilidad y contenido de la Sitio Web.

2. Objetivos Específicos:

1. Conocer si el producto satisface las necesidades del freelancer al momento de construir su perfil, contacto con el resto de los freelancers y en la búsqueda de contenidos dentro de la Sitio Web.
2. Conocer si el producto satisface los requerimientos de búsqueda de freelancers que se les ofrece los contratistas.
3. Observar el comportamiento del usuario mientras navega por la Sitio Web para así poder determinar la efectividad de la usabilidad y flujo del Sitio Web.
4. Conocer si el usuario se familiariza rápidamente con el diseño
5. Determinar si el contenido es del interés del freelancer.
6. Conocer las sugerencias de los freelancers como medio de promoción.
7. Conocer las sugerencias de los usuarios como medio de búsqueda de otros freelancers y de información.
8. Determinar las fortalezas y debilidades del sitio en lo que refiere al diseño, usabilidad y contenido.

3. Tipo de Estudio:

Para la etapa de testeo del producto, utilizamos un estudio de tipo descriptivo-evaluativo. El primer tipo se debe a que por medio del proceso de testeo, buscamos especificar la experiencia, sugerencias y apreciación del producto que tienen nuestras dos unidades de análisis: los freelancers y los contratistas.

En segundo lugar, nuestro estudio cumple con características de tipo evaluativo, debido a que busca a partir del producto terminado reconocer cuales son los efectos, impacto e impresiones en los dos grupos que forman parte de nuestras unidades de análisis. Los resultados obtenidos en la evaluación del producto servirán como base para la realización de los cambios para el obtener un exitoso producto final. (Hernández, Fernández y Baptista, 2006, pg 102-104).

4. Enfoque de Estudio:

Para esta etapa de evaluación del producto utilizaremos un enfoque cualitativo, debido a que buscamos ampliar datos que serán determinantes para lograr así satisfacer a nuestro usuario plenamente y de esta manera asegurar su retorno a nuestra Web.

Por medio de herramientas propias de este método, como la observación participativa y grupos focales, lograremos identificar las percepciones y evaluar las experiencias del usuario al momento de navegar por nuestro sitio Web.

Una de las principales características de este método es que la información que se obtiene no es forzada, sino que se da de manera natural “ en este método la comunicación es horizontal entre el investigador y el investigado...mayor naturalidad y habilidad de estudiar factores en un escenario natural”

(http://www.fisterra.com/mbe/investiga/cuanti_cuali/cuanti_cuali.asp, 2008).

5. Unidades de Análisis:

Las unidades de análisis en este segundo diseño metodológico son:

1. Freelancers

Esta unidad comprende a los freelancers cuyas edades oscilan entre los 17 y 30 años que estén cursando o hayan egresado de las carreras de audiovisual, multimedia y diseño en las principales universidades de la ciudad de Guayaquil.

Las freelancers que forman parte de esta unidad de análisis son considerados posibles usuarios por lo tanto crearían un perfil en nuestro sitio Web con el fin de promocionarse y obtener información sobre sus especializaciones.

Con esta unidad de análisis buscamos conocer su punto de vista con respecto al diseño del sitio, el contenido que se publica, la usabilidad y flujo de la página. Al mismo tiempo consideraremos las sugerencias y aportes para ajustar las falencias que se encuentren durante la evaluación del producto.

Durante el testeo también evaluaremos todas las opciones, ventajas y ofertas que tendrá el freelancer en el sitio. Así sabremos que tanta relevancia tienen cada una de ellas para estos usuarios.

2. Contratistas

En esta unidad están agrupadas todas las empresas o personas que requieran el servicio de un freelancer especializado en las ramas anteriormente mencionadas.

Estas personas son aquellas que ingresarán a nuestro sitio Web con el fin de encontrar a un freelancer con la que puedan trabajar un tiempo determinado y que desarrolle o cumpla con el trabajo propuesto.

Sometiendo el producto a un testeo con esta unidad de análisis descubrimos qué tan efectiva es la usabilidad del sitio, qué tan rápido se familiariza el usuario con la navegación y diseño del sitio. Al mismo tiempo descubrimos las fortalezas y debilidades del sitio, tomando en consideración las debilidades pudimos hacer los cambios pertinentes, en la estructura, diseño y contenido del sitio.

6. Técnicas de Investigación:

1. Observación participante

La observación participante consiste en que el investigador se involucra en el contexto del grupo de estudio, pudiendo de esta manera describir los acontecimientos, las personas, las interacciones o cualquier situación que se de durante el tiempo que dura la observación.

La gran ventaja de esta técnica es que al vivir la experiencia junto al grupo de estudio, la información es de primera mano y la comprensión de los

resultados es mucho mas fácil. (Villalobos, José A. Lomeña; publicada, el 7-05-2001, consultada 24 de julio de 2008)

Durante la observación participante hay que tomar en cuenta 4 normas:

- 1.No bajar la guardia dando las cosas por supuesta
- 2.Prestar atención a los aspectos culturales de la situación
- 3.Tener experiencia desde dentro y desde fuera
- 4.Realizar un registro sistemático de la observación

Es importante también considerar que todo lo que se observa y registra va relacionado con los objetivos planteados en el diseño del sondeo. (http://club.telepolis.com/torrefdz/enfermero_y_licenciado8.htm, s.f.)

Por medio de esta técnica observamos a 4 posibles contratistas. Todos ellos trabajan en la ciudad de Guayaquil y requieren en ocasiones los servicios de un freelancer.

2. Grupo focal

Esta técnica consiste en reuniones de entrevista grupales, cuyos miembros son seleccionados intencionalmente por el investigador. Se pretende cubrir todas las áreas del universo que se estudia. Durante la reunión los individuos seleccionados guiados por un moderador discuten y elaboran desde la experiencia una serie de lineamientos, sugerencias y opiniones con respecto a diferentes puntos de evaluación del producto. Toda la información recopilada es posteriormente analizada y los resultados del análisis son aplicados al producto con el fin de mejorarlo.

Según la “Guía para grupos focales” proporcionada por la página Web www.gestionescolar.cl, el manejo de la herramienta comprende los siguientes pasos:

1. Definir los objetivos para poder plantear:
 - Un guión de desarrollo del grupo focal
 - La guía de temáticas
2. Definir los participantes del grupo focal
3. Preparación de preguntas de estímulo
4. Selección del moderador del grupo focal
5. La reunión
6. Interpretación de la información obtenida

Como parte de nuestro sondeo realizaremos 2 grupos focales de 8 freelancers cada uno (algunos texto sugieren que el numero de integrantes por grupo focal debe ser entre 6 y 12 personas. En cada grupo habrán alumnos de 17 a 30 años de edad, estudiantes o egresados de las 6 universidades seleccionadas (UCG, USM, UEES, EDCOM, ITV e ICAGD) consideramos 8 freelancers para cada uno de los grupos, tomando en consideración que la asistencia nunca es del 100%.

10.- RESULTADOS DEL SONDEO

No hemos considerado la diagramación y ubicación de los elementos debido a que significan solo pequeños cambios que no afectan de manera considerable a la experiencia del usuario y funciones de la página. Sin

embargo todos los comentarios emitidos durante las observaciones y grupos focales han sido considerados para el desarrollo del producto final.

1. La página

1.1. Efectividad de Usabilidad y Flujo

1.1.1. Sección Freelancers

1.1.2. Sección Contratistas

1.2. Familiarización del usuario (freelancers y contratistas) con el diseño.

1.3. Evaluación de las Funciones de la página

1.3.1. Como medio de promoción

1.3.2. Como medio de información y recursos

1.3.3. Como medio de búsqueda de freelancers

Resultados

1. La página

Para realizar el sondeo presentamos a posibles usuarios la propuesta de la página para evaluar los siguientes aspectos: Diseño, Usabilidad y Contenido. Tomando en consideración que los dos grupos usuarios, contratistas y freelancers buscan satisfacer necesidades totalmente diferentes, decidimos someter a los dos grupos por separado para la evaluación del producto.

1.1. Efectividad de Usabilidad y Flujo

Para comprobar la efectividad de estos aspectos, realizamos un par de observaciones y grupos focales para comprobar que tan fácil e intuitiva es la navegación de la página.

En la primera propuesta de la página, el contratista tenía acceso a la

información dirigida a los freelancers, en términos de usabilidad, esta información era un estorbo para el contratista, es por eso que decidimos dividir la página según el tipo de usuario: freelancer y contratista por medio de una página introductoria donde el usuario debe elegir que tipo de usuario es.

A continuación los resultados de cada una de las secciones:

1.1.1. Sección Freelancers

Todos los participantes del testeo consideran que el sitio es fácil de usar, la navegación es intuitiva e incluso la creación y modificación de los perfiles de los usuarios es bastante clara y básica.

“Es sencillo pero súper ordenado no tienes por donde perderte”

(Sebastián Mosquera, freelancer, 2008)

“La creación del perfil me parece fácil” (Beatriz Miranda, freelancer, 2008)

La mayoría de los participantes del grupo focal sugirieron que dentro de la sección de perfiles, las categorías ocupen el espacio del *Contador* y que este sea eliminado de todas las páginas interiores del sitio, a excepción del Home.

1.1.2. Sección Contratistas

En la primera etapa del proyecto la página contaba con un solo diseño para los freelancers y contratistas, durante el testeo nos dimos cuenta que para el contratista la navegación resultaba confusa y no entendían mucha de la información que se les mostraba.

“Si creo que es mejor la simplificación de información, es mucho

mejor que al inicio, elija entre freelancer y contratista, no me pierdo para nada, como si llegaría al home anterior que no se sabría por donde empezar” (Carla De MENA, contratista, 2008)

Luego de evaluar la primera parte del testeo, presentamos un diseño modificado, dirigido solo para los contratistas y les pareció a todos mucho mas simple a nivel de usabilidad y de contenido.

“Si me agrada la simplificación de elementos como el voto freelancer o el contador que para no eran tan necesarios, se me hace más fácil todo“ (Carlos Mackliff, contratista, 2008)

Nos dimos cuenta que el contratistas necesitan menos información, y solo le interesa encontrar al freelancers que busca en la menor cantidad de pasos posibles.

1.2. Familiarización del usuario (freelancers y contratistas) con el diseño y contenido

El diseño presentado generó aceptación desde el principio entre los freelancers, es muy llamativo y encuentran que es bastante claro, sobre todo porque el contenido todo esta ubicado en base a cuadrículas.

“Súper moderno y a la moda, el color fucsia y verde” (Carlos Núñez, freelancer. 2008)

“Me gusta, pero como veo que la pagina tiene un diseño súper establecido...”(Beatriz Miranda, freelancer, 2008)

“Los colores me parecen buenos me gustan, me parecen que están a la moda, si en algún momento pasan de moda, se los cambia, es mas haces un concurso en tu página para el nuevo

diseño de la página” (Carlos Núñez)

El diseño a pesar de responder a las tendencias actuales, no es un impedimento para los usuarios que en el futuro el diseño sea actualizado, siempre y cuando se conserven los colores y la diagramación.

Para los contratistas que están involucrados de alguna manera con el medio de los freelancers, consideran el diseño bastante atractivo y funcional en el momento en el que ingresan a la página y tienen que elegir si son freelancers y contratistas.

“A mi me gusta el diseño, porque después de todo a mi me gusta el diseño, pero capaz para alguien más señor no se si le guste no se si deberías hacer una división al momento de entrar a la página, que divida a los freelancers con los contratistas, que sea la misma línea gráfica pero con una diagramación más sencilla” (Viviana Vega , contratista, 2008)

“Me parece muy adecuado si me encuentro con esta página yo nunca me iría a la parte de freelancer, me iría de una a la de contratista y si igual puedo ver la galería de los freelancers no me molesta” (Carla De Mena, Contratista, 2008)

Sin embargo consideran que para contratistas mayores y que no tengan mucha experiencia navegando en Internet, puede causarle molestias y ruido por los colores utilizados, sin embargo la diagramación crea un equilibrio para que la navegación sea más sencilla.

1.3. Evaluación de las funciones de la página

Las funciones de la página no responden a los contratistas y freelancer de la misma manera, debido a las diferentes necesidades que tiene cada grupo. No todo el contenido era relevante para las dos partes es por eso que el filtro que implementamos para la sección de contratistas hace que esta funcione y cumpla las expectativas del contratista de mejor manera.

1.3.1. Como medio de promoción

Es una manera fácil y una oportunidad de tener todos los trabajos que realizan los freelancers en un solo lugar. Al mismo tiempo lo consideran una buena vitrina para exponerse y conocer también a su competencia. Siendo gratuita no dudan en crear en ella un perfil con sus trabajos para tener ya una dirección donde tengan la recopilación de su trabajo.

1.3.2. Como medio de información y recursos

Las secciones de: Blog y Recursos son dirigidas exclusivamente a los freelancers, debido a que son ellos los que buscan obtener de este sitio herramientas y conocimientos que los ayuden a ir mejorando la calidad de sus trabajos.

“Yo tengo páginas que visito todo el tiempo, es bacan que ustedes me den mas información que me lleve a mas sitios que puedo ver”

(Pedro Ayala, freelancer, 2008)

Para los contratistas esta información es irrelevante y hace más

complicado llegar a cumplir su propósito al visitar la página.

“Al contratista hay que darle todo comido, el problema es que el contratista no es como nosotros, es mayor, su forma de ver las cosas es diferente” (Agusto Calderón, freelancer, 2008)

1.3.3. Como medio de búsqueda de freelancers

Aparte de la sección de búsqueda de perfiles de freelancers, está la sección Plaza, que permite al contratista simplemente publicar un anuncio de lo que necesita.

“Creo que Plaza es lo más importante hasta ahora porque si yo no se nada del medio me meto de una a Plaza, y escribo necesito tal y tal cosa y pongo mi número y mi mail, y las personas interesadas me van a escribir al mail y así no pierdo tiempo, buscando a alguien que llene mis expectativas si no que el revés ellos llegan a mi” (Carla De MENA, contratista, 2008)

Esta herramienta significa una gran ayuda para el contratista que sabe lo que quiere pero no sabe por donde empezar la búsqueda. Lo bueno de la Plaza en nuestro sitio es que funciona como los clasificados en los periódicos o revistas, es por eso que el uso de esta herramienta es intuitiva.

En algunas ocasiones los contratistas se confunden con los términos que utilizan los freelancers y especialidades de los mismos.

“No me parece mala idea, la verdad, por que hay veces que hablando con personas y alguien habla del catering y yo para

no quedar mal no pregunto que es el catering, puedo ir a u página y buscar que es el catering e informarme más” (Carlos Mackliff, contratista, 2008)

Es necesario la implementación de un glosario que explique cada una de las categorías que pueden encontrar en nuestra página y términos ayuden al contratista a entender el lenguaje y conocer cómo trabajan los freelancers. Esta información es de gran utilizada para el contratista al momento de definir qué necesita de un freelancer y qué no mas puede conseguir de cada uno de ellos según sus especialidades.

11.- CONCLUSIONES DEL SONDEO

11.1. Diseño

El diseño de la página en términos de estética y diagramación resulta bastante atractivo y fácil reconocimiento de sus elementos para los dos grupos, freelancers y contratistas, a pesar de tener perfiles diferentes y visiten páginas con distintas dinámicas, la estética es llamativa y no interfiere con la comprensión del contenido y de la interacción que se da en la página.

Los dos grupos consideran que la personalidad del freelancer se ve reflejada en el diseño, refleja su creatividad, gusto por el diseño, modernidad pero no deja de ser ordenado en su contenido.

11.2. Contenido

En lo que respecta al contenido, al principio solo considerábamos darle información al freelancer, sobre las nuevas tendencias, herramientas de trabajo, temas de actualidad en sus áreas de trabajo, entre otras cosas. Pero durante el sondeo nos dimos cuenta que así como el freelancer, el contratista necesita información sobre los freelancers, una descripción de las especialidades, términos que se manejan en el medio y cómo trabajan los freelancers. Es por eso que el ajuste de una sección de información para el contratista hará que durante la visita a nuestra página no le falte nada.

Por otra parte el freelancer cuenta con mas información que el contratista, aparte de recomendaciones, recursos y clasificados, le ofrecemos también la oportunidad de participar en concursos realizados en conjunto con diferentes instituciones. Toda esta información llama la atención del freelancer y lo motiva a regresar a visitar la página incluso si no tiene un cuenta activa.

11.3. Usabilidad

Las personas que visiten nuestra página utilizan Internet a diario, sean contratistas o freelancers, el uso continuo de esta herramienta hace que los usuarios puedan navegar intuitivamente por la página, con ligeros cambios de ubicación de los elementos como el *LOG IN*, *Contador* y *Cuadro de Categorías* en la sección de Freelancers y Recursos, la dinámica de la página queda aún mas clara para el usuario.

La ubicación del menú y las categorías se muestran siempre en el mismo lugar con el propósito de que el usuario reconozca esos

espacios como puntos de selección de la información que quiere ver.

12.-BIBLIOGRAFÍA

- 1. AVELLANEDA LEMA Juliana Andrea**, La ciudad digital, Estudio Tesis UCG, Guayaquil Ecuador, 2004.
- 2. BARRAGAN Alejandro**, Freelance Colombia, 2005.
- 3. EVANS Lil**, Online Marketing Tips: Social Media Types, Search Marketing Gurus 15.04.2008. 19.04.2008
- 4. GILL Martha**, e-zines, G.Gill, SA de CV, México 2000.
- 5. GOMEZ Edgar**, Identidad en las Comunidades Virtuales, s.f.
- 6. HERNANDEZ Roberto, FERNANDEZ Carlos y BAPTISTA Pilar**, Metodología de la investigación, McGraw-Hill Interamericana de México S.A, cuarta edición, 2006.
- 7. KILIAM Crawfoed**, Escribir para la Web, Deusto, Bilbao, 2001.
- 8. MALONE Thomas y LAUBACHER Robert**, Are you ready for the elance economy?, www.goliath.ecnext.com/coms2/summary_0199-1703858_ITM. Publicado: 01 de Mayo de 2008, Consultado: 20 de Abril de 2008.
- 9. MALONE Thomas, LABUCHER Robert**, www.goliath.ecnext.com, 2008
- 10. Mandato Constituyente No. 8** –]Tercerización e Intermediación laboral
- 11. MARTIN Francisco Jesús y HASSAN MOENTERO Yunsef& IAZZA Gózala**, 2004)

12. **MECANO, Cristina; ORLANDO, Sofía; VELEZ, Natalia;** Me Agregaste; Estudio Tesis UCG; Guayaquil, Ecuador; Noviembre 2007.
13. **NIELSEN Jacob,** Usabilidad, Diseño de sitios web. PearsonEducationS.A., Madrid, 2000
14. **PINK Dan,** Free Agent Nation, Warner Brooks, Mayo 2001.
15. **PORTER David,** Internet Culture, 1996, pg 24
16. **TAYLOR, S.J. y Bogdan. R.,** Introducción a los métodos cualitativos de investigación, España, cuarta edición, 1998.
17. **TheCommunistManifesto,** 1848
18. **VILLALOBOS, José A. Lomeña;** publicada el 7-05-2001, consultada 24 de julio de 2008
19. <http://www.creativecareerschools.com/FreelanceArtists.htm>
20. www.promsite.com
21. www.tompeters.com
22. www.mysterymagazine.com
23. www.xplsv.com
24. www.motionographer.com
25. www.colourlovers.com
26. www.deviantart.com
27. www.multitrabajos.com
28. www.miagencia.net
29. www.acambiode.com
30. www.empleo.com.ec
31. www.freelanceswitch.com
32. www.cpluv.com
33. www.coroflot.com
34. www.carbonmade.com
www.searchmarketinggurus.com/
35. www.amazon.com/gp/browse.html?node=3435361
36. www.infoemprendedores.com
37. www.bumeran.com.ec
38. www.mundoanuncio.com
39. www.tse.gov.ec

