

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUDAMERICANO



TECNOLOGÍA SUPERIOR EN DISEÑO GRÁFICO PROYECTO DE INVESTIGACIÓN DE FIN DE CARRERA

TEMA

“DISEÑO, DESARROLLO E IMPLEMENTACIÓN DE UNA PLATAFORMA WEB PARA LA CONTRATACIÓN DE PROFESIONALES FREELANCERS DEL ÁREA DE LA COMUNICACIÓN VISUAL EN LA CIUDAD DE LOJA EN EL PERÍODO ABRIL - SEPTIEMBRE 2022”.

INFORME DEL ANTEPROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DE TÍTULO DE TECNÓLOGO EN LA CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO

Autor:

Frans José Godoy Álvarez

Tutor:

Tlgo. Pablo Andrés Duque Correa

FECHA:

Loja, 02 de Noviembre 2022

a) Certificación

Loja, 02 de Noviembre de 2022

Tlgo. Pablo Andrés Duque Correa
DIRECTOR DE INVESTIGACIÓN

CERTIFICA:

Que ha supervisado en el presente proyecto de investigación titulado: “Diseño, desarrollo e implementación de una plataforma web para la contratación de profesionales *freelance* del área de la comunicación visual para la ciudad de Loja en el período abril – septiembre 2022”; el mismo que cumple con lo establecido por el Instituto Tecnológico Sudamericano: por lo consiguiente, autorizo su presencia ante el tribunal respectivo.

Loja, 02 de noviembre de 2022

Tlgo. Pablo Duque

b) Declaración Juramentada

Loja, 02 de Noviembre del 2022

Nombres: Frans José Godoy Alvarez

Cédula de identidad: 1103868939

Carrera: Diseño Gráfico

Semestre de ejecución del proceso de titulación: Abril – Septiembre 2022

Tema de proyecto de investigación de fin de carrera con fines de titulación: “Diseño, desarrollo e implementación de una plataforma web para la contratación de profesionales *freelance* del área de la comunicación visual para la ciudad de Loja en el período abril – septiembre 2022”

En calidad de estudiante del Instituto Superior Tecnológico Sudamericano de la ciudad de Loja;

Declaro bajo juramento que:

1. Soy el autor del trabajo intelectual y de investigación del proyecto de fin de carrera.
2. El trabajo de investigación de fin de carrera no ha sido plagiado ni total ni parcialmente, para la cual se ha respetado las normas internacionales de citas y referencias para fuentes consultadas.
3. El trabajo de investigación de fin de carrera presentada no atenta contra derechos de terceros.
4. El trabajo de investigación de fin de carrera no ha sido publicado no presentado anteriormente para obtener algún grado académico previo o título profesional.

5. Los datos presentados son reales, no han sido falsificados, ni duplicados, ni copiados. Las imágenes, tablas, graficas, fotografías y demás son de mi autoría; y en caso contrario aparecen con las correspondientes citas o fuentes.

Por lo expuesto; mediante la presente asumo frente al INSTITUTO cualquier responsabilidad que pudiera derivarse por la auditoria, originalidad y veracidad del contenido del trabajo de investigación de fin de carrera.

En consecuencia; me hago responsable frente al INSTITUTO y frente a terceros, de cualquier daño que pudiera ocasionar al INSTITUTO o a terceros, por el incumplimiento de lo declarado o que pudiera encontrar causa en el trabajo de investigación de fin de carrera presentada, asumiendo todas las cargas pecuniarias que pudieran derivarse de ello.

Así mismo por la presente me comprometo a asumir además todas las cargas pecuniarias que pudieran derivarse para el INSTITUTO en favor de terceros por motivo de acciones, reclamaciones, o conflictos derivados del incumplimiento de lo declarado o las que encontraren causa en el contenido del trabajo de investigación de fin de carrera.

De identificarse fraude, piratería, plagio, falsificación o que el trabajo de investigación haya sido publicado anteriormente; asumo las consecuencias y sanciones que de mi acción se derive, sometiéndome a la normatividad vigente dispuesta por la LOES y sus respectivos reglamentos y del Instituto Superior Tecnológico Sudamericano de la ciudad de Loja.

.....

Frans José Godoy Alvarez

1103868939

c) Dedicatoria

El presente trabajo de investigación lo dedico con mucho amor a Dios y a mi familia.

Con cariño

Frans José Godoy Alvarez

d) Agradecimiento

Doy gracias a Dios por haberme puesto en este maravilloso camino, a mis padres y hermanas por ser mi fortaleza y guía cotidianas.

De manera muy especial a Ilanit Abad, por ser mi eterno apoyo y compañera.

Agradezco infinitamente al Instituto Tecnológico Sudamericano, a mis queridos profesores y amigos. De manera específica, expreso mi agradecimiento a mi tutor de tesis Tlgo. Pablo Andrés Duque Correa

El autor

e) Acta de cesión de derechos

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN DE FIN DE CARRERA

Conste por el presente documento la Cesión de los Derechos de proyecto de investigación de fin de carrera, de conformidad con las siguientes cláusulas:

PRIMERA. – El Tlgo. Pablo Andrés Duque Correa, por sus propios derechos, en calidad de Director del proyecto de investigación de fin de carrera; Frans José Godoy Alvarez; mayor de edad, por su propio derecho en calidad de autora del proyecto de investigación de fin de carrera; emite la presente acta de cesión de derechos

SEGUNDA. - Declaratoria de autoría y política institucional.

UNO. – Frans José Godoy Alvarez; realizó la investigación titulada: “Diseño, desarrollo e implementación de una plataforma web para la contratación de profesionales *freelance* del área de la comunicación visual para la ciudad de Loja en el período abril – septiembre 2022”, para optar por el título de Tecnólogo en Diseño Gráfico, en el Instituto Superior Tecnológico Sudamericano de Loja, bajo la dirección del Tlgo. Pablo Andrés Duque Correa.

DOS. - Es política del Instituto que los proyectos de investigación de fin de carrera se apliquen y materialicen en beneficio de la comunidad.

TERCERA. - Los comparecientes Tlgo. Pablo Andrés Duque Correa, en calidad de Director del proyecto de investigación de fin de carrera y Frans José Godoy Alvarez como autor, por medio del presente instrumento, tiene a bien ceder en forma gratuita sus derechos en proyecto de investigación de fin de carrera titulado “Diseño, desarrollo e implementación de una plataforma web para la contratación de profesionales *freelance* del área de la comunicación visual para la ciudad de Loja en el período abril – septiembre 2022” a favor del Instituto Superior Tecnológico Sudamericano de Loja; y, concede autorización para que el Instituto pueda utilizar esta investigación en su beneficio y/o de la comunidad, sin reserva alguna.

CUARTA. - Aceptación. - Las partes declaran que aceptan expresamente todo lo estipulado en la presente cesión de derechos.

Para constancia suscriben la presente cesión de derechos, en la ciudad de Loja, en el mes de Noviembre del año 2022.

.....

Tlgo. Pablo Andrés Duque Correa

DIRECTOR

C.I. 1104166879

.....

Frans José Godoy Alvarez

AUTOR

C.I. 1103868939

1. Índice de contenidos

1.1 Índice de contenidos

a) Certificación.....	II
b) Declaración Juramentada	III
c) Dedicatoria	V
d) Agradecimiento	VI
e) Acta de cesión de derechos	VII
1. Índice de contenidos.....	- 1 -
1.1 Índice de contenidos.....	- 1 -
1.2 Índice de figuras	- 4 -
1.2 Índice de Tablas	- 7 -
2. Resumen.....	- 8 -
3. Abstract	- 9 -
4. Problematización.....	- 10 -
5. Tema.....	- 12 -
5.1 Línea de Investigación	- 12 -
5.2 Sublínea de investigación.....	- 12 -
6. Justificación.....	- 13 -
7. Objetivos	- 15 -
7.1 Objetivo general	- 15 -
7.2 Objetivos específicos	- 15 -
8. Marco Teórico.....	- 16 -
Capítulo I.....	- 16 -
8.1. Marco Institucional	- 16 -

Capítulo II	- 21 -
8.2. Marco Conceptual	- 21 -
8.2.1 Freelancer	- 21 -
8.2.2 Desempleo de profesionales en la ciudad de Loja	- 23 -
Capítulo III	- 25 -
8.2.3 Plataformas Digitales	- 25 -
8.2.4 Portal Web.....	- 25 -
8.2.5 UX.....	- 26 -
8.2.6 Sistema Gestor de Contenidos (CMS)	- 26 -
8.2.7 Wordpress	- 27 -
8.2.8 Publicidad Digital	- 28 -
9. Metodología	- 32 -
9.1. Métodos.....	- 32 -
9.1.1. Método Fenomenológico	- 32 -
9.1.2. Método Hermenéutico.....	- 32 -
9.1.3. Método Práctico Proyectual	- 32 -
9.2 Técnicas de investigación	- 33 -
9.2.1 Entrevista.....	- 33 -
9.2.2 Encuesta	- 33 -
9.2.3 Observación.....	- 33 -
10. Determinación de la muestra.....	- 35 -
10.1. Aplicación de la Fórmula de la Muestra	- 35 -
11. Análisis de resultados: Cuantitativos y Cualitativos.....	- 36 -
11.1. Tabulación.....	- 36 -
12. Propuesta de Acción.....	- 45 -
12.1. Introducción	- 45 -
12.2 Desarrollo de la propuesta.....	- 47 -
12.2.1 Desarrollo de la marca	- 47 -
12.2.2 Desarrollo de <i>wireframes</i> de la plataforma web	- 49 -
12.2.3 Desarrollo de la plataforma web	- 50 -

12.2.4 Desarrollo de manual de uso de la plataforma web para propietarios de servicios.....	- 60 -
12.2.5 Link de acceso a manual de uso de la plataforma crack.ec....	- 68 -
12.2.6 Campaña Publicitaria	69
12.2.6.1 Definición del material publicitario	36
12.2.6.2 Producción de material publicitario	36
12.2.6.3 Publicación en redes sociales	40
13. Conclusiones	43
14. Recomendaciones.....	44
15. Bibliografía	45
16. Anexos	48
16.1. Anexo 1: Certificación de aprobación del proyecto de investigación de fin de carrera, emitido por el Vicerrectorado Académico del ITSS.....	49
16.2. Anexo 2: Certificado de Abstract.....	50
16.3. Anexo 3: Cronograma & Presupuesto.....	51
Presupuesto	68
Cronograma.....	34
16.4. Anexo 4: Encuesta subida a Google Forms.	36
16.5. Anexo 5: Panel de visita de Google Analytic crack.ec	37

1.2 Índice de figuras

Figura 1. <i>Logo del ISTS</i>	- 16 -
Figura 2. <i>Modelo educativo ISTS</i>	- 20 -
Figura 3. <i>Gráfico de los resultados pregunta 1</i>	- 36 -
Figura 4. <i>Gráfico de los resultados pregunta 2</i>	- 37 -
Figura 5. <i>Gráfico de los resultados pregunta 3</i>	- 38 -
Figura 6. <i>Gráfico de los resultados pregunta 4</i>	- 40 -
Figura 7. <i>Gráfico de los resultados pregunta 5</i>	- 41 -
Figura 8. <i>Gráfico de los resultados pregunta 6</i>	- 42 -
Figura 9. <i>Gráfico de los resultados pregunta 7</i>	- 44 -
Figura 9. <i>Logotipo del proyecto</i>	- 47 -
Figura 10. <i>Intoducción de la marca</i>	- 48 -
Figura 11. <i>Concepto de la marca</i>	- 48 -
Figura 12. <i>Construcción del logotipo</i>	- 49 -
Figura 13. <i>Desarrollo de wireframes de la plataforma web</i>	- 49 -
Figura 14. <i>Diseño propuesto para la plataforma web</i>	- 50 -
Figura 15. <i>Configuración inicial de wordpress</i>	- 50 -
Figura 16. <i>Instalación de tema Listeo</i>	- 51 -
Figura 17. <i>Configuración de plugin de la plataforma.</i>	- 51 -
Figura 18. <i>Configuración de tema de acuerdo a identidad visual de la marca-</i> 52 -	
Figura 19. <i>Configuración de tema de acuerdo a identidad visual de la marca-</i> 52 -	
Figura 20. <i>Traducción a español manual de la plataforma web.</i>	- 53 -
Figura 21. <i>Creación de categorías en la plataforma web</i>	- 53 -
Figura 22. <i>Subida de imágenes para la plataforma web.</i>	- 54 -

Figura 23. Configuración de página de contacto.	- 54 -
Figura 23. Configuración de página correos de la plataforma web.....	- 55 -
Figura 24. Página de inicio en crack.ec.....	- 55 -
Figura 25. Página de servicios en crack.ec.	- 56 -
Figura 26. Página de contacto en crack.ec.	- 56 -
Figura 27. Página de servicios en crack.ec.	- 57 -
Figura 28. Página de un servicio en crack.ec.	- 58 -
Figura 29. Dashboard en crack.ec.	- 59 -
Figura 30. Pagina para agregar un servicio en crack.ec.	- 59 -
Figura 31. Pagina para editar información del perfil de usuario en crack.ec. -	
60 -	
Figura 32. Página 1 de manual de uso para crack.ec.....	- 61 -
Figura 33. Página 2 de manual de uso para crack.ec.....	- 62 -
Figura 34. Página 3 de manual de uso para crack.ec.....	- 63 -
Figura 35. Página 4 de manual de uso para crack.ec.....	- 64 -
Figura 36. Página 5 de manual de uso para crack.ec.....	- 65 -
Figura 37. Página 6 de manual de uso para crack.ec.....	- 66 -
Figura 38. Página 7 de manual de uso para crack.ec.....	- 67 -
Figura 39. Página 8 de manual de uso para crack.ec.....	- 68 -
Figura 40. Contenido para redes sociales	36
Figura 41. Contenido para redes sociales	37
Figura 42. Contenido para redes sociales	37
Figura 43. Contenido para redes sociales	38
Figura 44. Contenido para redes sociales	38
Figura 45. Contenido para redes sociales	39
Figura 46. Contenido para redes sociales	39

Figura 47. <i>Contenido para redes sociales</i>	40
Figura 48. <i>Publicación en redes sociales Facebook</i>	41
Figura 49. <i>Publicación en redes sociales Facebook</i>	41
Figura 50. <i>Publicación en redes sociales Instagram</i>	42
Figura 51. <i>Publicación en redes sociales Instagram</i>	42
Figura 51. <i>Encuesta parte 1</i>	36
Figura 52. <i>Encuesta parte 2</i>	36
Figura 53. <i>Encuesta parte 3</i>	37
Figura 54. <i>Google Analytics crack.ec</i>	37

1.2 Índice de Tablas

Tabla 1. <i>Pregunta 1</i>	- 36 -
Tabla 2. <i>Pregunta 2</i>	- 37 -
Tabla 3. <i>Pregunta 3</i>	- 38 -
Tabla 4. <i>Pregunta 4</i>	- 39 -
Tabla 5. <i>Pregunta 5</i>	- 41 -
Tabla 6. <i>Pregunta 6</i>	- 42 -
Tabla 7. <i>Pregunta 7</i>	- 43 -
Tabla 8. <i>Cronograma de actividades</i>	- 45 -
Tabla 9. <i>Cronograma de actividades</i>	69
Tabla 9. <i>Metodología: Métodos y técnicas de investigación</i>	51
Tabla 10. <i>Cuadro de actividades realizadas para el desarrollo del proyecto de investigación</i>	68
Tabla 11. <i>Cuadro de cronograma de proceso de titulación</i>	34

2. Resumen

El término freelancer es utilizado para describir a personas autónomas o independientes laboralmente. En los últimos años los trabajadores freelancer han aumentado en grandes cantidades y seguirá creciendo debido a las necesidades de ser más autónomos e independientes en un ámbito laboral.

El presente trabajo de investigación fue realizado con el objetivo de diseñar, desarrollar e implementar una plataforma web mediante el uso de conocimientos y softwares de diseño gráfico para la contratación de profesionales freelancers del área de la comunicación visual en la ciudad de Loja.

Para el diseño y desarrollo del sistema se creó la marca “CRACK” acompañado de un manual de marca de identidad visual. Las herramientas utilizadas para la elaboración de la plataforma web fueron FIGMA, Adobe Illustrator y CMS Wordpress. En la fase de implementación se desarrolló una campana en medio digitales para la promoción y captación de profesionales freelancers del área de la comunicación visual, al igual que la difusión de la plataforma web.

Los resultados obtenidos muestran que la mayoría de los profesionales freelance de la ciudad de Loja, no conocen plataformas web para promocionar sus servicios. Este proyecto de investigación permitió que los profesionales freelance en la ciudad de Loja, puedan utilizar una plataforma para promocionar sus servicios y generen mayores ingresos.

3. Abstract

The term freelancer is used to describe self-employed or independent workers. In recent years freelancers have increased in large numbers and will continue to grow due to the need to be more autonomous and independent in a work environment.

The present research work was carried out with the objective of designing, developing, and implementing a web platform through the use of knowledge and graphic design software for the recruitment of freelance professionals in the area of visual communication in the city of Loja.

For the design and development of the system, "CRACK" brand was created along with a visual identity brand manual. The tools used for the development of the web platform were FIGMA, Adobe Illustrator and CMS Wordpress. In the implementation phase, a campaign was developed in digital media for the promotion and recruitment of freelancers in the area of visual communication, as well as the dissemination of the web platform.

The results obtained show that most freelance professionals in the city of Loja, do not know web platforms to promote their services. This research project allowed freelance professionals in the city of Loja to use a platform to promote their services and generate more income.

4. Problematización

Una de las principales transformaciones experimentadas en el mundo en la última década ha sido el surgimiento de las plataformas digitales de trabajo en línea. Esta nueva forma de trabajo no solo cambió los modelos de negocios existentes, sino también la modalidad de empleo en la que tales modelos de negocios se basan. Las plataformas digitales brindan soluciones como comodidades en cualquier momento que el *freelancer* lo decida. Sin embargo, dedicarse a este tipo de actividad también conlleva algunos riesgos en relación con la situación de empleo, ingresos inadecuados, protección social y otros beneficios que trabajos en oficina ofrecerían.

En la actualidad existen varias plataformas web internacionales para la contratación de *freelancer*, una de las más conocidas a nivel mundial es *Fiverr* la cual nos permite contratar freelance en cualquier parte del mundo y encontrar los mejores profesionales en distintas áreas y servicios. *Fiverr* además, es una plataforma especializada para la compra y venta de productos y servicios digitales, es decir, solo es posible vender servicios o productos que se pueda entregar en formato online, nada físico. Uno de los portales web más populares para ganar dinero online con trabajos puntuales. Esto se debe gracias a su facilidad de uso, la cantidad de servicios y productos que se pueden ofrecer, el gran número de usuarios activos que contratan servicios de freelance, así como la posibilidad de crecer en la plataforma ya que cuenta con un sistema de puntuación para generar buena reputación entre los profesionales que participan en ella (*Fiverr International Ltd, 2020*).

Otra de las plataformas más conocidas de *freelancer* es *Workana*. Es una plataforma de trabajo *freelancer* online más importante en Latinoamérica. Actualmente cuenta con casi 2 millones de *freelances* registrados, y más de 1000 oportunidades de trabajo *freelance* publicadas cada día. Fundada en 2012, es una de las primeras plataformas *freelance* surgidas en la región. Y, lo que la diferencia de otras plataformas es su enfoque en el mercado Latinoamericano. Además, su sistema de posiciones, que permite rankear tanto a los *freelancer* como a los clientes, con base en su reputación dentro de la plataforma. Esto promueve un entorno permanente de confianza y buenas prácticas (*Workana LLC, 2012*).

En Latinoamérica, el desempleo aumentó a lo largo de la década pasada esto afectó mayormente a los países sudamericanos. En Argentina, Brasil y Colombia, el desempleo creció persistentemente. También mostró una tendencia al alza en Bolivia, Chile, Paraguay, Uruguay, Venezuela y Ecuador. La tasa de desempleo en Ecuador en el 2018 se ubicaba en el 4,4% de la Población Económicamente Activa (PEA) y a comparación del año del 2017 no hubo alguna variación significativa, según información del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) (Granda & Feijoó, 2018).

Ecuador tiene una población aproximada de 12 millones de personas en edad para trabajar, de las cuales cerca de 8 millones pertenecen a la PEA. Sin embargo, apenas un 38.75% de dicha población tiene un empleo adecuado. Mientras que, el restante está en condición de subempleo: el 44.60% de los subempleados son asalariados y el 55,4% son independientes. Dentro de la PEA se encuentran personas desde los 15 años en adelante (inclúyase empleados y desempleados), estos últimos a pesar de no tener empleo están listos para laborar. En el grupo se incluyen a los trabajadores independientes que en algunos casos no poseen un trabajo fijo y otros tienen trabajos adicionales para obtener ingresos extras (Vásquez & Barrera, 2019).

En la ciudad de Loja, gran cantidad de personas no cuentan con un trabajo fijo, y si lo tienen, estos no reciben remuneraciones dignas, obligándose a adquirir ingresos extras. Los motivos varían según la situación, oportunidades o porque prefieren desempeñarse de manera independiente. En cualquiera de los casos, en la ciudad de Loja no se cuenta con una plataforma Web para la contratación de profesionales *freelancer* del área de la comunicación visual de la ciudad de Loja para exponer su experiencia, trayectoria, portafolios, así como también su información de contacto en caso de requerir los servicios por parte de empresas, personas naturales que demanden algún trabajo en particular, que en la mayoría de los casos no involucre una relación de dependencia.

5. Tema

Diseño, desarrollo e implementación de una plataforma web para la contratación de profesionales *freelancer* del área de la comunicación visual en la ciudad de Loja en el período abril - septiembre 2022.

5.1 Línea de Investigación

Desarrollo tecnológico, Internet de las cosas, big data e innovación en procesos de automatización y sistematización organizacional.

5.2 Sublínea de investigación

Mejora de condiciones laborales

6. Justificación

La presente investigación se justifica a nivel académico como uno de los requerimientos para adquirir el título de tecnólogo en la carrera de Diseño Gráfico en el Instituto Tecnológico Superior Sudamericano de la provincia de Loja. Es por ello por lo que el siguiente trabajo se enfocará en la creación de una plataforma web para la contratación de *freelancers* de la provincia de Loja.

La presente investigación también se justifica debido al desempleo que existe en la provincia de Loja. El auge de personas que laboran de manera independiente y las dificultades que estos presentan al ser contratados por; trabajos o actividades específicas, horas y un sinnúmero de motivos que los *freelances* presentan al momento de la contratación de servicios. Siendo así que, el autoempleo presenta grandes retos para los profesionales. La mayor parte de *freelances* se aventuran en el camino de prestar sus servicios de manera independiente, contactarse con clientes y poder destacar entre el mar de propuestas.

Frente a la tasa de desempleo y subempleo de ecuatorianos profesionales y no profesionales. Uno de los problemas, que tienen los independientes es la ausencia de un flujo constante para obtener clientes, meses con exceso de demanda, mientras que hay temporadas en que el trabajo es escaso.

A nivel tecnológico, la importancia de este proyecto es el éxito del sitio web, creando un motor de búsqueda fuertemente confiable, haciendo la navegación del usuario una experiencia sencilla, fácil y dinámica utilizando los conceptos de UX/UI. A su vez, el profesional *freelancer* tiene la oportunidad de subir a la plataforma web su hoja de vida, portafolio, experiencia laboral, entre otros atributos como sus datos personales, y así poder ser contratado. Con esto también se beneficiará a los usuarios y a los clientes puesto que en la era del internet y de las comunicaciones, los procesos ágiles y eficientes basados en estas tecnologías, permiten ahorrar tiempo y obtener grandes beneficios a bajo costo. A nivel social y con la situación laboral de ahora muchos jóvenes recién graduados, profesionales, se ven en la necesidad de contar con un empleo o trabajo digno y en muchos casos al no contar con ello quedan en la espera de alguna oportunidad que muchas veces no la obtienen. La forma de trabajo *freelance*

ofrece a estos profesionales un medio de ingresos, aportando la facilidad de trabajar en proyectos particulares y especializados, incluso suelen ser mucho mejor pagados y con menos gasto de dedicación y tiempo que en un trabajo convencional.

7. Objetivos

7.1 Objetivo general

Diseñar, desarrollar e implementar una plataforma web mediante el uso de conocimientos y softwares de diseño gráfico para la contratación de profesionales *freelancers* del área de la comunicación visual en la ciudad de Loja.

7.2 Objetivos específicos

Investigar las causas y consecuencias del desempleo de profesionales en la ciudad de Loja mediante la observación directa, entrevista, encuestas para conocer su situación actual.

Comprender la importancia de las plataformas web para la contratación de profesionales *freelancers* profesionales por medio de recursos bibliográficos como: libros, revistas, internet y bases de datos para el sustento de la investigación.

Diseñar y desarrollar la identidad e interfaz de la plataforma web a través de herramientas de diseño gráfico y cms para dar a conocer *freelancers* del área de la comunicación visual en la ciudad de Loja.

Implementar la plataforma digital mediante una campaña publicitaria para la promoción y captación de profesionales *freelancers* del área de la comunicación visual.

8. Marco Teórico

Capítulo I

8.1. Marco Institucional

Figura 1. *Logo del ISTS*



Nota. Logo que corresponde a la imagen de la institución de educación superior.

Fuente: ISTS (s.f).

RESEÑA HISTÓRICA

El Señor Manuel Alfonso Manitio Conumba crea el Instituto Técnico Superior Particular Sudamericano para la formación de TÉCNICOS, por lo que se hace el trámite respectivo en el Ministerio de Educación y Cultura, el cual con fecha 4 de junio de 1996 autoriza, con resolución Nro. 2403, la CREACIÓN y el FUNCIONAMIENTO de este Instituto Superior, con las especialidades del ciclo post bachillerato de: Contabilidad Bancaria, Administración de Empresas y Análisis de Sistemas.

Posteriormente, con resolución Nro. 4624 del 28 de noviembre de 1997, el Ministerio de Educación y Cultura autoriza el funcionamiento del ciclo post bachillerato, en las especialidades de: Secretariado Ejecutivo Trilingüe y Administración Bancaria. Con resolución Nro. 971 del 21 de septiembre de 1999, resuelve el Ministerio de Educación y Cultura elevar a la categoría de INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR PARTICULAR SUDAMERICANO, con las especialidades de: Administración Empresarial, Secretariado Ejecutivo Trilingüe, Finanzas y Banca, y Sistemas de Automatización.

Con oficio circular nro. 002-DNPE-A del 3 de junio de 2000, la Dirección Provincial de Educación de Loja hace conocer la nueva Ley de Educación Superior, publicada en el Registro Oficial Nro. 77 del mes de junio de 2000, en el cual dispone que los Institutos Superiores Técnicos y Tecnológicos, que dependen del Ministerio de Educación y Cultura, forman parte directamente del “Sistema Nacional de Educación Superior” conforme lo determina en los artículos 23 y 24. Por lo tanto, en el mes de noviembre de 2000, el Instituto Tecnológico Sudamericano de la ciudad de Loja pasa a formar parte del Consejo Nacional De Educación Superior CONESUP, con registro institucional Nro. 11-009 del 29 de noviembre de 2000.

A medida que avanza la demanda educativa el Instituto propone nuevas tecnologías, es así que de acuerdo con el Nro. 160 del 17 de noviembre de 2003, la Dirección Ejecutiva del CONESUP otorga licencia de funcionamiento en la carrera de: Diseño Gráfico y Publicidad, para que conceda títulos de técnico superior.

Con acuerdo ministerial Nro. 351 del 23 de noviembre de 2006, el CONESUP acuerda otorgar licencia de funcionamiento para las tecnologías en las carreras de: Gastronomía, Gestión Ambiental Electrónica y Administración Turística.

En circunstancias de que en el año 2008 asume la dirección de la academia en el país el CES (Consejo de Educación Superior), la SENESCYT (Secretaría Nacional de Educación Superior Ciencia y Tecnología) y el CEAACES (Consejo de Evaluación, Acreditación y Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior), el Tecnológico Sudamericano se une al planteamiento de la transformación de la educación superior tecnológica con miras a contribuir con los objetivos y metas planteadas en el Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017, para el consecuente cambio de la matriz productiva que nos conduzca a ser un país con un modelo de gestión y de emprendimiento ejemplo de la región.

Esta transformación inicia su trabajo en el registro de carreras, metas que luego de grandes jornadas y del esfuerzo de todos los miembros de la familia sudamericana se consigue mediante Resolución RPC-SO-11-Nro.110-2014 con fecha

26 de marzo del 2015. Con dicha resolución, las ocho carreras que en aquel entonces ofertaba el Tecnológico Sudamericano demuestran pertinencia para la proyección laboral de sus futuros profesionales.

En el año 2014 el CEAACES ejecuta los procesos de evaluación con fines de acreditación a los institutos tecnológicos públicos y particulares del Ecuador; para el Tecnológico Sudamericano, este ha sido uno de los momentos más importantes de su vida institucional en el cual debió rendir cuentas de su gestión. De esto resulta que la institución acredita con una calificación del 91% de eficiencia según resolución del CES y CEAACES, logrando estar entre las instituciones mejor puntuadas del Ecuador.

Actualmente, ya para el año 2022 el Tecnológico Sudamericano ha dado grandes pasos, considerando inclusive el esfuerzo redoblado ejecutado durante cerca de dos años de pandemia sanitaria mundial generada por la Covid 19; los progresos se concluyen en:

- ✓ 10 carreras de modalidad presencial
- ✓ 7 carreras de modalidad online
- ✓ 2 carreras de modalidad semipresencial
- ✓ 1 centro de idiomas CIS, este último proyectado a la enseñanza – aprendizaje de varios idiomas partiendo por el inglés. Actualmente Cambridge es la entidad externa que avala la calidad académica del centro.
- ✓ Proyecto presentado ante el CES para la transformación a Instituto Superior Universitario
- ✓ Proyecto integral para la construcción del campus educativo en Loja – Sector Moraspamba.
- ✓ Proyecto de creación de la Sede del Instituto Superior Tecnológico Sudamericano en la ciudad de Machala
- ✓ Progreso hacia la transformación integral digital en todos los procesos académicos, financieros y de procesos.

Nuestros estudiantes provienen especialmente del cantón Loja así como de la provincia; sin embargo, hay una importante población estudiantil que proviene de

otras provincias como El Oro, Zamora Chinchipe, Azuay e incluso de la Región Insular Galápagos.

Las formación de seres humanos y profesionales enfocados a laborar en el sector público como privado en la generación de ideas y solución de conflictos es una valiosa premisa, empero, el mayor de los retos es motivar a los profesionales de tercer nivel superior tecnológico para que pasen a ser parte del grupo de emprendedores; entendiéndose que esta actividad dinamiza en todo orden al sistema productivo, económico, laboral y por ende social de una ciudad o país.

La misión, visión y valores constituyen su carta de presentación y su plan estratégico su brújula para caminar hacia un futuro prometedor en el cual los principios de calidad y pertinencia tengan su asidero.

MODELO EDUCATIVO

A través del modelo curricular, el modelo pedagógico y el modelo didáctico se fundamenta la formación tecnológica, profesional y humana que es responsabilidad y objetivo principal de la institución; cada uno de los modelos enfatiza en los objetivos y perfiles de salida estipulados para cada carrera, puesto que el fin mismo de la educación tecnológica que brinda el Instituto Sudamericano es el de generar producción de mano de obra calificada que permita el crecimiento laboral y económico de la región sur del país de forma prioritaria.

Figura 2. Modelo educativo ISTS



El modelo en conjunto está sustentado en la Teoría del Constructivismo; el constructivismo percibe el aprendizaje como actividad personal enmarcada en contextos funcionales, significativos y auténticos. Todas estas ideas han sido tomadas de matices diferentes, se pueden destacar dos de los autores más importantes que han aportado más al constructivismo: Jean Piaget con el Constructivismo Psicológico y Lev Vygotsky con el Constructivismo Social.

El modelo curricular basado en competencias pretende enfocar los problemas que abordarán los profesionales como eje para el diseño. Se caracteriza por: utilizar recursos que simulan la vida real, ofrecer una gran variedad de recursos para que los estudiantes analicen y resuelvan problemas, enfatizar el trabajo cooperativo apoyado por un tutor y abordar de manera integral un problema cada vez.

Ing. Ana Marcela Cordero, Mgs.

RECTORA ISTS

Capítulo II

8.2. Marco Conceptual

8.2.1 Freelancer

El profesional *freelancer* se caracteriza por ser un trabajo en el cual el empleado realiza su actividad de forma autónoma, o sea, el trabajador ofrece los servicios de su profesión a terceros los cuales se denominan sus clientes; tienen toda la libertad de organizar sus horarios y cobran por trabajo realizado, volumen o resultados. Los *freelancer* van de la mano con la era de la información ya que estos pueden ofrecer sus servicios a cualquier persona o empresa sin importar el país en el que se encuentren. Desde la antigüedad la palabra *freelancer* es conocida para darle nombre a los mercenarios, los cuales no tenían jefes ni una responsabilidad determinada. Actualmente este término es utilizado para describir a personas autónomas o independientes laboralmente (Esumer & Tendencias Futuro, 2018). En los últimos años los trabajadores *freelancer* han aumentado en grandes cantidades y seguirá creciendo debido a las necesidades de ser más autónomos e independientes en un ámbito laboral.

8.2.1.1 Tipos de *freelancer*

El trabajar en forma remota es una actividad cada vez más común, debido a la alta conectividad, pero también a cambios de paradigma en las empresas y en las formas de atraer el talento, como así también la forma en que conciben el trabajo las nuevas generaciones (Veliz, 2018).

El mundo *freelancer* cada vez gana más seguidores que están en la búsqueda de una forma más rápida y cómoda de trabajar, utilizando sus destrezas y habilidades y desde su propia comodidad. Por tal motivo, existen varios tipos de *freelancer*, entre ellos se encuentran:

1. Contratistas independientes: No tienen un empleador como tal y en su lugar hacen trabajos *freelancer* puntuales en proyectos.

2. Moonlighters: Son trabajadores por cuenta ajena que aprovechan sus horas libres para trabajos *freelancer*.

3. Diversificados: Cuentan con múltiples fuentes de ingresos, resultado de la combinación de trabajos de diversa índole, sean por cuenta ajena o propia.

4. Temporales: Aquellos que cuentan únicamente con un cliente y perciben esa situación como temporal.

5. Propietarios de negocios independientes: Dueños de negocios con entre uno y cinco empleados que se consideran profesionales independientes (Van den Born & Van Witteloostuijn, 2013).

8.2.1.2 Característica de *freelancer*

El término *freelancer* es el anglicismo usado para definir a las personas que trabajan de manera independiente, autónoma, habitualmente desde sus casas y sin cumplir con largas horas en la oficina. Esta alternativa laboral innovadora ha ganado mucha popularidad en los últimos años y para muchos es la mejor manera para alcanzar el éxito en sus carreras profesionales. Las características relevantes del elemento personal de un *freelancer* son:

- Es un trabajador independiente o autónomo, es decir no es subordinado.
- No existe dependencia continuada con el contratante.
- Se le contrata para una labor determinada, una vez terminada su labor el contrato termina automáticamente en forma norma.
- Se le paga una retribución pudiéndose denominar honorario.
- No está sujeto a cumplir órdenes inmediatas.
- No está sujeto a cumplir una jornada de trabajo.
- Su labor la ejecuta desde su cada u oficina propia.
- Recibe retribución no en función del tiempo empleado sino del resultado obtenido.
- Ofrece servicios de cualquier tipo u oficio (Matheu, 2015).

8.2.1.3 Categorías más demandadas en *freelancer*

El mundo *freelancer* ha crecido a escalas que jamás nos imaginamos, convirtiéndose así en una de las fuentes de ingresos más estable para diferentes profesionales en todas las áreas existentes. A veces necesitamos ser expertos y contar con conocimientos profundos, mientras que en otras ocasiones solo necesitamos ser bueno en ello. Sin embargo, como en toda comunidad siempre habrá trabajos con mayor y menor demanda, es por ello que les resumiremos los más solicitados en esta era digital. Los mejores trabajos de *freelancer* según Nicolalde (2018).

- Tech: Programador web, desarrollador mobile, administrador de sistemas.
- Expertos en manejo de DATA: Analista, ingeniero etc.
- Project Management: Coach agile, product manager, mobile Project.
- Diseño web y diseño gráfico: Diseñador, ilustrador, director de arte.
- Imagen y sonido: Fotógrafo, animación 3D, realizador etc.
- Marketing: Consultor de Marketing Digital, Consultor SEO, etc
- Comunicación: Social media Manager, periodista

8.2.2 Desempleo de profesionales en la ciudad de Loja

Las cifras de los profesionales en la ciudad de Loja revelan que las personas con estudios de nivel medio superior y superior se mantienen como el principal grupo entre los desempleados. Al finalizar 2014 representaron 48.22 por ciento del total de personas sin trabajo. Tal cantidad supera con nueve puntos el registro de julio pasado, cuando los desempleados universitarios o con estudios de bachillerato representaron 39.23 por ciento del total de gente sin empleo. Ello implica que tan sólo en un semestre, de julio a diciembre, el desempleo entre quienes tienen estudios universitarios y de educación media superior aumentó 22.9 por ciento.” El índice de profesionales que se gradúan es cada vez más alto cada uno de ellos se gradúa con la esperanza de encontrar un buen trabajo y poner en práctica sus

conocimientos adquiridos son cada menos las oportunidades que les oferta (Cango, 2018).

De acuerdo con los resultados antes mencionado vemos un desempleo de profesionales en la ciudad de Loja muy elevado, ya que en la actualidad existen pocas oportunidades laborales y con la inexistencia de una plataforma para promocionar nuestros trabajos y nuestras capacidades se nos dificultad encontrar un empleo o un trabajo como *freelancer*.

Capítulo III

8.2.3 Plataformas Digitales

Fiverr Es una plataforma digital que ofrece servicios independientes publicados por profesionales freelance. Un servicio ofrecido de *Fiverr* se define como un “gig”. El sitio web *Fiverr.com* ofrece una propuesta atractiva a los usuarios: comprar (o vender) servicio por \$ 5 el “gig”, operando con la noción de que el vendedor tiene un talento que alguien más necesita. *Fiverr* es un mercado global donde estos proveedores y *freelancers* pueden hacer un trato. *Fiverr.com* permite a los *freelancers* conectarse y trabajar desde cualquier parte del mundo. Permite a los trabajadores ganar dinero fácilmente o encontrar un servicio que lo necesite desde casa (Green, 2018).

Workana Es una plataforma de trabajo *freelance* online más importante en Latinoamérica. Actualmente cuenta con casi 2 millones de freelances registrados, y más de 1000 oportunidades de trabajo *freelance* publicadas cada día. Fundada en 2012, es una de las primeras plataformas *freelance* surgidas en la región. Y, lo que la diferencia de otras plataformas es su enfoque en el mercado Latinoamericano. Además, su sistema de posiciones, que permite rankear tanto a los *freelances* como a los clientes, con base en su reputación dentro de la plataforma. Esto promueve un entorno permanente de confianza y buenas prácticas (Workana LLC, 2012).

8.2.4 Portal Web

“Un portal de Internet es un sitio web cuya característica fundamental es la de servir de Puerta de entrada (única) para ofrecer al usuario, de forma fácil e integrada, el acceso a una serie de recursos y de servicios relacionados a un mismo tema. Incluye: enlaces, buscadores, foros, documentos, aplicaciones, compra electrónica, etc. Principalmente un portal en internet está dirigido a resolver necesidades de información específica de un tema en particular” (Sanchez, 2012).

El portal web que crearemos será una plataforma que ofrezca al usuario un servicio específico el cual será la contratación de profesionales *freelancer* de la provincia de Loja.

8.2.5 UX

Una definición técnica que nos indica International Standards Organisation (ISO) en su estándar número 9241-210:2010 [12]. El cuál fue creado a partir del ISO 13407:1999, con su propuesta en el año 2008 para la mejora y adaptación a la nueva situación y el cuál fue publicado en 2010. En el apartado 2.15 nos dice que la experiencia de usuario es todo aquello relacionado con “las percepciones y respuestas de la persona como resultado del uso y/o uso anticipado de un producto, sistema o servicio” (Torregrosa, 2017).

La experiencia de usuario juega un rol fundamental en la creación de una plataforma web ya que es la base principal para que nuestro usuario tenga una experiencia buena y consuma el contenido o servicio que estamos brindando.

Por lo cuál para qué nuestro usuario tenga una mejor experiencia con la plataforma web lo principal que debemos realizar es preguntar a nuestro potencial usuario ¿Qué es lo que busca y necesita de la plataforma?, con eso partimos con algo fundamental que es entender principalmente que es lo que necesita y quiere nuestro usuario y con ello podemos realizar en conjunto con las leyes de UX un diseño y una experiencia satisfactoria a nuestro usuario.

8.2.6 Sistema Gestor de Contenidos (CMS)

Para realizar la plataforma web de contratación de *freelancer* y para tener un mejor manejo de esta es preciso utilizar un CMS, lo cual detallare más sobre este tema a continuación.

8.2.6.1 Definición

Consiste en una interfaz que controla una o varias bases de datos donde se aloja el contenido del sitio. El sistema permite manejar de manera independiente el

contenido y el diseño. Así, es posible manejar el contenido y darle en cualquier momento un diseño distinto al sitio sin tener que darle formato al contenido de nuevo, además de permitir la fácil y controlada publicación en el sitio a varios editores (Taringa, 2008).

El CMS nos permite manejar de una manera más sencilla la información, diseño y controlar todos los aspectos de nuestra plataforma web.

8.2.6.2 Algunos gestores de contenido (CMS)

Actualmente existen varios gestores de contenidos también llamado CMS, a continuación, detallare algunos de los CMS más famosos y los más utilizados en la actualidad.

- Moodle
- Drupal
- Wordpress
- Typo3
- Oscommerce

De los gestores de contenido (CMS) nombrados anteriormente cada uno cumple con un objetivo mutuo el cuál es gestionar los contenidos de una manera sencilla y sin ocupar leguajes de programación, no obstante, en los gestores de contenido puedes realizar modificaciones en el código para tener un mayor control de los mismo.

8.2.7 Wordpress

Para el diseño y desarrollo de nuestra plataforma web utilizaremos uno de los CMS más utilizados en la actualidad, Wordpress es una CMS de código abierto lo que significa que es gratuito.

Como cualquier producto de código abierto, Wordpress es extensible. Tras la instalación de WordPress, dispondrá de una herramienta de publicación Web

bastante completa (Aubry, 2011). Pero se puede reforzar con varias características que puede incluir temas ya preestablecidos, extensiones para nuevas funcionalidades como una tienda virtual con la extensión de Woocommerce que es gratuita y es propia de Wordpress.

8.2.7.1 Temas de Wordpress

“Cada sitio debe ser único: debe estar diseñado utilizando la imagen de la empresa y para sus lectores. Wordpress le permite elegir entre miles de apariencias, diseños y presentaciones diferentes. Todas estas plantillas de presentación reciben el nombre de “Temas” en WordPress” (Aubry, 2011).

Para el desarrollo de la plataforma web en wordpress se utilizará una de las funcionalidades más grandes de wordpress que son los temas ya preestablecidos, pero realizando algunos cambios en el tema como: colores, tipografías, imágenes, etc. Utilizando las técnicas de UX para que el usuario tenga una mejor experiencia dentro de la plataforma.

8.2.8 Publicidad Digital

La publicidad digital es la nueva forma de transmitir un mensaje en el cuál integra plataformas y herramientas digitales.

Una de las herramientas para realizar publicidad digital puede ser SEM, redes sociales, páginas web, entre otros.

Según Tomas & Cyberclick (2015), la publicidad digital está ganando cada vez más terreno en las empresas. Hay sectores actualmente que funcionan netamente en el entorno digital como las series, hoteles, compra de boletos de avión. No cabe duda de que los diferentes formatos de publicidad digital son cada vez más los protagonistas de las estrategias de marketing.

8.2.8.1 Ventajas de la Publicidad Digital

Cobertura: La Publicidad Online está disponible las 24 horas del día los 365 días del año, lo que permite a cualquier empresa estar visible y ser accesible para millones de personas alrededor del mundo con sus ofertas y promociones.

Ahorro de tiempo: A menos que se tenga en mente trabajar en una campaña online millonaria, la realidad es que con herramientas gratuitas y mucha creatividad podemos tener disponibles nuestros anuncios publicitarios online en cuestión de minutos, algo imposible de lograr en anuncios de prensa, radio o televisión.

Formatos Variados: En Internet, a diferencia de cualquier otro medio, convergen infinidad de formatos. La inventiva que se puede explotar con la Publicidad Digital es hoy por hoy mucho más grande que la que podemos ver en la televisión, por ejemplo. Además, con el crecimiento de la tecnología y las plataformas digitales las barreras del desarrollo se seguirán derribando con lo que las posibilidades serán prácticamente ilimitadas.

Flexibilidad: Tan cierto como que podemos hacer nuestro anuncio online en cuestión de minutos, es el hecho de que podemos actualizarlo o modificarlo igualmente rápido si lo que requerimos es optimizar los resultados (Group, 2013).

Bajos Costos: Generar anuncios para Internet no es sólo más rápido y sencillo; es también mucho más económico que hacerlo para medios tradicionales.

Segmentación: La posibilidad de segmentar el mercado al cual queremos dirigirnos es crucial dentro de la Publicidad Online. Lo interesante es que en el caso de Internet y las Redes Sociales ésta va mucho más allá de la segmentación geográfica y demográfica, permitiendo que el anunciante pueda realizar segmentaciones pictográficas, que son aquellas que responden a estilos de vida, personalidad y variables de conducta y de compra.

Comunicación bidireccional e Interactividad: La posibilidad de que el receptor se pueda convertir en emisor y transmitir sus propias ideas es otra de las grandes ventajas de la Publicidad Online.

Efectividad: Con el advenimiento de las Redes Sociales la Publicidad Online ha llegado a niveles a los que ningún medio tradicional ha llegado. Y es que gracias a las Redes Sociales podemos amplificar nuestros mensajes publicitarios y alcanzar a personas a las que de otra manera nunca habiéramos tocado con nuestra publicidad (Group, 2013).

Confiabilidad: El miedo y la incredulidad que reinó entre los cibernautas en los albores de la Publicidad Online, y sobre todo el sentimiento de impotencia y vulnerabilidad de los usuarios ante el acoso descontrolado de los mensajes de email son cosa del pasado. Hoy el internauta está cada vez más dispuesto a abrir correos promocionales y a hacer clics en banners y formatos de publicidad variados para conocer qué ofertas tienen para él las grandes marcas. Y mejor aún, en vitalizar esos contenidos cuando lo consideran beneficioso para su círculo de amigos.

Medible: Todo esto es posible bajo estrictos procesos de medición de resultados, algo que los medios tradicionales tampoco han podido garantizar con la inmediatez y confiabilidad que nos permiten plataformas gratuitas como Google Analíticas (Group, 2013).

8.2.8.2 Riesgos de la Publicidad Digital

Lo que tenemos que tomar en cuenta es que existen varias ventajas en torno a realizar publicidad digital acompañado de una campaña, eso no significa que es fácil o que vamos a tener resultados rápidos, al contrario, se requiere mayor genialidad para poder crear publicidad y campañas exitosas que cumplan con nuestras expectativas, las desventajas no son numerosas, pero debemos tomarlas en cuenta para tener resultados óptimos ya que este camino de publicidad digital lleva tiempo y constancia (Group, 2013).

Saturación: La efectividad comprobada de estas técnicas ha hecho que estemos cada vez más expuestos a mensajes publicitarios. Esta saturación nos lleva a ser más selectivos, por lo que las estrategias digitales nos exigen igualmente más inventiva.

Limitada: La Publicidad Online, sobra decirlo, sólo ha de llegar a aquellos consumidores que cuentan con Internet, lo que de alguna manera puede convertirla en elitista, aunque con la penetración de Internet en el mundo, y de manera especial, con el surgimiento de la web móvil, es un riesgo que cada día pesa menos.

Lenta: Quizá resulte relevante destacar que la Publicidad Online produce efectos más lentos en el consumidor, en parte porque está compitiendo con un número mucho mayor de mensajes publicitarios.

Peligrosa: Aunque los controles se han incrementado con el transcurrir del tiempo, acciones como el “phishing1” siguen siendo un riesgo innegable para muchos usuarios de Internet que deben tomar todas las precauciones posibles para no ser presa de los “hackers2” o delincuentes cibernéticos (Group, 2013).

9. Metodología

9.1. Métodos

9.1.1. Método Fenomenológico

La fenomenología, como método, requiere del investigador que la asume el conocimiento de las bases y fundamentos que dan sentido a las acciones que él debe realizar para el abordaje de aquello que investiga (Leal, 2000).

Para realizar la primera parte del proyecto nos guiamos en un Método Fenomenológico que inician con la aproximación a investigar las causas y consecuencias del desempleo en la provincia de Loja continúa con el desarrollo de la observación directa, entrevistas, encuestas y se concluye con la recopilación de datos sobre la situación actual.

9.1.2. Método Hermenéutico

La hermenéutica ofrece una alternativa para investigaciones centradas en la interpretación de textos. La misma implica un proceso dialéctico en el cual el investigador navega entre las partes y el todo del texto para lograr una comprensión adecuada del mismo (Quintana & Hermida, 2019).

La segunda parte del proyecto se realiza mediante el Método Hermenéutico que inicia con la comprensión de la importancia de las plataformas digitales para la contratación de *freelancer*, continúa con la redacción de saberes encontrados en recursos bibliográficos como: libros, revistas, internet y bases de datos.

9.1.3. Método Práctico Proyectual

El método proyectual consiste en una serie de operaciones necesarias dispuestas en un orden lógico, y su finalidad es conseguir un máximo resultado con un mínimo esfuerzo (Munari, 2018).

La tercera parte se desarrolla con el Método Práctico – Proyectual que inicia con el diseño y desarrollo de la identidad e interfaz de la plataforma web a través de herramientas de diseño gráfico y de cms, continúa con la descripción de los

beneficiarios, cronograma de actividades, recursos, formas de evaluación, y concluye con la defensa del proyecto: diseño, desarrollo e implementación de una plataforma web para la contratación de *freelancer* de la provincia de Loja.

9.2 Técnicas de investigación

9.2.1 Entrevista

“La entrevista pretende, a través de la recogida de un conjunto de saberes privados, la construcción del sentido social de la conducta individual o del grupo de referencia de ese individuo” (García, 2008).

Favorecerá para obtener información amplia, variada y personalizada acerca de la situación actual de los profesionales desempleados y como les beneficiaría la plataforma web para la contratación de profesionales *freelancer*.

9.2.2 Encuesta

“La técnica de la encuesta es ampliamente utilizada como procedimiento de investigación, ya que permite obtener y elaborar datos de modo rápido y eficaz” (Anguita, Labrador et. al., 2003).

Esta técnica me permitirá entender la situación actual de los profesionales *freelancer* de la provincia de Loja para conocer sus necesidades y recomendaciones para la plataforma web, recopilando la información necesaria para determinar los servicios y categorías que estarán en la plataforma web.

9.2.3 Observación

“La observación es un proceso cuya función primera e inmediata es recoger información sobre el objeto que se toma en consideración. Esta recogida implica una actividad de codificación: la información bruta seleccionada se traduce mediante un código para ser transmitida a alguien (uno mismo u otros). Los numerosos sistemas de codificación que existen podrían agruparse en dos categorías: los sistemas de selección, en los que la información se codifica de un modo sistematizado mediante unas cuadrículas o parrillas preestablecidas, y los sistemas de producción, en los que el observador confecciona él mismo su sistema de codificación” (Fabbri, 1998).

La observación se aplicará para determinar los problemas que enfrentan actualmente los profesionales desempleados y como una plataforma web les podría

beneficiar para que puedan realizar trabajos de *freelancer* y puedan ser contratados mediante una plataforma web

10. Determinación de la muestra

Para obtener el tamaño de la muestra se tomó como universo a la población de la provincia de Loja en un rango de edad de 20 a 59 años teniendo un total de 187140 datos obtenidos del (INEC, 2017).

10.1. Aplicación de la Fórmula de la Muestra

$$n = \frac{187140 * 1.962 * 0.5 * 0.5}{\{[187149 - 1)0.052] + [1.962 * 0.5 * 0.5]\}}$$

$$n = \frac{84501.75}{(219.96 + 4.09)}$$

$$n = 384 \text{ encuestas}$$

Por lo tanto, el número de encuestados en la ciudad de Loja será de 384.

11. Análisis de resultados: Cuantitativos y Cualitativos

11.1. Tabulación

1. Datos generales: Rango de edad.

Tabla 1. *Pregunta 1.*

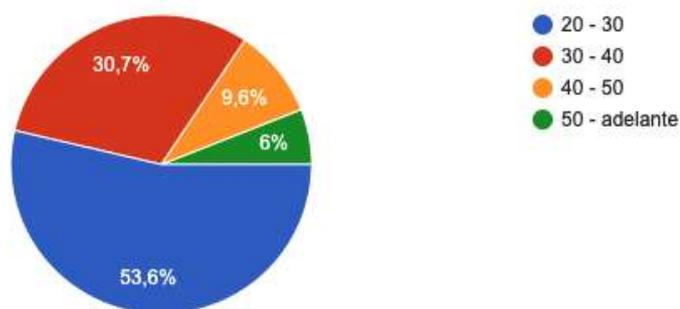
OPCIONES	RESPUESTA	PORCENTAJE
20 – 30	206	53,6%
30 – 40	118	30,7%
40 - 50	37	9,6%
50 – adelante	23	6%
TOTAL	384	100%

Nota: Resultados de la encuesta elaborado por el autor

Figura 3. *Gráfico de los resultados pregunta 1*

Datos Generales: Rango de edad

384 respuestas



Análisis cuantitativo

Como se puede observar en la gráfica, del 100% de la población encuestada, que significan 384 habitantes, el 53,6% de la población, que representa a 206 encuestados, tiene un rango de edad de 20-30 años, el 30,7%, que representa a 118 encuestados, tiene un rango de edad de 30-40 años, el 9,6%, que representa 37 encuestados, tiene un rango de edad de 40-50 años, el 6% que representa 23 encuestados, tiene un rango de edad de 50 – adelante.

Análisis cualitativo

Analizando los resultados encontramos que la mayoría de la población encuestada tiene un rango de edad entre 20 a 50 años..

2. ¿Cómo identifica su situación laboral actualmente?

Tabla 2. Pregunta 2.

OPCIONES	RESPUESTA	PORCENTAJE
En relación de dependencia	233	60,7%
De manera <i>freelance</i> /independiente	50	13%
En relación de dependencia y de forma <i>freelance</i> /independiente	71	18,5%
Desempleado	30	7,8%
TOTAL	384	100%

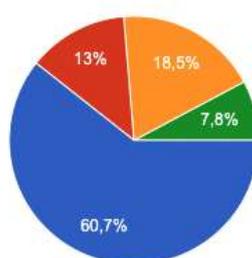
Nota: Resultados de la encuesta elaborado por el autor

Figura 4. Gráfico de los resultados pregunta 2

¿Cómo identifica su situación laboral actualmente?

384 respuestas

 Copiar



- En relación de dependencia.
- De manera Freelance/independiente
- En relación de dependencia y de forma freelance/independiente.
- Desempleado

Análisis cuantitativo

Como se puede observar en la gráfica, del 100% de la población encuestada, que significan 384 habitantes, el 60,7% de la población, que representa a 233 encuestados, trabaja en relación de dependencia, el 13%, que representa a 50 encuestados, trabaja de manera *freelance*/independiente,

el 18,5%, que representa 71 encuestados, trabaja en relación de dependencia y de forma *freelance*/independiente, el 7,8% que representa 30 encuestados, se encuentra desempleado.

Análisis cualitativo

Considerando los resultados obtenidos, en su mayoría de encuestados mantiene un trabajo en relación de dependencia y se puede evidenciar en un porcentaje alto de personas que trabajan de forma *freelance* y de manera *freelance* y relación de dependencia.

3. ¿Utiliza alguna plataforma web para promocionar su trabajo?

Tabla 3. *Pregunta 3.*

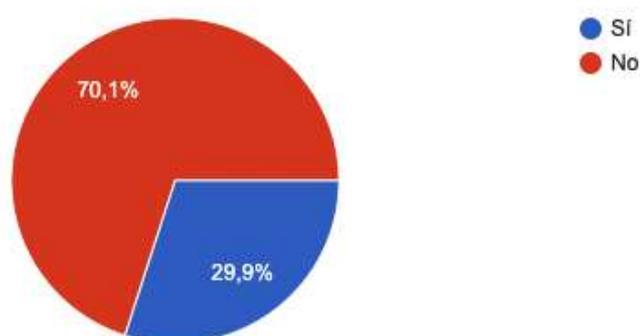
OPCIONES	RESPUESTA	PORCENTAJE
Si	115	29,9%
No	269	70,1%
TOTAL	384	100%

Nota: Resultados de la encuesta elaborado por el autor

Figura 5. *Gráfico de los resultados pregunta 3*

¿Utiliza alguna plataforma web para promocionar su trabajo?

384 respuestas



Análisis cuantitativo

Como se puede observar en la gráfica, del 100% de la población encuestada, que significan 384 habitantes, el 70,1% de la población, que representa 269 encuestados, no utiliza una plataforma web para promocionar su trabajo, mientras que, el 29,9% de la población, que representa 115 encuestados, si utilizan una plataforma web para promocionar su trabajo.

Análisis cualitativo

Considerando los resultados obtenidos, en su mayoría de encuestados la mayoría no utilizan una plataforma web para promocionar su trabajo, con lo que evidenciamos que es un porcentaje alto de la población que no utiliza una plataforma para la promoción de su trabajo o servicio.

4. ¿Conoce usted que existen plataformas web en la que puede contratar servicios profesionales de *freelance* en el área de la comunicación visual?

Tabla 4. *Pregunta 4.*

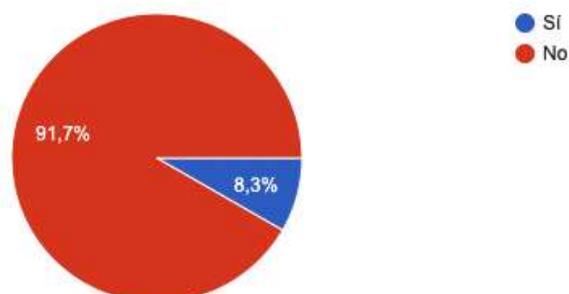
OPCIONES	RESPUESTA	PORCENTAJE
Si	32	8,3%
No	352	91,7%%
TOTAL	384	100%

Nota: Resultados de la encuesta elaborado por el autor

Figura 6. Gráfico de los resultados pregunta 4

¿Conoce usted que existen plataformas web en la que puede contratar servicios profesionales de Freelance en el área de la comunicación visual?

384 respuestas



Análisis cuantitativo

Como se puede observar en la gráfica, del 100% de la población encuestada, que significan 384 habitantes, el 91,7% de la población, que representa 352 encuestados, no conocen que existen plataformas web en la que pueden contratar servicios profesionales de *freelance* en el área de la comunicación visual, mientras que, el porcentaje restante 8,3%, es decir 32 encuestados, indican conocer sobre esto.

Análisis cualitativo

Considerando los resultados obtenidos, en su mayoría no conocen que existen plataformas web en la que pueden contratar servicios profesionales de *freelance* en el área de la comunicación visual, con lo que evidenciamos que es un sector reducido el que conoce sobre estas plataformas.

5. ¿De las siguientes plataformas web cuales conoce o a utilizado para contratar servicios profesionales de *freelance*, o promocionar su trabajo de *freelance*?

Tabla 5. Pregunta 5.

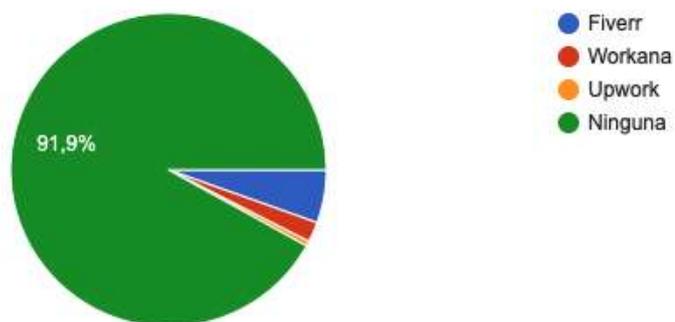
OPCIONES	RESPUESTA	PORCENTAJE
Fiverr	21	5,5%
Workana	8	2,1% %
Upwork	2	2%
Ninguna	353	91,9
TOTAL	384	100%

Nota: Resultados de la encuesta elaborado por el autor

Figura 7. Gráfico de los resultados pregunta 5

¿De las siguientes plataformas web cuales conoce o a utilizado para contratar servicios profesionales de freelancer, o promocionar su trabajo de freelance?

384 respuestas



Análisis cuantitativo

Como se puede observar en la gráfica, del 100% de la población encuestada, que significan 384 habitantes, el 91,9% de la población, que representa 353 encuestados, no conocen o a utilizado una plataforma web para contratar profesionales de freelance o promocionar su trabajo freelance, mientras que, el 5,5% de la población, que representan 21 encuestados, conocen la plataforma Fiverr, el 2,1% de la población, que representan 8

encuestados, conocen la plataforma Workana, el 2% de la población, que representan 2 encuestados, conocen la plataforma Upwork.

Análisis cualitativo

Considerando los resultados obtenidos, en su mayoría no utilizan y desconocen de las plataformas web más conocidas actualmente para la promoción y contratación de profesionales *freelance*, evidenciando la falta de conocimiento de la población encuestada sobre plataformas web para la contratación de profesionales *freelance*.

6. ¿Le interesaría que existiera una plataforma web para contratar profesionales freelance en el área de la comunicación visual, y para promocionar su trabajo?

Tabla 6. *Pregunta 6.*

OPCIONES	RESPUESTA	PORCENTAJE
Si	381	99.2%
No	3	0,8%
TOTAL	384	100%

Nota: Resultados de la encuesta elaborado por el autor

Figura 8. *Gráfico de los resultados pregunta 6*

¿Le interesaría que existiera una plataforma web para contratar profesionales Freelance en el área de la comunicación visual, y para promocionar su trabajo?

384 respuestas



Análisis cuantitativo

Como se puede observar en la gráfica, del 100% de la población encuestada, que significan 384 habitantes, el 99,2% de la población, que representa 381 encuestados, si les interesa que existiera una plataforma web para contratar profesionales freelance en el área de la comunicación visual y para promocionar su trabajo, mientras que, el porcentaje restante 0,8%, es decir 3 encuestados, indican que no les interesaría.

Análisis cualitativo

Considerando los resultados obtenidos, la mayoría de encuestados indican que si les interesaría que existiera una plataforma web para contratar profesionales freelance en el área de la comunicación visual y para promocionar su trabajo, demostrando así la factibilidad de este proyecto.

7. ¿De crearse esta plataforma web cómo consideraría usted que sería el aporte para su organización, empresa o cómo *freelance*?

Tabla 7. Pregunta 7.

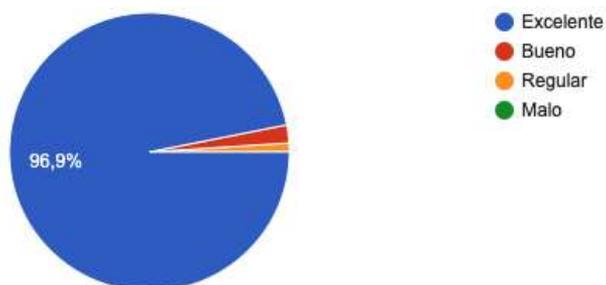
OPCIONES	RESPUESTA	PORCENTAJE
Excelente	372	96,9%
Bueno	8	2,1% %
Regular	4	1%
Malo	0	0%
TOTAL	384	100%

Nota: Resultados de la encuesta elaborado por el autor

Figura 9. Gráfico de los resultados pregunta 7

¿De crearse esta plataforma web cómo consideraría usted que sería el aporte para su organización, empresa o cómo Freelance?

384 respuestas



Análisis cuantitativo

Como se puede observar en la gráfica, del 100% de la población encuestada, que significan 384 habitantes, el 96,9% de la población, que corresponden a 372 encuestados, consideran excelente la aportación de crearse esta plataforma web para su organización, empresa o *freelance*, mientras que el 2,1% de la población, que corresponden a 8 encuestados, indican que sería Bueno, y el 1% de la población, que corresponden a 4 encuestados, consideran Regular, y el 0% de la población lo consideran Malo.

Análisis cualitativo

Considerando los resultados obtenidos, la mayoría de encuestados consideran excelente y bueno la creación de esta plataforma web para la contratación de profesionales *freelance* y que es un excelente aporte para su organización, empresa y cómo *freelane*, evidenciando en un menor porcentaje que consideran regular y malo. Basándonos en estos resultados podemos considerar poner en marcha la elaboración de la plataforma web para la contratación de profesionales *freelance* en el área de la comunicación visual.

12. Propuesta de Acción

12.1. Introducción

El presente proyecto está enfocado en el diseño, desarrollo e implementación de una plataforma web para la contratación y promoción de profesionales *freelance* en el área de la comunicación visual en la ciudad de Loja, el presente proyecto se alinea con los objetivos planteados al inicio de la propuesta.

Los recursos gráficos propuestos para el presente proyecto son los siguientes: manual de marca, elaboración de *wireframes* para guía de diseño de la plataforma web, campaña de difusión en redes sociales, creación de manuales de uso de plataforma en formato PDF.

Para la creación de la plataforma web se utilizará el *CMS Wordpress* y una plantilla la cuál servirá como base para cumplir los lineamientos de diseño de la plataforma web antes propuesta.

Se ha realizado un cronograma en el que se distribuye las actividades a realizar con el fin de diseñar, desarrollar e implementar la plataforma web.

Tabla 8. *Cronograma de actividades*

Actividades	Fecha	Responsable
Diseño y Creación de manual de marca	11/07/2022	Frans Godoy Alvarez
Creación de wireframes y liníamientos de diseño para plataforma web	20/07/2022	Frans Godoy Alvarez
Desarrollo de plataforma web	22/07/2022	Frans Godoy Alvarez
Pruebas de funcionalidad de la plataforma web	10/08/2022	Frans Godoy Alvarez
Creación de manual de uso de la plataforma web en formato video y pdf.	12/08/2022	Frans Godoy Alvarez

Adquisición de profesionales freelance para la plataforma web.	15/08/2022	Frans Godoy Alvarez
Creación y diseño de artes para la difusión de la plataforma web.	17/08/2022	Frans Godoy Alvarez
Creación de redes sociales de la plataforma web.	18/08/2022	Frans Godoy Alvarez
Implementación de campañas en redes sociales para la difusión de la plataforma web.	24/09/2022	Frans Godoy Alvarez

Nota: Cronograma elaborado por el autor del proyecto

12.2 Desarrollo de la propuesta

Para llevar a cabo las actividades antes mencionadas se consideró preciso diseñar y desarrollar el manual de marca que evoque y represente el proyecto en cuestión, además servirá de base de la línea gráfica del proyecto.

12.2.1 Desarrollo de la marca

12.2.1.1 Logotipo del proyecto

Figura 9. *Logotipo del proyecto*



Nota: Imagen tomada del manual de marca elaborado por el autor.

12.2.1.2 Introducción de la marca

Figura 10. *Introducción de la marca*



Nota: Imagen tomada del manual de marca elaborado por el autor.

12.2.1.3 Concepto de la marca

Figura 11. *Concepto de la marca*



Nota: Imagen tomada del manual de marca elaborado por el autor.

12.2.1.4 Construcción del logotipo

Figura 12. Construcción del logotipo

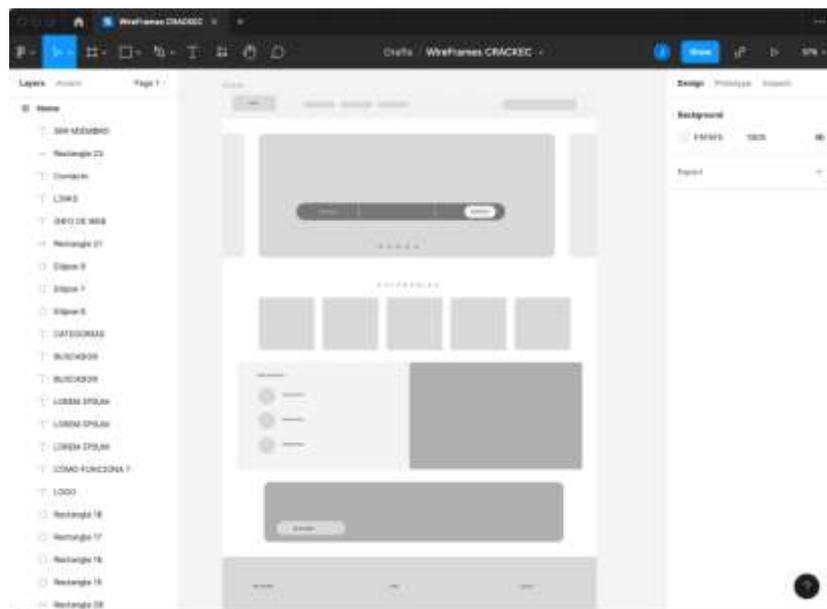


Nota: Imagen tomada del manual de marca elaborado por el autor

12.2.2 Desarrollo de wireframes de la plataforma web

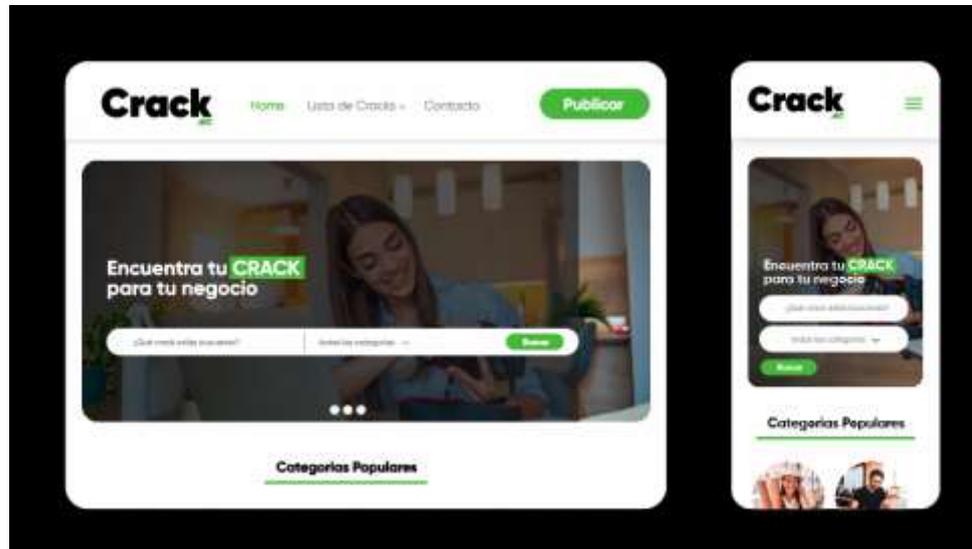
Diseñamos y desarrollamos el wireframe del inicio de la plataforma web para que este alineado a la identidad gráfica de la marca.

Figura 13. Desarrollo de wireframes de la plataforma web



Nota: Imagen tomada del programa Figma creado por el autor

Figura 14. *Diseño propuesto para la plataforma web*

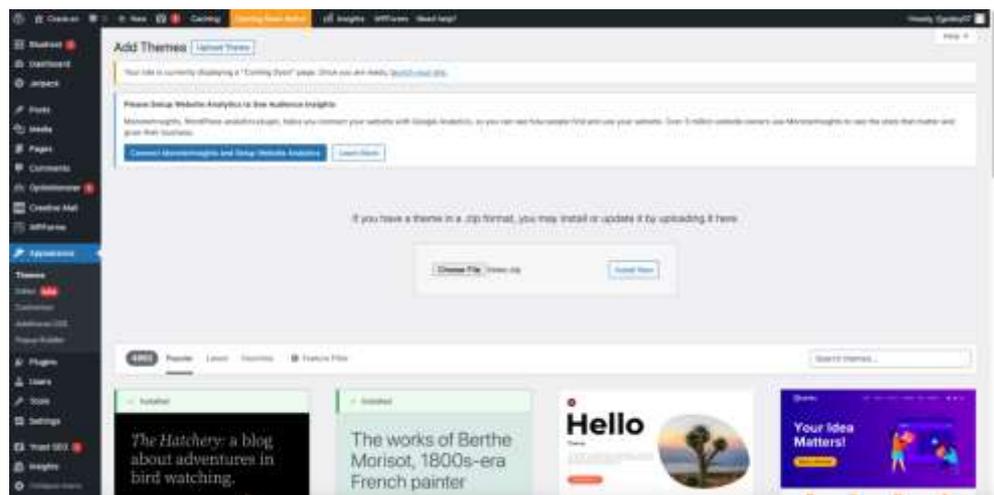


Nota: Imagen tomada del manual de marca elaborado por el autor

12.2.3 Desarrollo de la plataforma web

Para el diseño y desarrollo de la plataforma web se utilizó el *CMS Wordpress*, se utilizó como base la plantilla “*Listeo – Directory & Listings with booking – Wordpress Theme*” con número de licencia: 72b005c8-3953-405e-a415-54780573.

Figura 15. *Configuración inicial de wordpress*



Nota: Captura de pantalla tomada del dashboard de wordpress en <https://crack.ec>

Figura 16. *Instalación de tema Listeo*



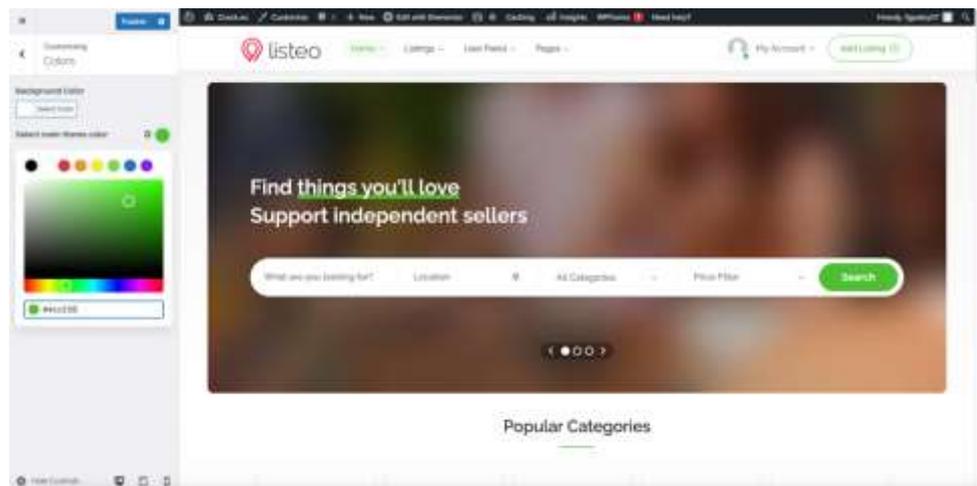
Nota: Captura de pantalla tomada del dashboard de wordpress en <https://crack.ec>

Figura 17. *Configuración de plugin de la plataforma.*



Nota: Captura de pantalla tomada del dashboard de wordpress en <https://crack.ec>

Figura 18. Configuración de tema de acuerdo a identidad visual de la marca



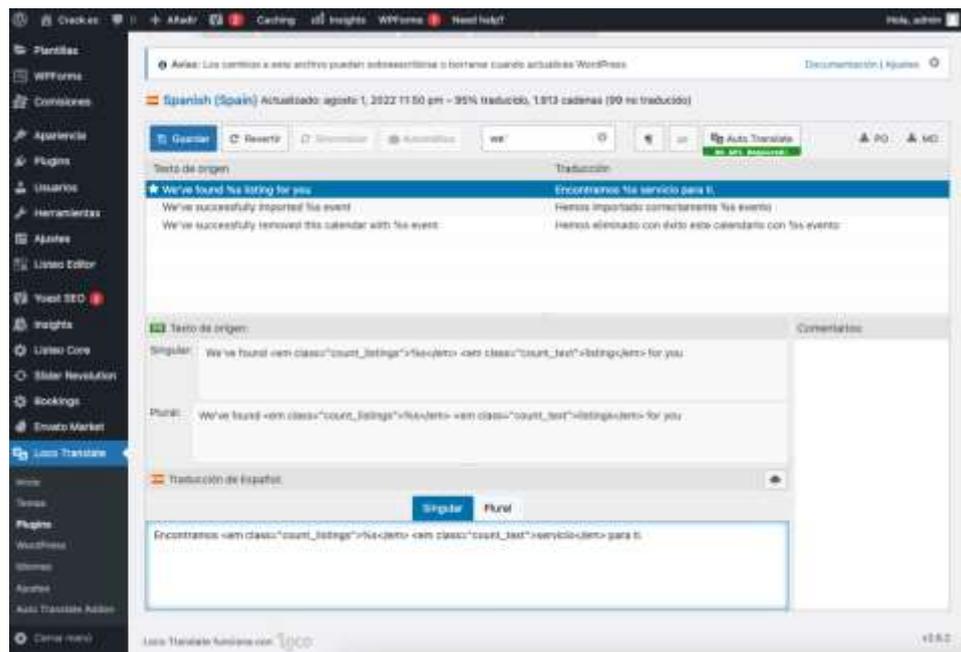
Nota: Captura de pantalla tomada del dashboard de wordpress en <https://crack.ec>

Figura 19. Configuración de tema de acuerdo a identidad visual de la marca



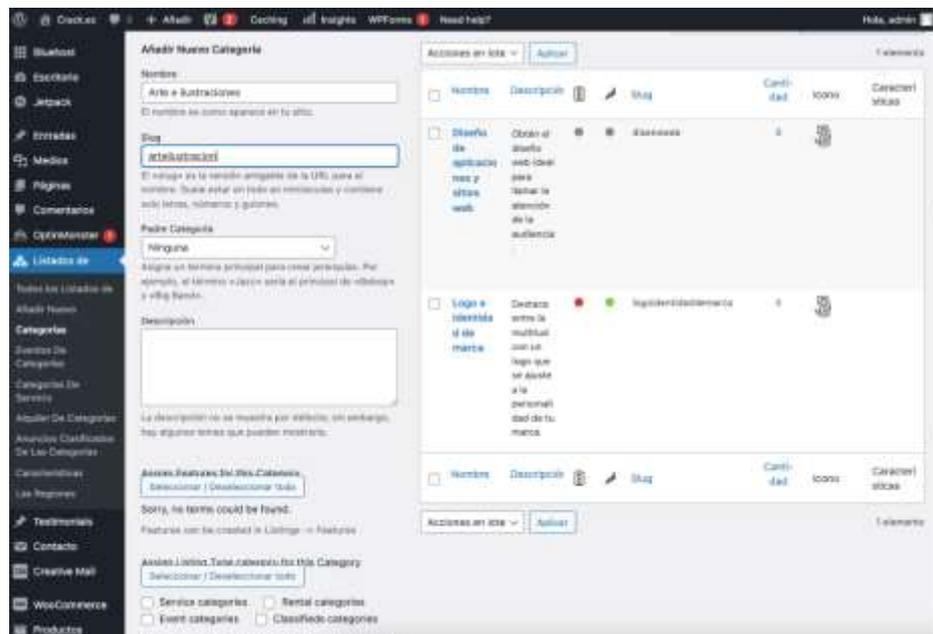
Nota: Captura de pantalla tomada del dashboard de wordpress en <https://crack.ec>

Figura 20. Traducción a español manual de la plataforma web.



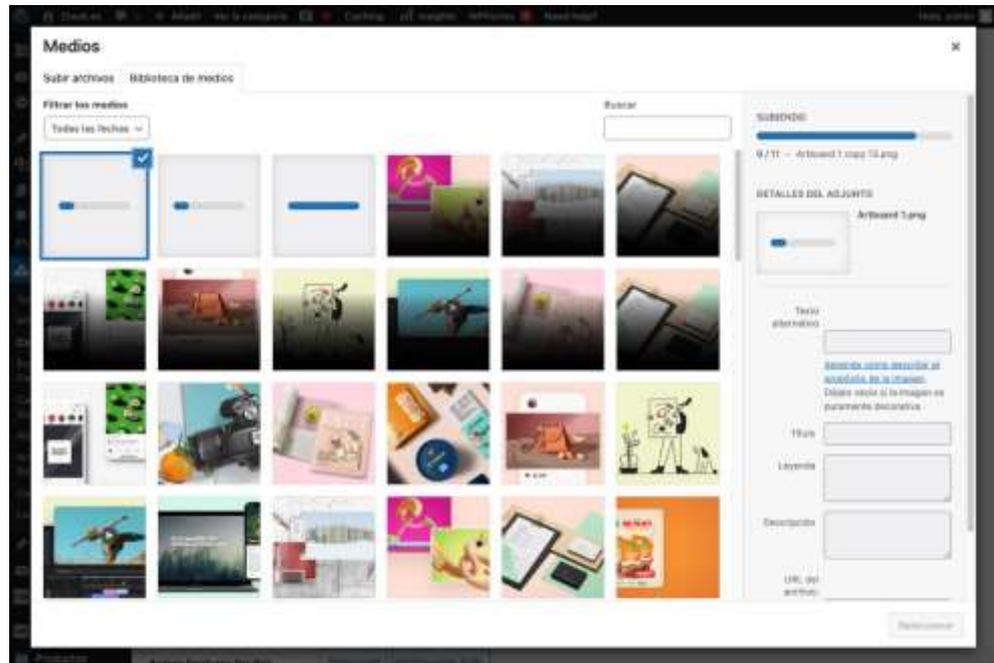
Nota: Captura de pantalla tomada del dashboard de wordpress en <https://crack.ec>

Figura 21. Creación de categorías en la plataforma web.



Nota: Captura de pantalla tomada del dashboard de wordpress en <https://crack.ec>

Figura 22. Subida de imágenes para la plataforma web..



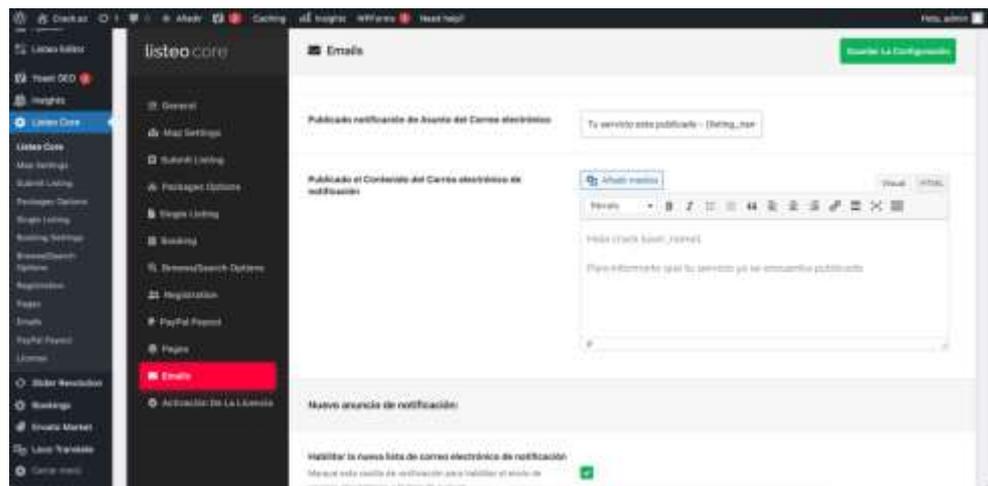
Nota: Captura de pantalla tomada del dashboard de wordpress en <https://crack.ec>

Figura 23. Configuración de página de contacto.



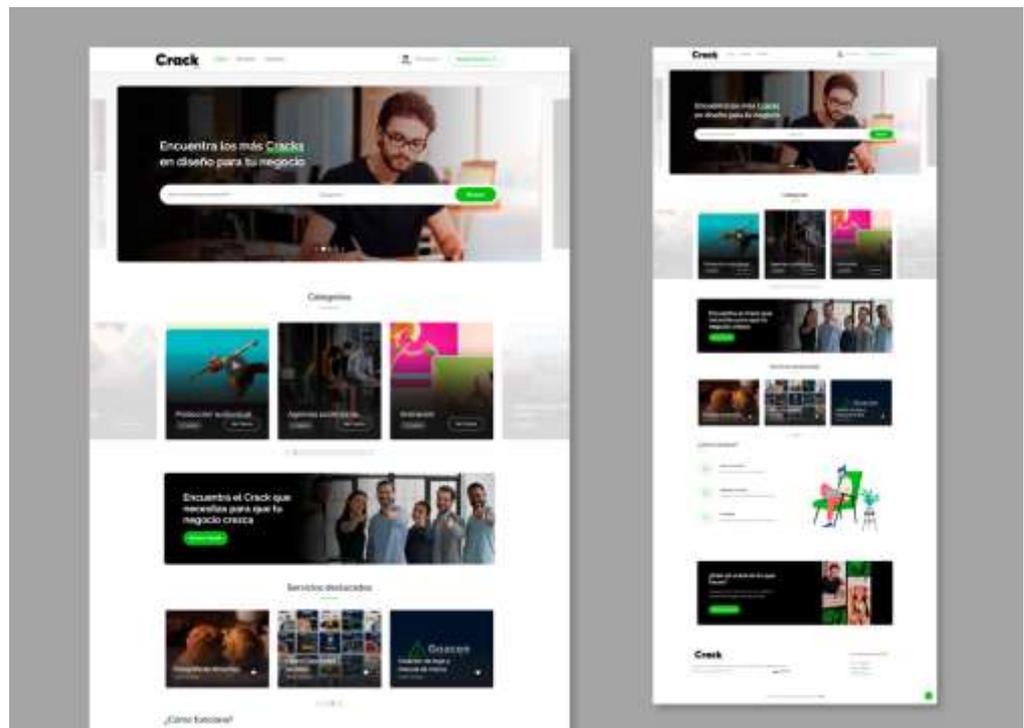
Nota: Captura de pantalla tomada del dashboard de wordpress en <https://crack.ec>

Figura 23. Configuración de página correos de la plataforma web.



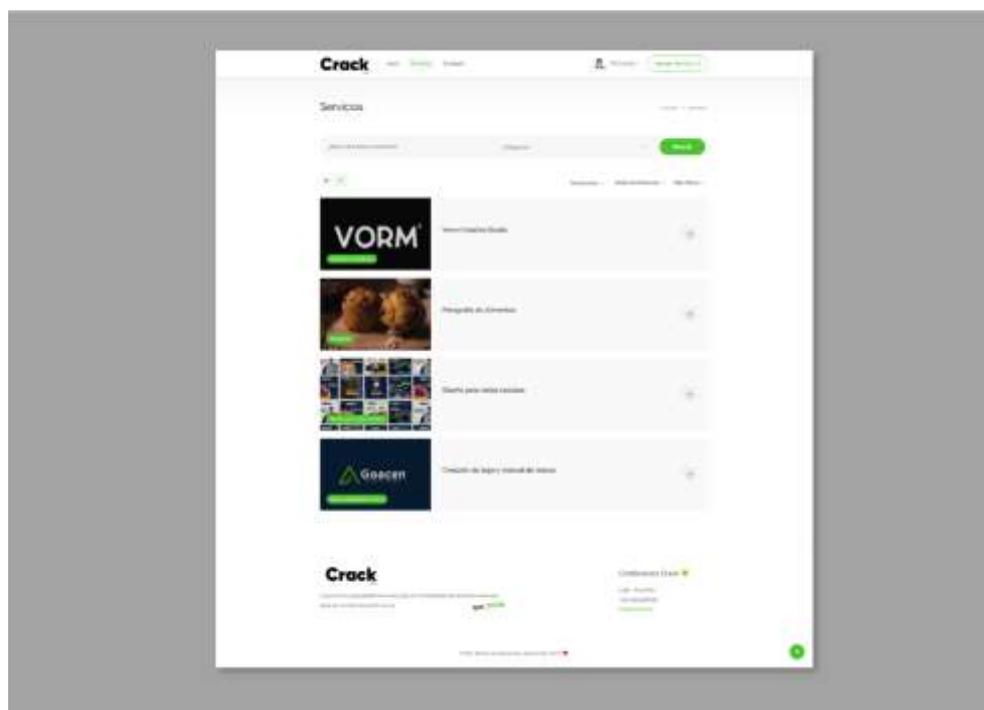
Nota: Captura de pantalla tomada del dashboard de wordpress en <https://crack.ec>

Figura 24. Página de inicio en crack.ec.



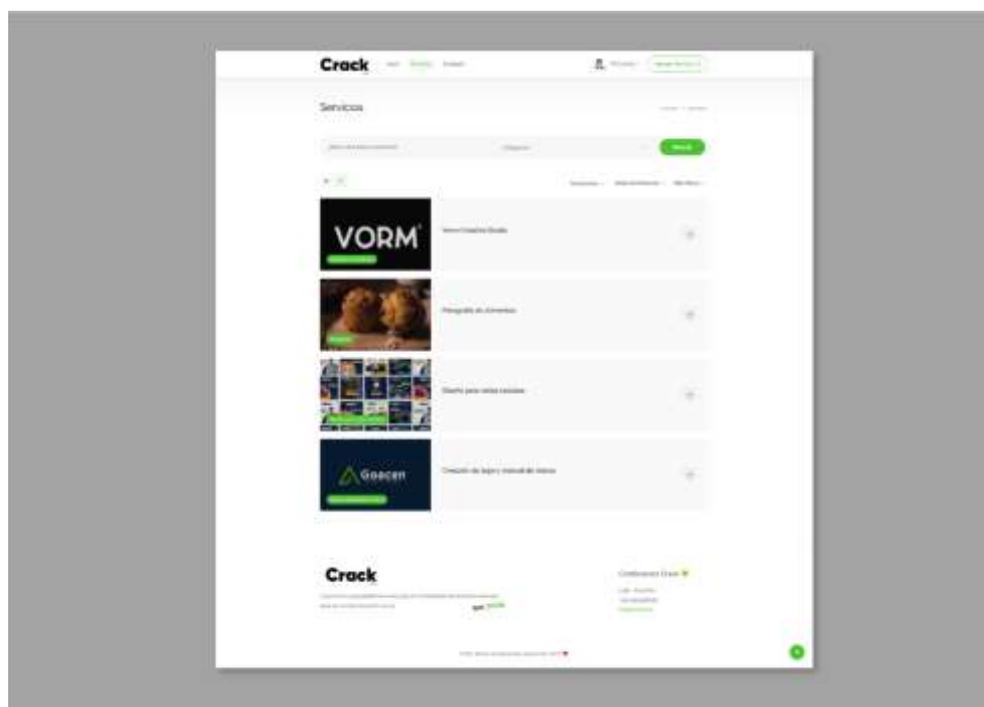
Nota: Captura de pantalla tomada de la página <https://crack.ec>

Figura 25. *Página de servicios en crack.ec.*



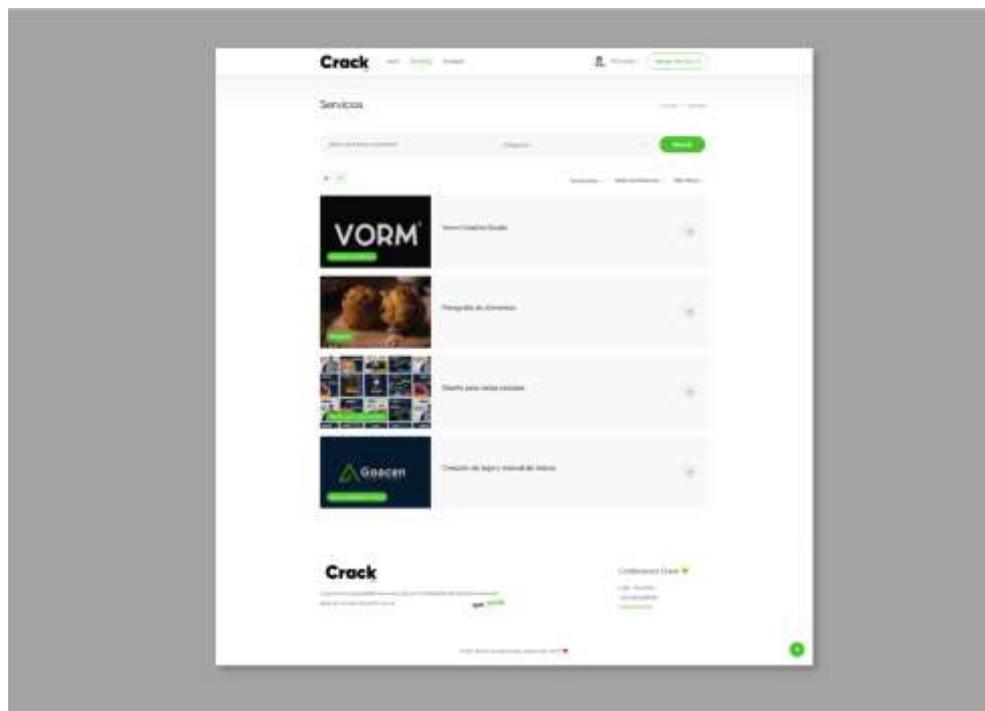
Nota: Captura de pantalla tomada de la página <https://crack.ec/servicios/>

Figura 26. *Página de contacto en crack.ec.*



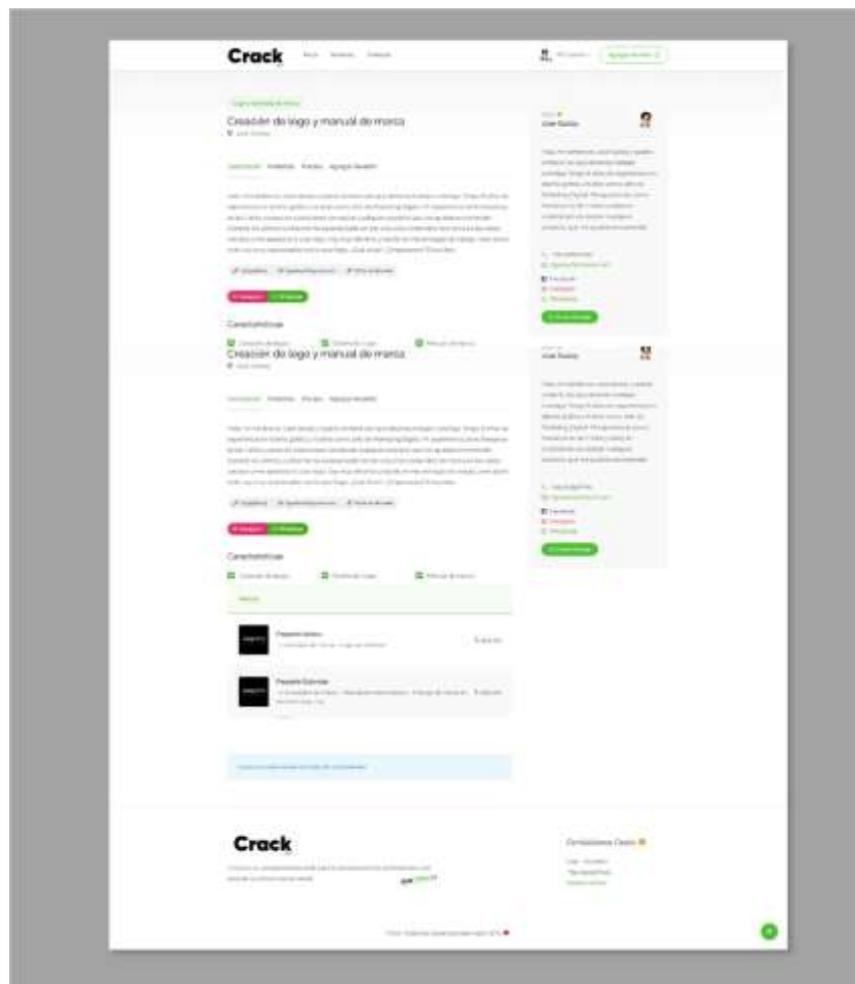
Nota: Captura de pantalla tomada de la página <https://crack.ec/contact/>

Figura 27. *Página de servicios en crack.ec.*



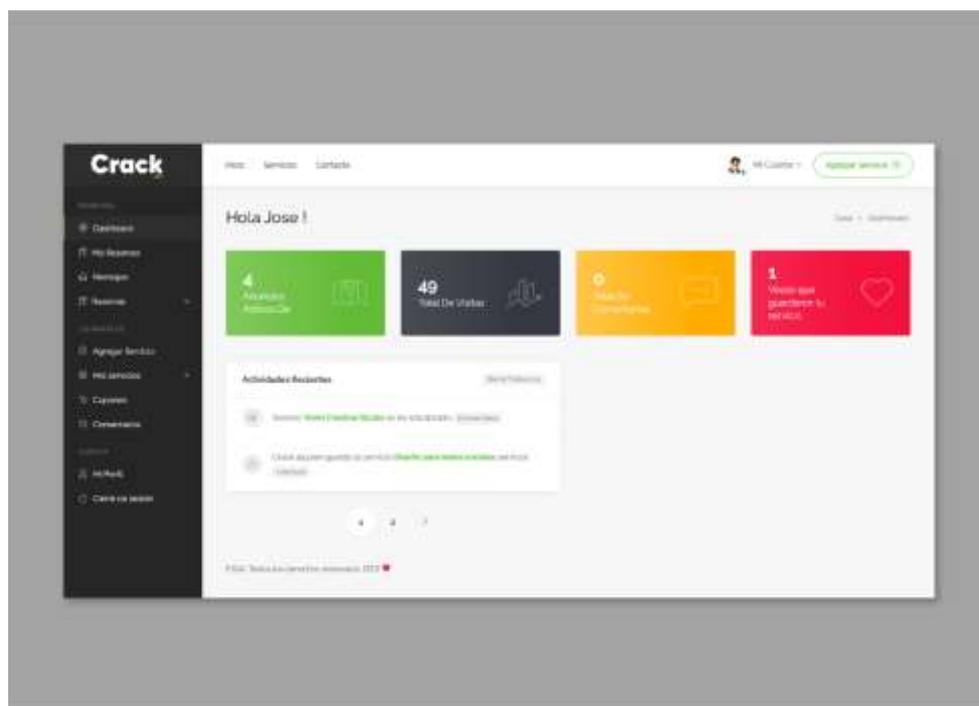
Nota: Captura de pantalla tomada de la página <https://crack.ec/servicios/>

Figura 28. *Página de un servicio en crack.ec.*



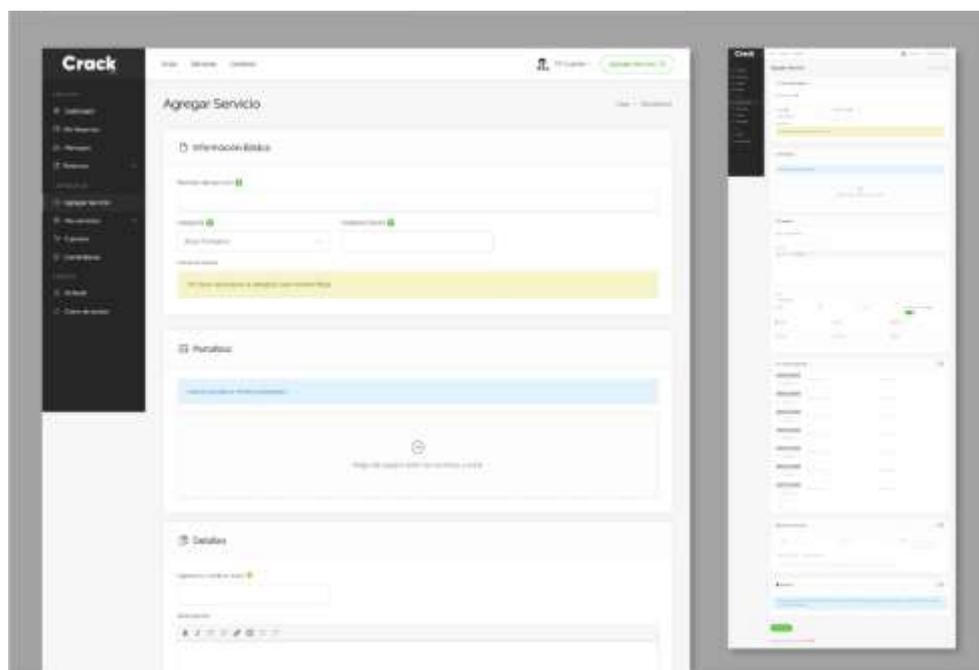
Nota: Captura de pantalla tomada de la página <https://crack.ec/Servicio/creacion-de-logo-y-manual-de-marca/>

Figura 29. Dashboard en crack.ec.



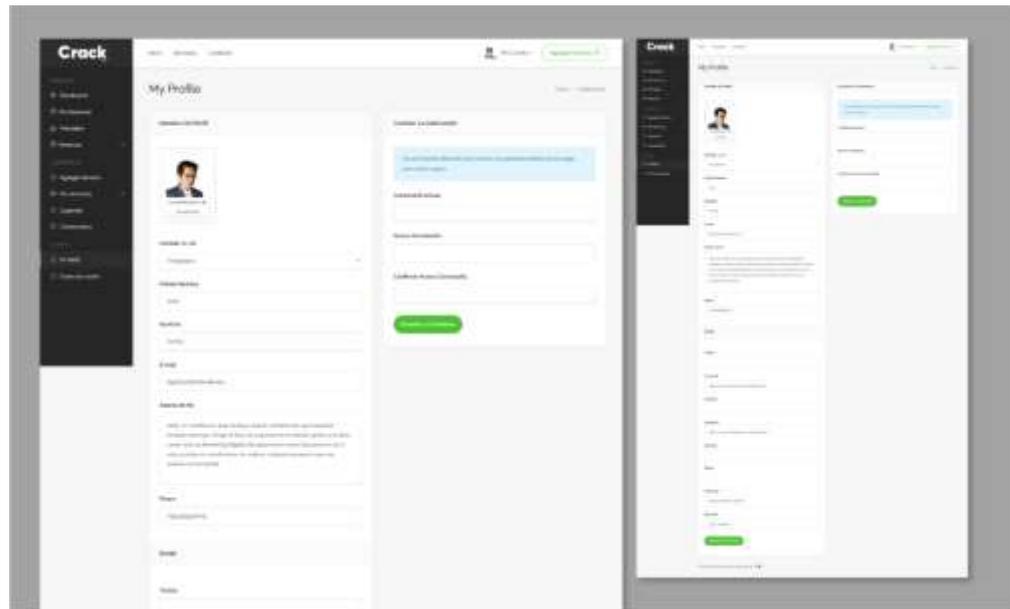
Nota: Captura de pantalla tomada de la página <https://crack.ec/dashboard/>

Figura 30. Pagina para agregar un servicio en crack.ec.



Nota: Captura de pantalla tomada de la página <https://crack.ec/agregarservicio/>

Figura 31. *Página para editar información del perfil de usuario en crack.ec.*



Nota: Captura de pantalla tomada de la página <https://crack.ec/my-profile/>

12.2.4 Desarrollo de manual de uso de la plataforma web para propietarios de servicios

Para el buen uso de la plataforma web se creó un manual de uso para las personas que deseen agregar sus servicios en crack.ec y puedan utilizar de una manera optima la plataforma web.

El manual de uso estará de manera digital en la página web para la difusión en redes sociales y en otras plataformas de comunicación.

Figura 32. *Página 1 de manual de uso para crack.ec.*



Nota: Captura de pantalla tomada del PDF de manual de uso para propietarios en crack.ec

Figura 33. Página 2 de manual de uso para crack.ec.

Crack .EC Manual de uso para cracks.

▪ ¿Qué es CRACK.EC?

Crack.ec es una plataforma web para la contratación de profesionales freelance del área de la comunicación visual.

Agrega tu servicio y espera que te encuentren crack :).

▪ ¿Cómo crear una cuenta en CRACK.EC?

① ingresa a <https://crack.ec>

② Click en el botón "Iniciar sesión"

③ Click en el botón "Propietario"

④ Ingresa todos tus datos personales

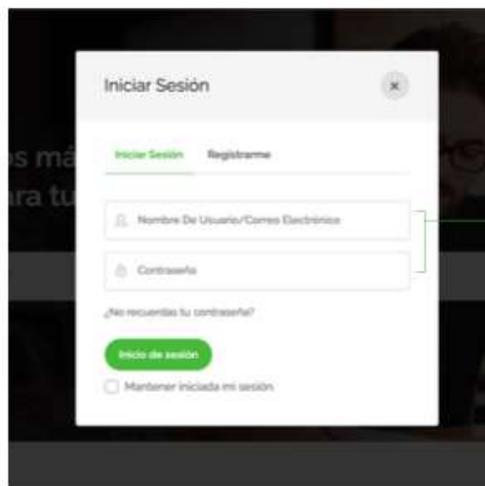
⑤ Bienvenido ¡CRACK!

Nota: Captura de pantalla tomada del PDF de manual de uso para propietarios en crack.ec

Figura 34. Página 3 de manual de uso para crack.ec.

Crack .EC Manual de uso para cracks.

▪ ¿Cómo editar mi perfil?



① ingresa a <https://crack.ec>

② ingresa tu email y contraseña



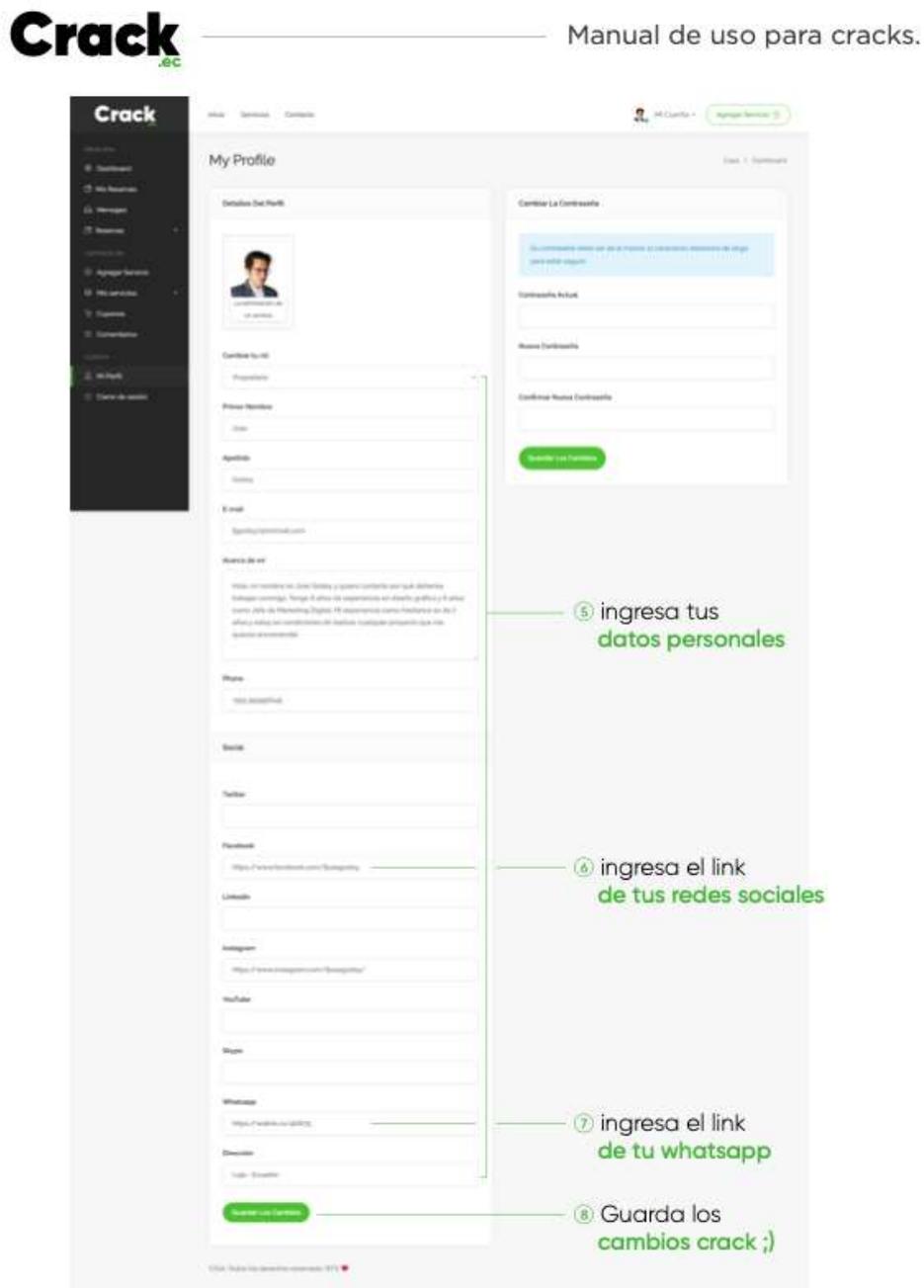
③ ingresa a "Dashboard"



④ ingresa a "Mi Perfil"

Nota: Captura de pantalla tomada del PDF de manual de uso para propietarios en crack.ec

Figura 35. Página 4 de manual de uso para crack.ec.



Nota: Captura de pantalla tomada del PDF de manual de uso para propietarios en crack.ec

Figura 36. Página 5 de manual de uso para crack.ec.

Crack .EC Manual de uso para cracks.

▪ **¿Cómo subir un servicio?**

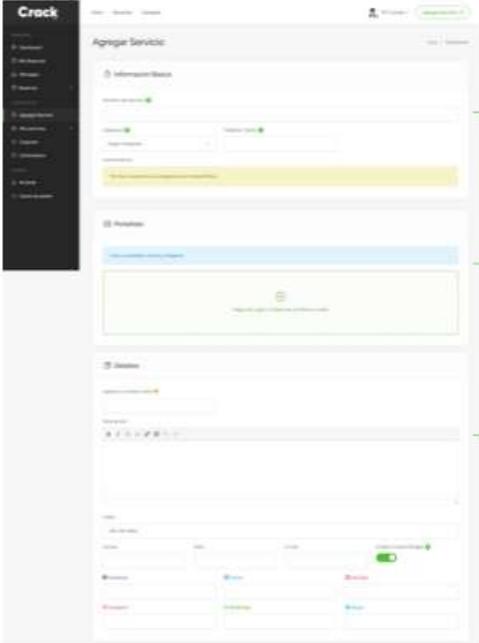


1 Click en el botón "Agregar Servicio"

Otra opción

1 ingresa a tu dashboard

2 Click en Agregar Servicio



Agrega la información **Básica de tu servicio**

- Escoge una categoría que represente tu servicio.
- Escoge más 15 palabras claves para tu servicio ejemplo (Branding, logo, marca, imagen)

Agrega tu **Portafolio**

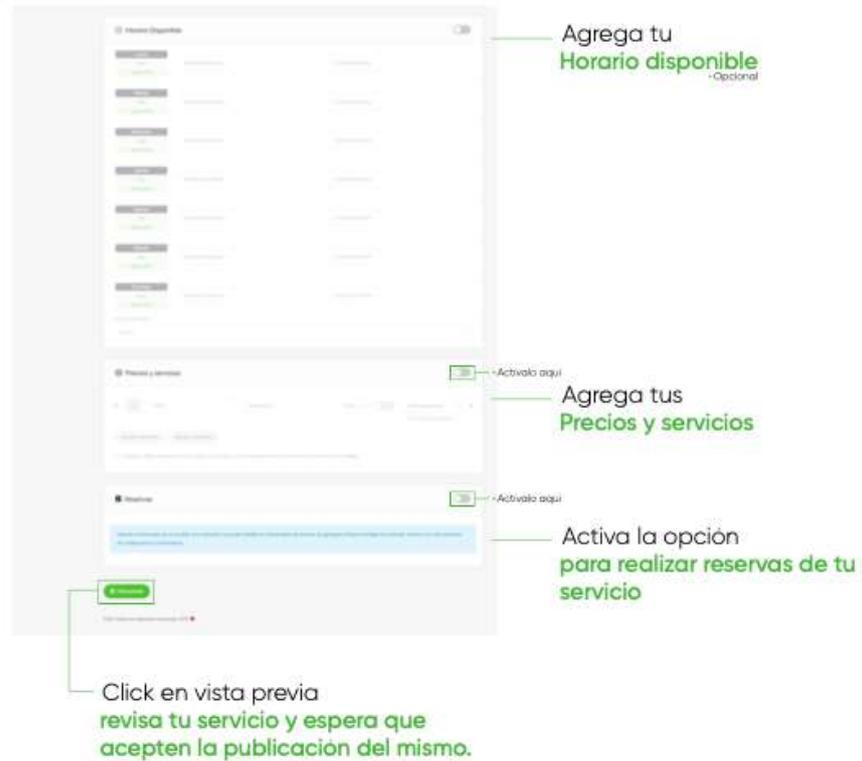
Agrega tu **información personal**

- Recuerda utilizar el link de tus redes sociales.
- En "Video" puedes subir un video de tus servicios.

Nota: Captura de pantalla tomada del PDF de manual de uso para propietarios en crack.ec

Figura 37. Página 6 de manual de uso para crack.ec.

Crack .EC Manual de uso para cracks.



Listo **CRACK!**
Publicaste tu servicio

Nota: Captura de pantalla tomada del PDF de manual de uso para propietarios en crack.ec

Figura 38. Página 7 de manual de uso para crack.ec.

Crack .EC Manual de uso para cracks.

¿Cómo ver mis mensajes?

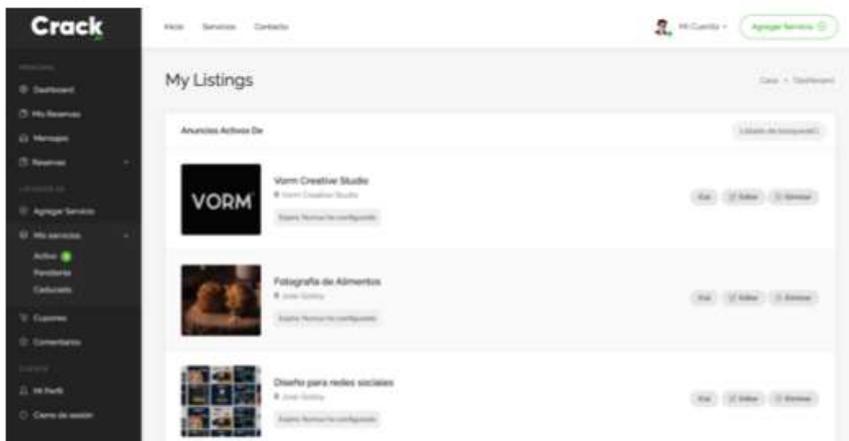


① Click en "Mensajes"

¿Cómo ver mis servicios activos?



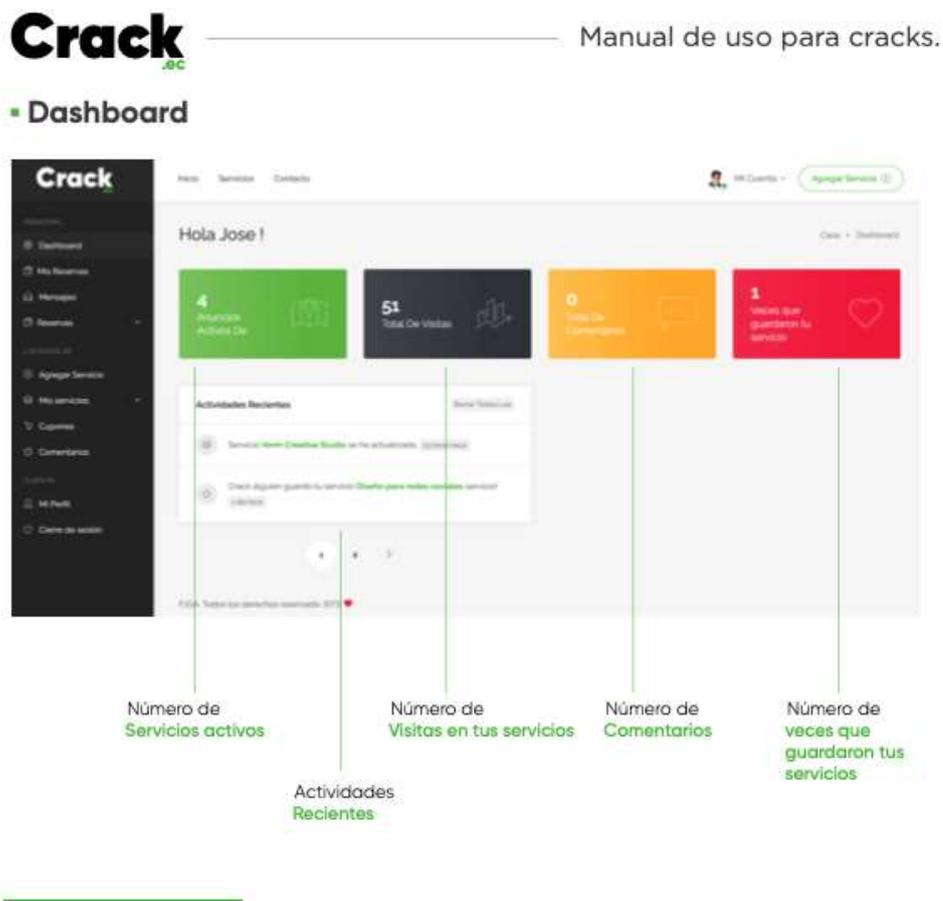
① Click en "Mis servicios"



Visualiza, elimina y edita todos tus servicios

Nota: Captura de pantalla tomada del PDF de manual de uso para propietarios en crack.ec

Figura 39. Página 8 de manual de uso para crack.ec.



Cualquier duda o pregunta
contáctanos crack ;)

@crack.ec

hola@crack.ec

+593 993956145

www.crack.ec

© All rights Reserved FJGA. ISTS

Nota: Captura de pantalla tomada del PDF de manual de uso para propietarios en crack.ec

12.2.5 Link de acceso a manual de uso de la plataforma crack.ec

https://crack.ec/wp-content/uploads/2022/08/ManualdeusoCrack.ec_.pdf

12.2.6 Campaña Publicitaria

Tabla 9. *Cronograma de actividades*

FECHA DE PUBLICACIÓN	RED SOCIAL	CONTENIDO	OBJETIVO	FRECUENCIA	HORARIO
24/Oct/2022	Facebook / Instagram	Artes: Presentación de la página web	Dar a conocer la página web	1	4:00pm
25/Oct/2022	Facebook / Instagram	Artes: Invitación para inscribirse a la plataforma	Obtener profesionales inscritos en la plataforma web	1	10:00am
25/Oct/2022	Facebook / Instagram	Artes: Promoción de la plataforma web	Generar tráfico en la plataforma web	1	3:00pm
26/Oct/2022	Facebook / Instagram	Artes: Promoción de la plataforma Web	Generar tráfico en la plataforma web	1	3:00pm
27/Oct/2022	Facebook / Instagram	Artes: Invitación para inscribirse a la plataforma	Obtener profesionales inscritos en la plataforma web	1	3:00pm
28/Oct/2022	Facebook / Instagram	Artes: Encuentra tu Crack para tu negocio	Generar tráfico en la plataforma web	1	3:00pm
28/Oct/2022	Facebook / Instagram	Artes: Encuentra tu Crack para tu negocio	Generar tráfico en la plataforma web	1	10:00am

Nota: Cronograma elaborado por el autor

12.2.6.1 Definición del material publicitario

Para la creación del material publicitario del proyecto se ha implementado la misma línea gráfica propuesta en el manual de marca, creando dos tipos de campañas enfocadas una a la inscripción de profesionales dentro de la plataforma y otra al tráfico web de la plataforma para que puedan visualizar y contratar profesionales *freelance*.

12.2.6.2 Producción de material publicitario

Figura 40. *Contenido para redes sociales*



Nota: Artes elaborado por el autor

Figura 41. Contenido para redes sociales



Nota: Artes elaborador por el autor

Figura 42. Contenido para redes sociales



Nota: Artes elaborador por el autor

Figura 43. *Contenido para redes sociales*



Nota: Artes elaborador por el autor

Figura 44. *Contenido para redes sociales*



Nota: Artes elaborador por el autor

Figura 45. *Contenido para redes sociales*



Nota: Artes elaborador por el autor

Figura 46. *Contenido para redes sociales*



Nota: Artes elaborador por el autor

Figura 47. *Contenido para redes sociales*



Nota: Artes elaborador por el autor

12.2.6.3 Publicación en redes sociales

En los siguientes enlaces encontrarán las páginas de Facebook e Instagram de crack.ec

Facebook: <https://www.facebook.com/Crackec-110271115148339>

Instagram:

<https://instagram.com/crackecuador?igshid=YmMyMTA2M2Y=>

Figura 48. *Publicación en redes sociales Facebook*



Figura 49. *Publicación en redes sociales Facebook*



Figura 50. *Publicación en redes sociales Instagram*



Figura 51. *Publicación en redes sociales Instagram*



13. Conclusiones

Una vez desarrollada y concluida esta investigación podemos establecer las siguientes conclusiones.

- La mayoría de los profesionales *freelance* de la ciudad de Loja, no conocen plataformas web para promocionar sus servicios.
- Al proponer y realizar la plataforma web para la contratación de profesionales *freelance* en la ciudad de Loja, pudimos brindarles una plataforma para promocionar sus servicios y puedan generar mayores ingresos.
- Con la plataforma web logramos generar visibilidad a los trabajos generados por los distintos *freelances* de la ciudad de Loja.
- Gracias a las campañas de difusión en medios digitales logramos difundir y hacer conocer la plataforma web para que pueda la ciudadanía de Loja conocer los profesionales en distintas áreas de la comunicación visual.

14. Recomendaciones

Con las conclusiones obtenidas en el presente proyecto, podemos establecer las siguientes recomendaciones:

- Se recomienda la socialización de plataformas web en la ciudad de Loja para la contratación de profesionales freelance.
- Se recomienda la implementación de nuevas categorías de servicios para poder apoyar a distintos profesionales en otras áreas.
- Se recomienda crear una socialización de la plataforma web en distintas empresas para que puedan conocer esta herramienta para contratar profesionales *freelance* en sus distintos proyectos.
- Implementar métodos y estrategias de difusión digitales, esquemas y cronogramas para los miembros del proyecto con el fin de cumplir todos y cada uno de los objetivos planteados.

15. Bibliografía

Aliaga Bohórquez, E. D. (2018). *Campaña de publicidad digital para el posicionamiento de la compañía Alfrema sa en la ciudad de Guayaquil año 2018* (Bachelor's thesis) Guayaquil: ULVR, 2018

Anguita, J. C., Labrador, J. R., Campos, J. D., Casas Anguita, J., Repullo Labrador, J., & Donado Campos, J. (2003). La encuesta como técnica de investigación. Elaboración de cuestionarios y tratamiento estadístico de los datos (I). *Atención primaria*, 31(8), 527-538.

Aubry, C. (2011). WordPress 3: un CMS para crear su sitio Web. Ediciones. ENI.<http://dspace.unl.edu.ec:9001/jspui/bitstream/123456789/16353/1/Tesis%20Lista%20Cango%20Pinta.pdf>.

Cango P. Z. A (2016). El desempleo y sus efectos en el ámbito familiar en la ciudad de Loja periodo 2014 – 2015 y la intervención del trabajo social. Loja, Ecuador.

Choquesillo Sanchez, F. A. (2012). Desarrollo e implementación de un portal web como alternativa de solución para mejorar la calidad de servicio del cementerio general en la provincia de Chincha.

Espinoza Vásquez, D., & Barrera Penafiel, R. (2019). Plan de negocio para la gestión en la contratación de freelancers relacionados al marketing digital mediante la implementación de una plataforma web. Guayaquil, Ecuador.

Esumer, I. U., & de Tendencias Futuro, O. (2018). El freelance y el teletrabajo: nuevas tendencias en el ámbito laboral.

Fabbri, M. (1998). Las técnicas de investigación: la observación. *Disponibile en: humyar. unr. edu. ar/escuelas/3/materiales% 20de% 20catedras/trabajo% 20de% 20campo/solefabril. htm*.

Fiverr International Ltd. (2020). FIVERR. fiverr. <https://es.fiverr.com/>

García, T. B. H. L. O. (2008). Técnicas conversacionales para la recogida de datos en investigación cualitativa: La entrevista (I). *Nure investigación*, 33.

Granda, C., & Feijoó, E. (2018). Reporte de economía laboral. INEC : http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2018/Marzo-2018/Informe_Economia_laboral-mar18.pdf.

Group, M. I. (9 de 10 de 2013). Media Interactive Group. Recuperado el 27 de 12 de 2017, de Media Interactive Group: <http://www.mediainteractivegroup.com/blog/las-10-grandesventajas-de-la-publicidad-online/>

INEC. (s. f.). *INEC*. Ecuador en cifras. Recuperado 18 de diciembre de 2020, de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manualateral/Resultados-provinciales/loja.pdf>

ISO 9241-210:2010. Ergonomics of human-system interaction – Part 210: Humancentred design for interactive systems. 2010. 121 <https://www.iso.org/obp/ui/#iso:std:iso:9241:-210:ed-1:v1:en>

Leal, N. (2000). El método fenomenológico: principios, momentos y reducciones. *Revista Electrónica de Investigación Científica, Humanística y Tecnológica*, 1(5), 52-60.

Matheu, A. P. (2015). El contrato de freelance y su incidencia para derecho comercial Guatemalteco. Tesis de grado. Guatemala. http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/04/04_12530.pdf

Munari, B. (2018). *Da cosa nasce cosa: appunti per una metodologia progettuale*. Gius. Laterza & Figli Spa.

Nicolalde Vaca, K.A. (2018). ¿Freelance como el futuro de las próximas generaciones?. (Trabajo Fin de Máster Inédito). Universidad de Sevilla, Sevilla.

Quintana, L., & Hermida, J. (2019). El método hermenéutico y la investigación en Ciencias Sociales. *Aportes al Derecho*, 1(3), 1-16.

Siguencia Sigüencia, M. D. R. (2011). *Análisis, diseño e implementación del Portal Web del colegio Cesar Andrade y Cordero* (Tesis de grado).

Taringa. (22 de junio de 2008). *CMS*. Recuperado el 19 de diciembre 2020, de CMS: https://www.taringa.net/posts/info/1320996/Que-es-CMS____.html

Tomas, D. (2015). Cyberclick. Recuperado el 23 de 12 de 2017, de Cyberclick: <https://www.cyberclick.es/numerical-blog/los-8-formatos-de-publicidad-digital-que-nohas-de-perder-de-vista>

Van den Born, A., & Van Witteloostuijn, A. (2013). Drivers of freelance career success. *Journal of Organizational Behavior*, 34(1), 24-46.

Veliz, M. M. A. (2018). Marketing Digital como herramienta para el Freelance del Siglo XXI. *Espiraes Revista Multidisciplinaria de investigación*, 2(15).

Workana LLC. (2012). Qué es workana. WORKANA. <https://www.workana.com/i/glosario/que-es-workana/>

Yuste Torregrosa, R. (2017). Análisis y diseño de interfaces centrado en la UX

16. Anexos

16.1. Anexo 1: Certificación de aprobación del proyecto de investigación de fin de carrera.

Loja, 02 de Noviembre de 2022

Tlgo. Pablo Andrés Duque Correa

DIRECTOR DE INVESTIGACIÓN

CERTIFICA:

Que el Sr. FRANS JOSE GODOY ALVAREZ con CI: 1103868939 estudiante de la Carrera de Diseño Gráfico y Publicidad del Instituto Tecnológico Sudamericano ha venido desarrollando el proyecto de investigación fin titulado “DISEÑO, DESARROLLO E IMPLEMENTACIÓN DE UNA PLATAFORMA WEB PARA LA CONTRATACIÓN DE PROFESIONALES FREELANCERS DEL ÁREA DE LA COMUNICACIÓN VISUAL EN LA CIUDAD DE LOJA EN EL PERÍODO ABRIL - SEPTIEMBRE 2022”; el mismo que ha sido revisado y se encuentra con un 100% en avance de propuesta tomado en consideración que aún no se ha implementado y está sujeta modificaciones; la actual propuesta de acción entregada por el estudiante consta de la siguiente información

- Logotipo
- Manual de Marca
- Plataforma Web
- Artes para redes sociales

Sin otro particular que indicar, autorizo su presentación de la propuesta de acción ante el tribunal respectivo para sus debidas correcciones.

Tlgo. Pablo Duque

DIRECTOR DE INVESTIGACIÓN

16.1. Anexo 2: Certificación de aprobación del proyecto de investigación de fin de carrera, emitido por el Vicerrectorado Académico del ITSS.

VICERRECTORADO ACADÉMICO

Loja, 28 de Julio del 2022
Of. N° 110 -VDIN-ISTS-2022

Sr.(ta). GODOY ALVAREZ FRANS JOSE
**ESTUDIANTE DE LA CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO CON NIVEL EQUIVALENTE A
TECNOLOGÍA SUPERIOR**

Ciudad

De mi consideración:

Por medio de la presente me dirijo a ustedes para comunicarles que una vez revisado el anteproyecto de investigación de fin de carrera de su autoría titulado **"DISEÑO, DESARROLLO E IMPLEMENTACIÓN DE UNA PLATAFORMA WEB PARA LA CONTRATACIÓN DE PROFESIONALES FREELANCERS DEL ÁREA DE LA COMUNICACIÓN VISUAL EN LA CIUDAD DE LOJA EN EL PERÍODO ABRIL - SEPTIEMBRE 2022"**, el mismo cumple con los lineamientos establecidos por la institución; por lo que se autoriza su realización y puesta en marcha, para lo cual se nombra como director de su proyecto de fin de carrera (el/la) Tigo. PABLO ANDRÉS DUQUE CORREA.

Particular que le hago constar para los fines pertinentes.

Atentamente,


Ing. Germán Patricio Villamarín Coronel Mgs.

VICERRECTOR DE DESARROLLO E INNOVACION DEL ISTS



16.2. Anexo 3: Certificado de Abstract



INSTITUTO TECNOLÓGICO
SUDAMERICANO
Avances para la calidad



EA ENGLISH AREA
SUDAMERICANO INSTITUTE



CIS CENTRO
DE IDIOMAS
SUDAMERICANO

CERTIF. N° 021-VH-ISTS-2022
Laja, 20 de Octubre del 2022

El suscrito, Lic. Viviana Thalia Huachizaca Puga, Mgs., DOCENTE DEL ÁREA DE INGLÉS - CIS DEL INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO "SUDAMERICANO", a petición de la parte interesada y en forma legal,

C E R T I F I C A:

*Que el apartado **ABSTRACT** del Proyecto de Investigación de Fin de Carrera del señor **GODOY ALVAREZ FRANS JOSÉ** estudiante en proceso de titulación periodo Abril – Noviembre 2022 de la carrera de **DISEÑO GRAFICO**; está correctamente traducido, luego de haber ejecutado las correcciones emitidas por mi persona; por cuanto se autoriza la presentación dentro del empastado final previo a la disertación del proyecto.*

Particular que comunico en honor a la verdad para los fines académicos pertinentes.

English is a piece of cake!



*Lic. Viviana Thalia Huachizaca Puga, Mgs.
DOCENTE DEL ÁREA DE INGLÉS ISTS - CIS*

Checked by:
Lic. Viviana Huachizaca
EFL Professor

Matriz: Miguel Riofrio 156-26 entre Sucre y Bolívar

16.3. Anexo 4: Cronograma & Presupuesto

Tabla 9. Metodología: Métodos y técnicas de investigación

OBJETIVOS	HIPÓTESIS	METODOLOGÍA	CRONOGRAMA	ACTIVIDADES	PRESUPUESTO	EVALUACIÓN
<i>Investigar</i> las causas y consecuencias del desempleo en la ciudad de Loja mediante la observación directa, entrevista, encuestas para conocer su situación actual.	<i>La hipótesis parte de la Investigación de las causas y consecuencias del desempleo en la ciudad de Loja, vista como variable dependiente.</i>	Para realizar la primera parte del proyecto nos guiamos en un Método Fenomenológico que inician con la aproximación a investigar las causas y consecuencias del desempleo en la ciudad de Loja continúa con el desarrollo de la observación directa, entrevistas, encuestas y se concluye con la recopilación de datos sobre la situación actual.	Abr - May 2022	Investigar el desempleo de profesionales en la ciudad de Loja. Formular cuestionario para entrevistas y encuestas. Tabulación y recopilación de información.	\$20,00 \$100,00	Identificación de los factores que han incidido en el desempleo en la ciudad de Loja
<i>Comprender</i> la importancia de	<i>Continúa con la sustentación de</i>	La segunda parte del proyecto se realiza	May - Jun 2022	Revisar fuentes		Comprensión de la importancia de las

<p>las plataformas web para la contratación de <i>freelancer</i> profesionales por medio de recursos bibliográficos como: libros, revistas, internet y bases de datos para el sustento de la investigación.</p>	<p>la importancia de las plataformas digitales para la contratación de <i>freelancer</i>, vista como variable independiente.</p>	<p>mediante el Método Hermenéutico que inicia con la comprensión de la importancia de las plataformas digitales para la contratación de <i>freelancer</i>, continúa con la redacción de saberes encontrados en recursos bibliográficos como: libros, revistas, internet y bases de datos</p>	<p>bibliográficas en bibliotecas físicas u digitales.</p>	<p>\$30,00</p>	<p>plataformas web para la contratación de profesionales <i>freelance</i> sintetizado en 10 hojas</p>	
<p>Construir, diseñar y desarrollar la identidad e interfaz de la plataforma web a través de herramientas de diseño gráfico y de cms para dar a conocer <i>freelancers</i> profesionales de</p>	<p>Termina con la hipótesis de que el diseño y desarrollo de la identidad e interfaz de la plataforma web a través de herramientas de diseño gráfico y de cms resolverá el problema evidenciando</p>	<p>La tercera parte se desarrolla con el Método Práctico – Proyectual que inicia con el diseño y desarrollo de la identidad e interfaz de la plataforma web a través de herramientas de diseño gráfico y de cms, continúa con la descripción de los beneficiarios, cronograma de actividades, recursos,</p>	<p>May – Oct 2022</p>	<p>Desarrollo de plataforma mediante un CMS. Diseño de la plataforma. Creación de identidad gráfica. Implementación y socialización.</p>	<p>\$600,00</p>	<p>Diseño y desarrollo de la plataforma web para la contratación de <i>freelancers</i> del área de la comunicación visual en la ciudad de Loja.</p>

la ciudad de Loja.	de anteriormente, <i>concebida como un variable interviniente</i>	formas de evaluación, y concluye con la defensa del proyecto: diseño, desarrollo e implementación de una plataforma web para la contratación de <i>freelancers</i> de la provincia de Loja.
--------------------	--	---

Nota: Fuente: Tabla Excel. Elaborado por: El autor.

Presupuesto

Tabla 10. Cuadro de actividades realizadas para el desarrollo del proyecto de investigación

ACTIVIDAD	RECURSOS	PRESUPUESTO
Matrícula del semestre abril 2022 – octubre 2022	Humanos: estudiante Financieros: dinero	\$894,00
Combustible	Humanos: estudiante De movilización: vehículo Financiero: dinero	\$60,00
Redacción de proyecto	Humanos: docente y estudiante Tecnológicos: computadora, internet, teléfono móvil	\$40,00
Transporte urbano	De movilización: transporte público	\$10,00
Dominio web	Compra de dominio crack.ec	\$35,00
Servidor web	Compra de servidor en bluehost.com	\$150,00
Plantilla Wordpress	Compra de plantilla de wordpress	\$80,00

Fuente: Autor del proyecto

Cronograma

Tabla 11. *Cuadro de cronograma de proceso de titulación*

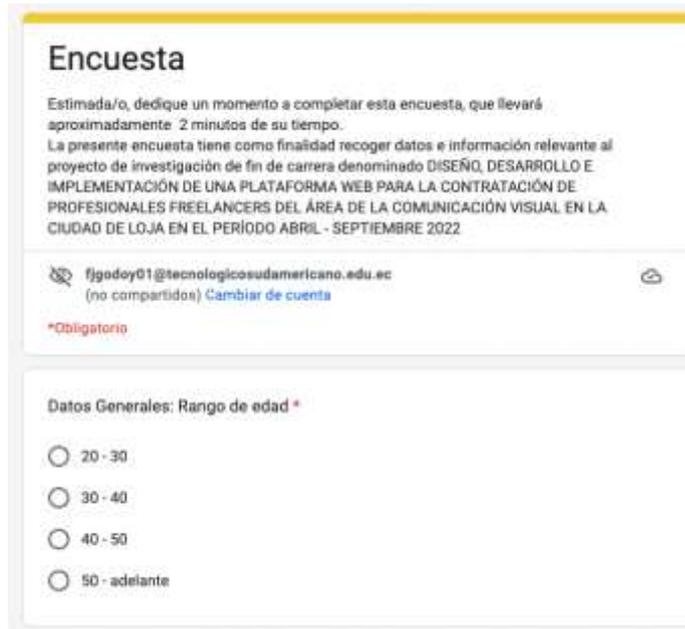
SEMANA	FECHA	ACTIVIDADES
Primera	Lunes 04 al 09/04/2022	Socialización ante los estudiantes investigadores del Reglamento Especial de Titulación ISTS, deberes y responsabilidades en cuanto a asistencia y cumplimiento de avances en apego al cronograma de titulación. Socialización del cronograma de titulación. Orientación referente a las líneas de investigación del Instituto y los problemas que se pretenden solucionar con la investigación (proyecto de investigación de fin de carrera).
Segunda	Lunes 11 al 16/04/2022	Refuerzo en problema a trabajar en base a las líneas de investigación.
Tercera	Lunes 18 al 23/04/2022	Identificación del problema.
Cuarta	Lunes 25 al 30/04/2022	Planteamiento del tema.
Quinta	Lunes 02 al 07/05/2022	Elaboración de justificación.

Sexta	Lunes 09 14/05/2022	al	Planteamiento del objetivo general y objetivos específicos.
Séptima	Lunes 10 21/05/2022	al	Elaboración del marco institucional y marco teórico.
Octava	Lunes 23 28/05/2022	al	
Novena	Lunes 30/05/2022 al 04/06/2022		Elaboración del diseño metodológico: Metodologías y técnicas a ser utilizadas en la investigación
Décima	Lunes 06 11/06/2022	al	Determinación de la muestra, recursos, y bibliografía.
Décima primera	Sábado 18/06/2022		Presentación del proyecto ante el Vicerrectorado Académico con la petición para su aprobación en su orden: Carátula, problema, terna, justificación, objetivos: general y específicos, marco institucional, marco teórico, metodología, recursos, cronograma y bibliografía. La presentación la hace en un solo grupo el tutor del grupo.

Fuente: ISTS

16.4. Anexo 5: Encuesta subida a Google Forms.

Figura 51. Encuesta parte 1



Encuesta

Estimada/o, dedique un momento a completar esta encuesta, que llevará aproximadamente 2 minutos de su tiempo.

La presente encuesta tiene como finalidad recoger datos e información relevante al proyecto de investigación de fin de carrera denominado DISEÑO, DESARROLLO E IMPLEMENTACIÓN DE UNA PLATAFORMA WEB PARA LA CONTRATACIÓN DE PROFESIONALES FREELANCERS DEL ÁREA DE LA COMUNICACIÓN VISUAL EN LA CIUDAD DE LOJA EN EL PERÍODO ABRIL - SEPTIEMBRE 2022

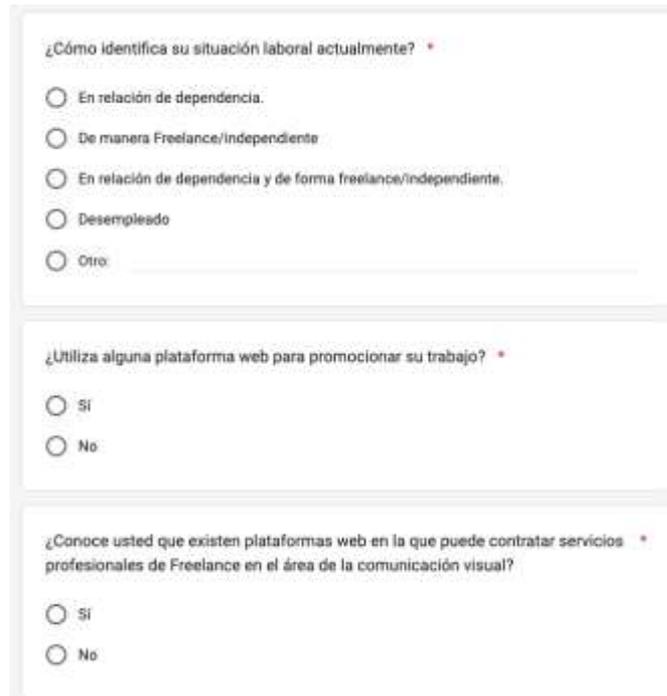
fjgodoy01@tecnologicosudamericano.edu.ec
(no compartidos) [Cambiar de cuenta](#)

***Obligatorio**

Datos Generales: Rango de edad *

- 20 - 30
- 30 - 40
- 40 - 50
- 50 - adelante

Figura 52. Encuesta parte 2



¿Cómo identifica su situación laboral actualmente? *

- En relación de dependencia.
- De manera Freelance/independiente
- En relación de dependencia y de forma freelance/independiente.
- Desempleado
- Otro: _____

¿Utiliza alguna plataforma web para promocionar su trabajo? *

- Sí
- No

¿Conoce usted que existen plataformas web en la que puede contratar servicios profesionales de Freelance en el área de la comunicación visual? *

- Sí
- No

Figura 53. Encuesta parte 3

¿De las siguientes plataformas web cuales conoce o a utilizado para contratar servicios profesionales de freelancer, o promocionar su trabajo de freelance? *

Fiverr

Workana

Upwork

Ninguna

¿Le interesaría que existiera una plataforma web para contratar profesionales Freelance en el área de la comunicación visual, y para promocionar su trabajo? *

Sí

No

¿De crearse esta plataforma web cómo consideraría usted que sería el aporte para su organización, empresa o cómo Freelance? *

Excelente

Bueno

Regular

Malo

16.5. Anexo 6: Panel de visita de Google Analytic crack.ec

Figura 54. Google Analytics crack.ec

