

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ

Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas

“Designer”

**Diseño de una aplicación móvil para teletrabajo de diseñadores y
clientes**

Proyecto de investigación

Ibeth Maribel Rondal Simbaña

Diseño Comunicacional

Trabajo de titulación presentado como requisito para obtención del título de:

Licenciada en Diseño Comunicacional

Quito, 10 de mayo de 2017

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ

Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas

HOJA DE CALIFICACIÓN DE TRABAJO DE TITULACIÓN

**Designer: Diseño de una aplicación móvil para teletrabajo de
diseñadores y clientes**

Ibeth Maribel Rondal Simbaña

Calificación:

Nombre del profesor, título académico

Iván Burbano, M.A

Firma del profesor

Quito, 10 de mayo de 2017

Derechos de Autor

Por medio del presente documento certifico que he leído todas las Políticas y Manuales de la Universidad San Francisco de Quito USFQ, incluyendo la Política de Propiedad Intelectual USFQ, y estoy de acuerdo con su contenido, por lo que los derechos de propiedad intelectual del presente trabajo quedan sujetos a lo dispuesto en esas Políticas.

Asimismo, autorizo a la USFQ para que realice la digitalización y publicación de este trabajo en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Firma del estudiante: _____

Nombres y apellidos: Ibeth Maribel Rondal Simbaña

Código: 00115147

Cédula de Identidad: 0921993242

Lugar y fecha: Quito, 10 de mayo de 2017

RESUMEN

En la actualidad, el teléfono inteligente se ha convertido en una herramienta inseparable de las personas para realizar todo tipo de actividades como de entretenimiento y trabajo para lo cual hacen uso de diferentes aplicaciones (Apps). Este proyecto explica el diseño de una aplicación móvil que permite encontrar a un diseñador de acuerdo a las necesidades de un cliente, convirtiendo a esta herramienta en un recurso para que los diseñadores puedan desarrollar proyectos en modalidad de teletrabajo.

Palabras clave: Aplicación móvil, Teletrabajo, experiencia de usuario.

ABSTRACT

Nowadays, the smartphone has become an inseparable tool for people to perform all sorts of activities such as entertainment and work, for which they employ different applications (Apps). This project explains the design of a mobile application that allows to find a designer according to the needs of a client, turning this tool into a resource for designers to develop projects in a teleworking mode.

Keywords: Mobile application, Telework, user experience.

Índice

3. INTRODUCCIÓN	12
4. ANTECEDENTES	13
4.1. BYOD (Bring Your Own Device)	13
4.2. Teletrabajo	13
4.2.1. Beneficios	14
4.3. Aplicaciones móviles	14
4.4. Ejemplos de portales de contratación de profesionales	15
4.4.1. LinkedIn	15
4.4.2. Caso de estudio <i>Freelancer</i>	16
4.4.3. <i>Zresearch</i>	17
4.4.4. <i>Behance</i>	18
4.4.5. <i>Freelancer</i>	18
4.5. Servicios de diseño	20
5. HIPÓTESIS	21
6. PROBLEMÁTICA	21
6.1. Alcances del proyecto:	22
6.2. Producto final	22
7. OBJETIVOS	22
7.1. General	22
7.2. Específicos	22
8. METODOLOGÍA	23
8.1. Investigación de diseño	24
8.2. Encuestas	25
8.3. Investigación cualitativa	31
8.4. Observación participativa	33
9. MARCO TEÓRICO	34
9.1. Teletrabajo	34
9.2. Disciplinas proyectuales	36
9.3. Uso de dispositivos móviles	36
9.4. Aplicaciones Móviles	37
9.5. Diferencia entre aplicaciones y web para móviles	39
9.6. Proceso de diseño y desarrollo de una app	40

9.7. Clases de aplicaciones	41
9.8. Monetización de las aplicaciones	42
9.9. Experiencia de usuario	42
9.10. Usabilidad	43
9.11. Factores que componen la experiencia de usuario	44
9.12. Espacio colaborativo y proceso creativo	46
9.13. Comunicación visual	48
9.14. Diseño sensorial	48
9.15. Navegación	49
9.16. <i>Benchmarking</i>	49
10. PROPUESTA DE DISEÑO	55
10.1. SERVICIO	55
10.2. Momentos de la verdad	55
10.3. Momentos de la verdad App	56
10.4. Necesidades de los usuarios	56
10.5. Perfil de usuarios	57
10.6. Ciclo de comportamiento del Usuario	58
10.7. Creación de la marca	59
10.7.1. Istotipo	59
10.7.2. Logotipo	60
10.7.3. Área de seguridad	61
10.7.4. Cromática	61
10.7.5. Tipografía	62
10.8. Primer prototipo de la App	62
10.8.1. Prototipo - parte funcional	64
10.8.2. Wireframes	65
10.8.3. Pantallas prototipo funcional	67
10.8.4. Pruebas de usuario 1	70
10.8.5. Moodboard	72
10.9. Modelo de funcionamiento - roles	73
10.10. Prototipo Final- Pantallas	75
10.10.1. Pantallas para el perfil de CLIENTE:	76
10.10.2. Pantallas para el perfil de DISEÑADOR:	79

10.10.3. Pantallas para ambos perfiles	81
10.11. Prototipo versión web	85
11. Campaña de Comunicación	92
11.1. Definir el modelo de negocio	94
11.2. <i>Marketing y App Store Optimazation</i>	94
11.3. Inversión	96
11.4. Canales.....	97
11.4.1. Piezas gráficas para Canales Online	97
11.4.2. Piezas gráficas para Canales Offline	98
12. Conclusiones.....	99
13. Bibliografía	100

Tabla de figuras

Figura 1. LinkedIn.....	15
Figura 2. <i>Freelancer</i>	16
Figura 3. <i>Zreearch</i>	17
Figura 4. Behance	18
Figura 5. Freelancer	18
Figura 6. Proceso de funcionamiento portales de contratación.....	19
Figura 7. Portal de creación de logotipos	20
Figura 8. App para la creación de logotipos y más piezas gráficas.....	20
Figura 9. Canva sitio web para realizar diseños rápidos	21
.Figura 10. Metodología	23
Figura 11. Usos de las metodologías	23
Figura 12. Tendencias.....	24
Figura 13. Diseño APP	25
Figura 14. Resultado pregunta 1	26
Figura 15. Resultado pregunta 2	26
Figura 16. Resultado pregunta 3.....	26
Figura 17. Resultado pregunta 4.....	27
Figura 18. Resultado pregunta 5.....	27

Figura 19. Resultado pregunta 6	28
Figura 20. Resultado pregunta 7	28
Figura 21. Resultado pregunta 8	29
Figura 22. Resultado pregunta 9	30
Figura 23. Observación Participativa	34
Figura 24. Etapas de Creación de App	40
Figura 25. Behance	50
Figura 26. Loomio	50
Figura 27. Quip.....	51
Figura 28. Trello	51
Figura 29. Slack	52
Figura 30. Sesame	52
Figura 31. Asana	53
Figura 32. RedBoot	53
Figura 33. Momentos de la verdad.....	55
Figura 34. Momentos de la verdad App	56
Figura 35. Perfil diseñador	57
Figura 36. Perfil Cliente	57
Figura 37. Ciclo de Comportamiento cliente.....	58
Figura 38. Ciclo de Comportamiento diseñador	58
Figura 39. Proceso de Diseño	58
Figura 40. Posibles Nombres	59
Figura 41. Isotipo.....	60
Figura 42. Logotipo	60
Figura 43. Área de seguridad	61
Figura 44. Cromática utilizada.....	61
Figura 45. Tipografía Roboto.....	62
Figura 46. Origami.....	62
Figura 47. Kony	63
Figura 48. Good Barber.....	63
Figura 49. Justinmind	63
Figura 50. Xd Adobe	64
Figura 51. Árbol de Navegación	65
Figura 52. Wireframes.....	66

Figura 53. Pantallas de Login e Inicio	67
Figura 54. Pantallas de Proyectos y Perfil.....	67
Figura 55. Pantallas de Editar Perfil y Búsqueda	68
Figura 56. Pantallas de Mensajes	68
Figura 57. Pantallas de Proyecto y Actividad	69
Figura 58. Pantalla de Insertar Imagen	69
Figura 59. Pruebas de usuario	70
Figura 60. Moodboard	72
Figura 61. Rol del cliente.....	73
Figura 62. Rol del diseñador	74
Figura 63. Login	75
Figura 64. Perfiles Diseñador y Cliente	75
Figura 65. Pantallas de requerimientos.....	76
Figura 66. Tipo de requerimiento y estilo	76
Figura 67. Envío de requerimiento	77
Figura 68. Aceptación del proyecto y términos de pago.....	78
Figura 69. Inicio del Proyecto	78
Figura 70. Plantillas de perfil y perfiles de diseñadores	79
Figura 71. Perfil del Diseñador y Comentarios	79
Figura 72. Aceptación o rechazo del requerimiento recibido.....	80
Figura 73. Mensajes de rechazo del proyecto.....	80
Figura 74. Envío de mensajes de texto, voz, imágenes y video llamadas	81
Figura 75. Formas de Login y términos y condiciones del servicio	82
Figura 76. Proyecto y Actividades	82
Figura 77. Notificaciones y prioridad de actividades	83
Figura 78. Control de actividad y Compartir archivos.....	83
Figura 79. Cronograma y Menú.....	84
Figura 80. Registro tarjeta de crédito	84
Figura 81. Pago realizado	85
Figura 82. Home.....	85
Figura 83. Rol del Cliente.....	86
Figura 84. Rol del Diseñador.....	86
Figura 85. Elección categoría del requerimiento de diseño.....	87
Figura 86. Elección por categorías.....	87

Figura 87. Estilo del requerimiento.....	88
Figura 88. Diseñadores por estilo seleccionado.....	88
Figura 89. Envío de requerimiento al diseñador seleccionado	89
Figura 90. Login	89
Figura 91. Envío de Requerimiento.....	90
Figura 92. Proyecto aceptado	90
Figura 93. Pago Realizado.....	91
Figura 94. Contacto con el diseñador.....	92
Figura 95. Estrategia de comunicación	93
Figura 96. Vista en la tienda de aplicaciones	95
Figura 97. Aplicación.....	96
Figura 98. Facebook	97
Figura 99. Publicidad.....	98
Figura 100. Para de Bus	98
Figura 101. Valla Alta	98

3. INTRODUCCIÓN

En la actualidad los procesos como: conseguir trabajo, realizar proyectos, buscar información y comunicación no son ajenos al cambio tecnológico. Y muchas empresas han creado aplicaciones móviles con la idea de proporcionar un ambiente dinámico, versátil y de acceso desde cualquier punto del mundo y a cualquier hora.

Existen una variedad de aplicaciones para *"Smartphone"*, para diferentes actividades como: juegos, conseguir taxi, escuchar música, etc. Sin embargo hay otros tipos de servicios que aún en los que pueden ser muy útiles para el país, como el teletrabajo.

Por esta razón en este proyecto se plantea el diseño de una aplicación móvil que sirva para el teletrabajo de diseñadores.

4. ANTECEDENTES

4.1. BYOD (Bring Your Own Device)

“Bring Your Own Device” (BYOD) es una tendencia cada día aumenta, pues las empresas permiten a sus trabajadores usar sus dispositivos móviles para llevar a cabo tareas del trabajo y mantenerse conectados a la red y a recursos compartidos, eso hace que los *“Smartphones”* cada vez sean una herramienta básica en el desarrollo de tareas cotidianas. Partiendo de este mismo principio los profesionales en este caso diseñadores pueden hacer uso de su *“Smartphone”* para ser contratados y coordinar la ejecución del proyecto mediante el uso de una aplicación móvil.

4.2. Teletrabajo

El teletrabajo es una nueva forma de laborar que difiere de la tradicional, pues no se necesita de un espacio físico para llevar a cabo las diversas actividades encomendadas por ejemplo: el trabajo se puede realizar desde casa y contactar a los clientes y proveedores haciendo uso de un soporte electrónico, este tipo de actividad laboral incluye a sectores de la sociedad que han sido excluidos de su derecho a trabajar, por (personas con capacidades diferentes que estén limitados en su movilidad).

En el año 2001 en Ecuador se conformó la Comisión Nacional de Conectividad para que se encargue del desarrollo una agenda a nivel nacional para el teletrabajo.

Se tienen algunas empresas que utilizan el teletrabajo en Ecuador como: Primax, HP, Intel, Compañía de Seguros Ecuatoriano Suiza y Seguros Equinoccial.

“Según datos del Ministerio, actualmente en Ecuador 15.200 personas trabajan bajo este mecanismo. La meta para los próximos dos años es llegar a los 76.000 trabajadores, explicó el titular de la Cartera de Estado, Leonardo Berrezueta.” (El Telégrafo, 2016)

4.2.1. Beneficios

Tanto para empresas como para empleados los beneficios se encuentran en: costos, e carga de estrés e inclusión, pues las empresas no gastan en movilización, ni en los dispositivos o equipos del espacio asignado como: escritorios, sillas, computadores, teléfonos, etc.

El tele-trabajador disminuirá el tiempo en movilización por lo que es más productivo, aumentará la flexibilidad en su horario laboral por lo que tendrá más tiempo para actividades familiares y de recreación, que influirá beneficiosamente en su salud mental y física.

4.3. Aplicaciones móviles

Aunque se piense que las aplicaciones móviles son un fenómeno reciente, estas ya aparecieron desde hace mucho tiempo, sin embargo últimamente se han vuelto mucho más populares y atractivas para los usuarios, esto se debe a que los diseñadores y desarrolladores cada vez obtienen más provecho de la resolución de la pantalla de los “Smartphones” con el diseño visual y la experiencia de usuario.

Adicionalmente, muchas de las labores diarias se realizan usando un *Smartphone*, una de ellas es contratar servicios profesionales y también buscar empleo. En la actualidad existen algunos portales web que brindan este servicio para todo tipo de profesionales, sin embargo el proceso de contratación inicia con el envío de hojas de vida a las ofertas que se presentan en los sitios web, que también disponen de su propia aplicación para móvil y termina con el contacto del profesional deseado. Las *App's* también pueden ayudar en el trabajo del desarrollo del proyecto de diseño.

4.4. Ejemplos de portales de contratación de profesionales

4.4.1. LinkedIn

LinkedIn permite conectar al usuario (que puede ser empleado y empleador) con profesionales de acuerdo a sector industrial, también se puede seguir a empresas y conocer y compartir información relevante según el área profesional.



Figura 1. LinkedIn

“LinkedIn se consolida también en Ecuador como la principal red social centrada en búsqueda de empleo, contactos profesionales, grupos

de discusión de temas empresariales, negocios e industriales. En Ecuador cuenta con más de 1'251.148 usuarios registrados". (ALCAZAR, 2014)

Como las cifras indican esta es una de las redes sociales para buscar empleo más usadas en el país y esto es debido a las actividades de búsqueda, contactos y oportunidades que ofrece, sin embargo el proceso y finalidad de esta termina cuando se tiene la información de contacto del profesional que se buscó.

4.4.2. Caso de estudio *Freelancer*

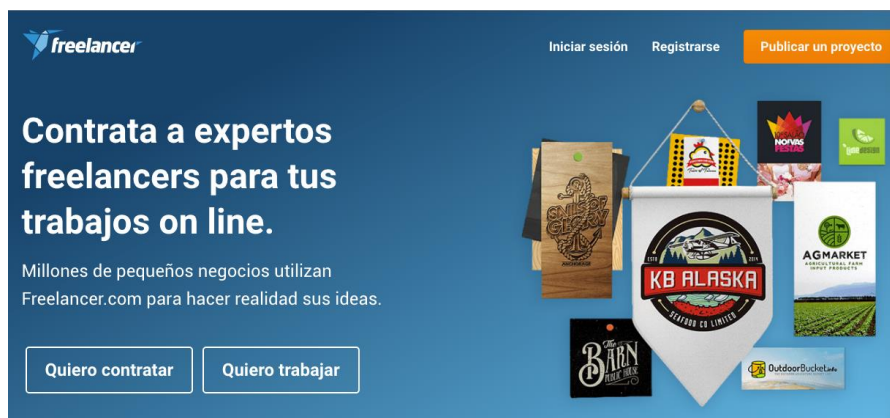


Figura 2. *Freelancer*

En este sitio se pueden publicar proyectos de diseñadores *Freelance* para que sean vistos por empresas o personas que busquen servicios de diseño. Es necesario crear una cuenta y pagar por la suscripción. *Sitio Web: www.freelancer.com*. El proceso termina cuando se encuentra el diseñador para elaborar el trabajo.

4.4.3. Zresearch



Figura 3. Zresearch

En este sitio web sirve para contratar arquitectos, los mismos que muestran los proyectos en los cuales han trabajado y las personas o empresas que deseen contratarlos miran sus trabajos y escogen el arquitecto más idóneo, además en este portal se visualizan convenios con universidades y otras entidades para trabajar con estudiantes de arquitectura.

Los arquitectos tienen sus perfiles, estos pueden ser editados y se los puede seguir por proyecto o por perfil, la plataforma ofrece contactos y sitios donde se realizaron sus estudios. Sitio Web: <http://www.zresearch.com>. El proceso termina cuando se contacta con el arquitecto.

4.4.4. Behance

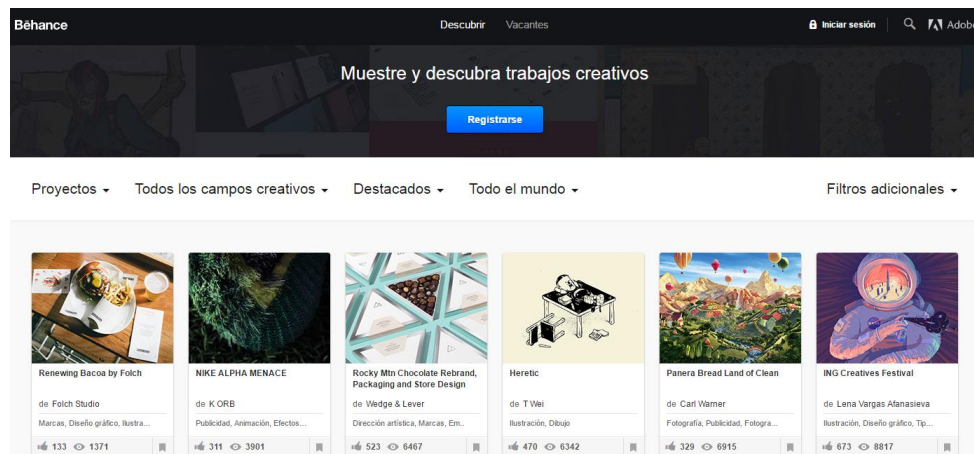


Figura 4. Behance

Sitio propio de Adobe el cual es una “galería” para que los diseñadores muestren sus trabajos creativos, funciona como una red de personas, universidades, agencias y empresas. En este sitio se pueden contactar profesionales creativos.

Muestra los datos de contacto así como el portafolio de los diseñadores participantes.

4.4.5. Freelancer

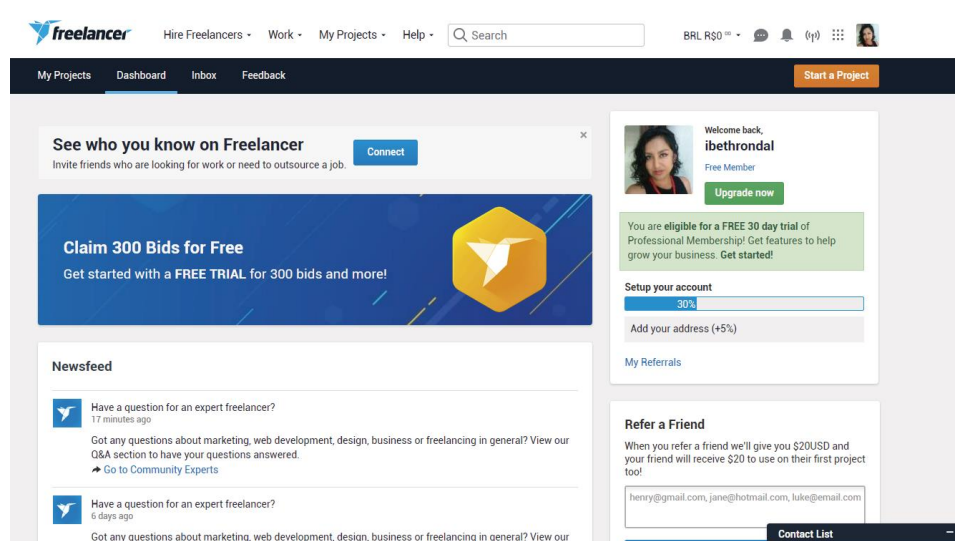


Figura 5. Freelancer

Sitio web por el cual se puede contratar diseñadores y desarrolladores para realizar todo tipo de trabajos, como: creación de logotipos, sitios web, etc.

En este sitio es necesario registrarse y para luego buscar a los profesionales que se desee, luego se los contacta, se realiza el proyecto y finalmente el pago, lo interesante de esta plataforma es que tiene un chat en tiempo real que permite la comunicación con los participantes de cada proyecto.

En estos sitios web se verificó el siguiente proceso de contratación de profesionales:

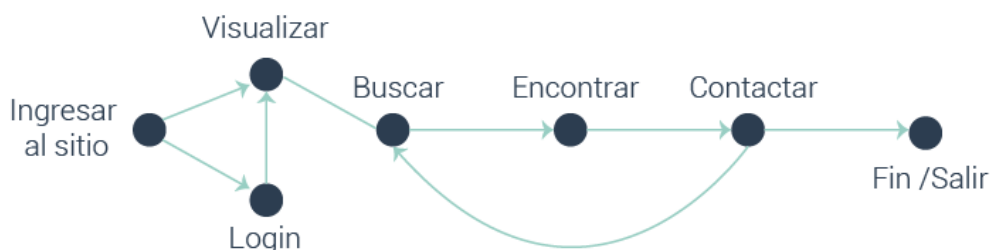


Figura 6. Proceso de funcionamiento portales de contratación.

Con el avance de la tecnología, los *Smartphone* permiten realizar varias actividades que interactúan con el usuario final como por ejemplo: enviar mensajes de voz, fotos, realizar vídeo llamadas y transmitir vídeos en directo, gracias a las utilidades de las aplicaciones. Además la tendencia mundial es poseer un *Smartphone*, en Ecuador por ejemplo 1,2 millones de ecuatorianos tienen un teléfono inteligente (*Smartphone*) (INEC Mayo 2014).

Por esta razón se intenta en este proyecto realizar una aplicación que permita que el ciclo de vida del servicio se extienda hasta la realización y culminación del proyecto de diseño haciendo uso de una aplicación en el Smartphone.

4.5. Servicios de diseño

Lamentablemente, el departamento de diseño en las empresas aun no ha tomado la importancia que merece, y es por esto que: *“El 80% de las empresas ha contratado alguna vez los servicios de un profesional del diseño externo. El 55% de las empresas cuenta con diseñadores en planta. De éstas, el 45% contrata a más servicios externos de diseño (GORROTI, 2010).* Es decir, que las empresas siempre necesitan servicios de diseño. Y en la actualidad este servicio ha sido adquirido en los portales de contratación de empleados cuando se requiere un diseñador de planta y cuando se contratan servicios externos se realiza mediante agencias, estudios de diseño y por internet, y realizan el cobro de sus trabajos de acuerdo a la reputación que tengan en el mercado.

Existen App y sitios web que se usan para la creación de logotipos de forma rápida por ejemplo:



Figura 7. Portal de creación de logotipos



Figura 8. App para la creación de logotipos y más piezas gráficas

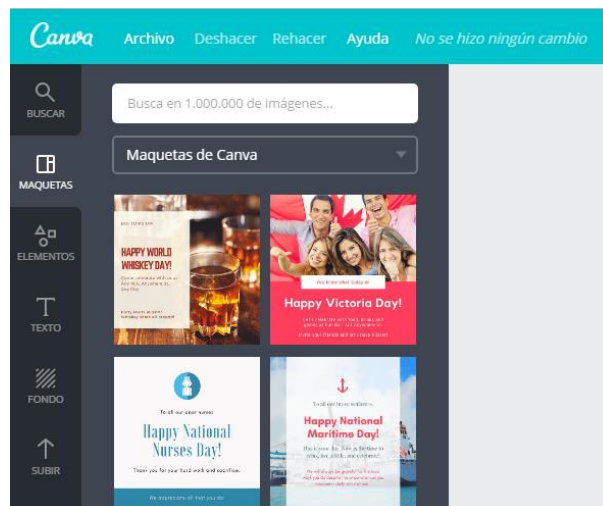


Figura 9. Canva sitio web para realizar diseños rápidos

Estos productos y servicios brindan plantillas o sugerencias para la creación de logotipos y otras piezas gráficas, sin embargo no se realiza un análisis de requerimientos de usuarios ni tampoco se realiza el proceso para crear la marca.

Por esto es conveniente tener una forma de comunicación con profesionales del diseño para realizar proyectos sin intermediarios (agencias o estudios de diseño) y de forma rápida.

5. HIPÓTESIS

Los diseñadores podrán ser contratados mediante el uso de una aplicación móvil que permita mostrar sus proyectos, y que además brinde herramientas para gestionar la elaboración del proyecto.

6. PROBLEMÁTICA

Ausencia de una herramienta (aplicación móvil) que permita contratar los diseñadores, además de brindar facilidades de comunicación y vinculación. Los

portales de contratación actuales actúan como una red contacto, comunicándose solo en una vía y no interactúan entre los participantes.

6.1. Alcances del proyecto:

En este proyecto se realizará el prototipo para probar el funcionamiento de la aplicación (Wireframes y esquema básico) y para hacer pruebas de diseño (cromática, legibilidad, usabilidad). A continuación a las pruebas de usuario se analizará y aplicará los correctivos que el *Focus Group* aporte para presentar el prototipo final.

6.2. Producto final.

Al culminar el proyecto se entregarán el prototipo final que demuestre el funcionamiento y estética que de la aplicación.

7. OBJETIVOS

7.1. General

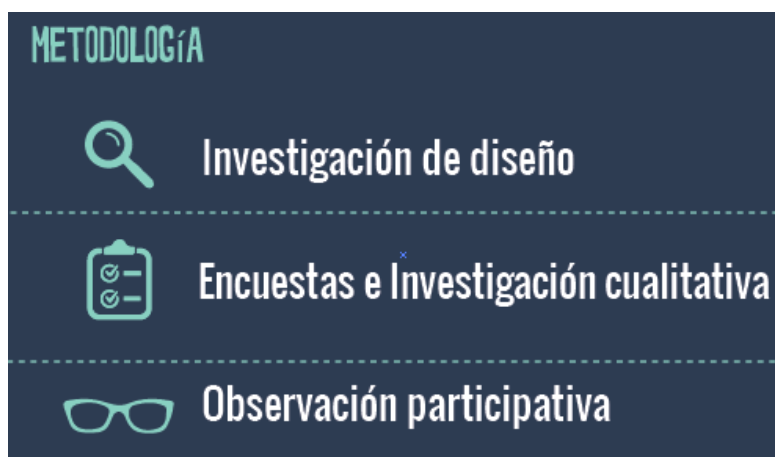
Diseñar una herramienta (aplicación móvil) que brinde un espacio para que diseñadores puedan realizar proyectos sin necesidad de estar en el mismo espacio físico (Teletrabajo) y mediante el diseño mejore la usabilidad y experiencia de usuario. Además sea una herramienta que permita gestionar los proyectos.

7.2. Específicos

- Investigar el modo de contratación de servicios profesionales que actualmente se usan el país.

- Realizar el prototipo de la aplicación para verificar el uso y comportamiento de los usuarios
- Utilizar el diseño para mejorar la experiencia de usuario y la usabilidad de la aplicación planteada
- Diseñar una aplicación que trabaje diferente a las aplicaciones actuales de contratación y que sirva para el teletrabajo de diseñadores

8. METODOLOGÍA



.Figura 10. Metodología

Cada metodología se usará para evaluar lo siguiente:



Figura 11. Usos de las metodologías

8.1. Investigación de diseño

La investigación se inicia con la información de la forma en la que los diseñadores buscan empleo, así como el desarrollo de aplicaciones para móviles como cromática usada, estilo de aplicaciones que son tendencia a en la actualidad.



Figura 12. Tendencias

Para diseñar una App es necesario crear una identidad, debe funcionar correctamente, tener un valor diferencial y pensar en el usuario para lo cual debe adaptarse.



Figura 13. Diseño APP

Fuente: <https://ticsyformacion.com/2016/08/18/10-bases-del-app-branding-infografia-infographic-marketing/>

8.2. Encuestas

Las encuestas fueron realizadas *on-line* en una muestra de 50 personas usando la plataforma SurveyMonkey. Y sirvieron para medir el uso y posible aceptación de la aplicación para dispositivos móviles.

¿Posee un dispositivo móvil inteligente como: Tablet o SmartPhone?

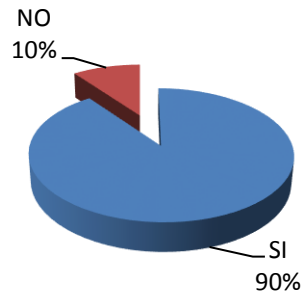


Figura 14. Resultado pregunta 1

¿Con qué frecuencia accede a Internet desde su Tablet o SmartPhone?

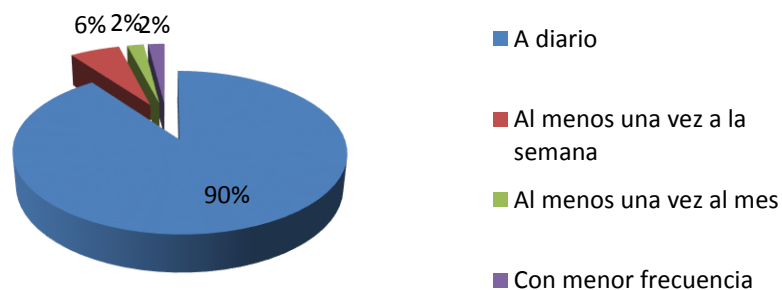


Figura 15. Resultado pregunta 2

Cuando accede a Internet mediante los dispositivos móviles lo hace por:

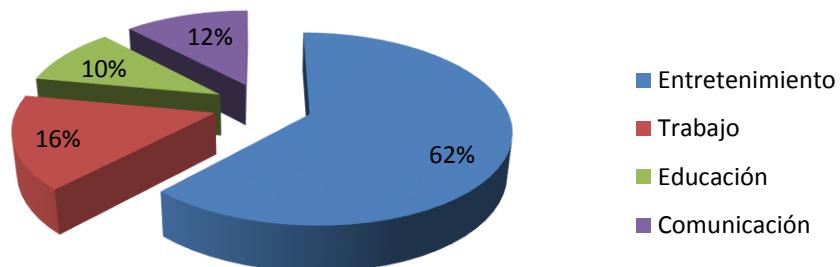


Figura 16. Resultado pregunta 3

¿Cómo suele acceder a (Entretenimiento, trabajo educación o comunicación) desde los dispositivos móviles?



Figura 17. Resultado pregunta 4

¿Cuántas aplicaciones tienen actualmente en tu dispositivo móvil?

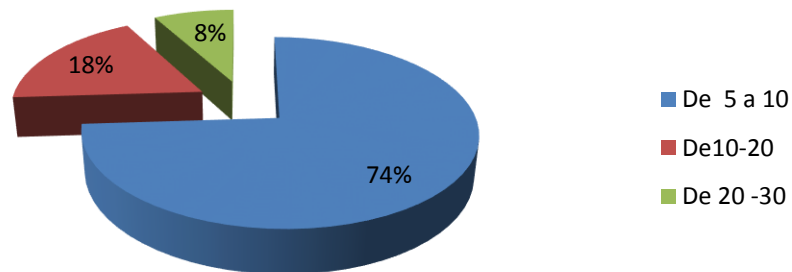


Figura 18. Resultado pregunta 5

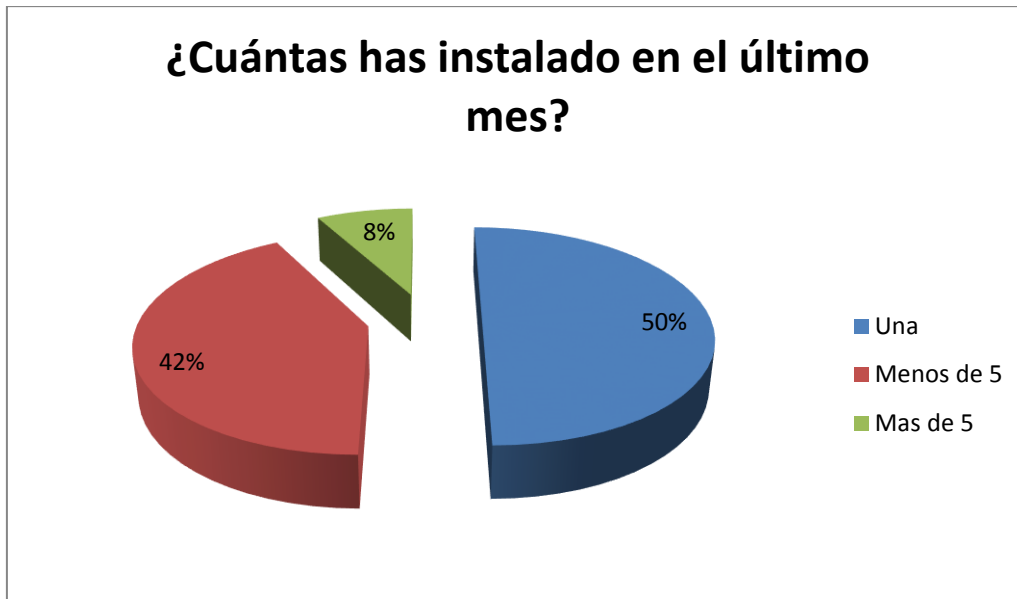


Figura 19. Resultado pregunta 6

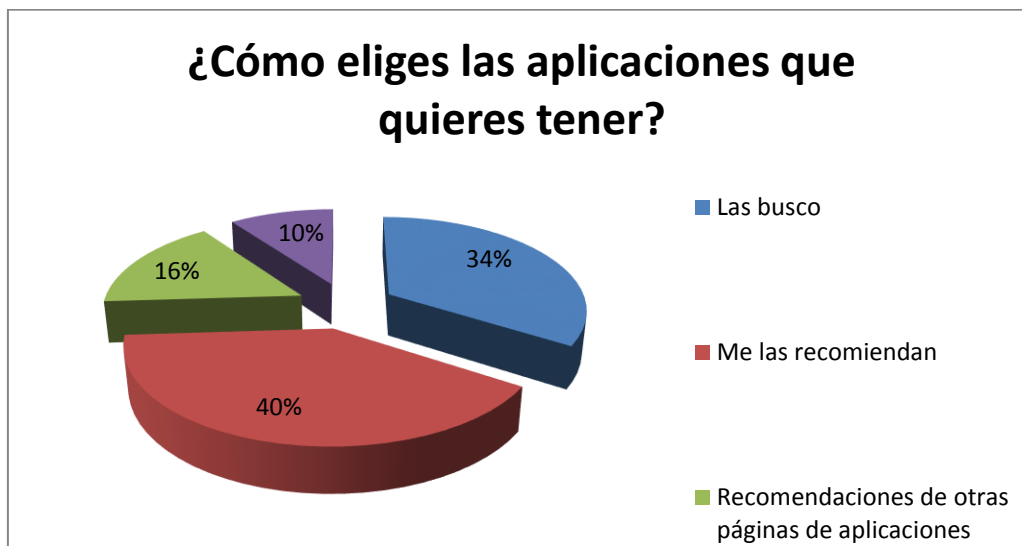


Figura 20. Resultado pregunta 7

De las siguientes categorías ¿de cuales tienes al menos una aplicación?

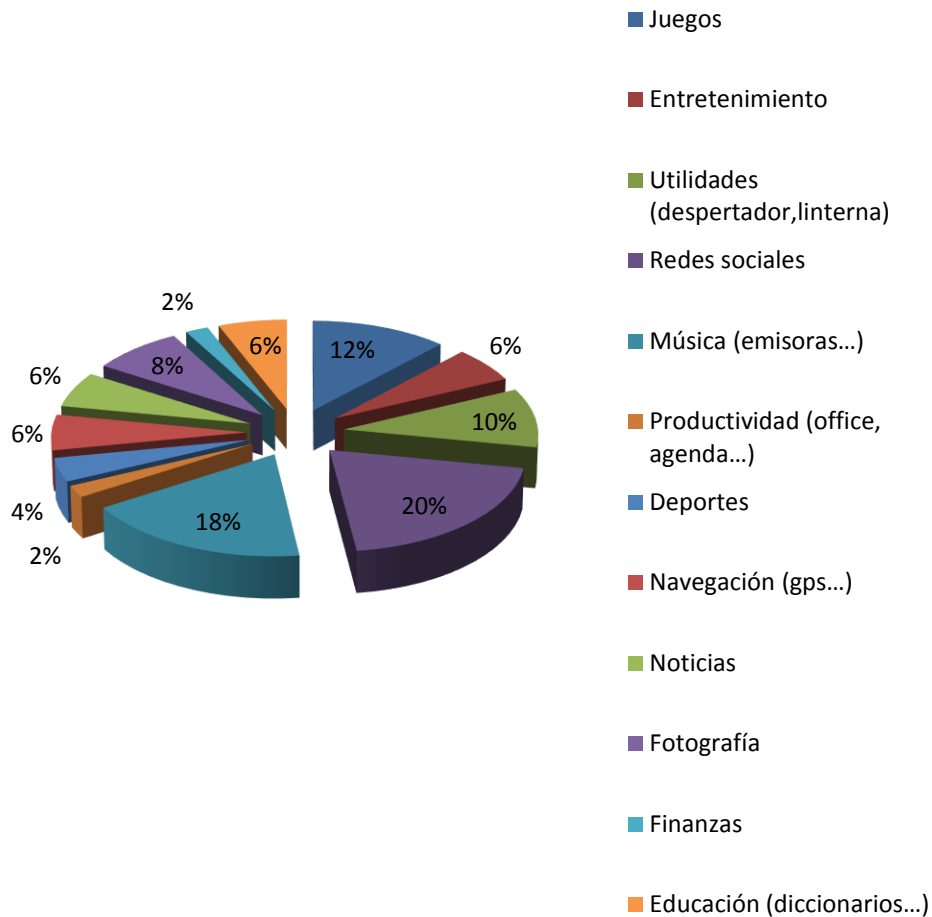


Figura 21. Resultado pregunta 8

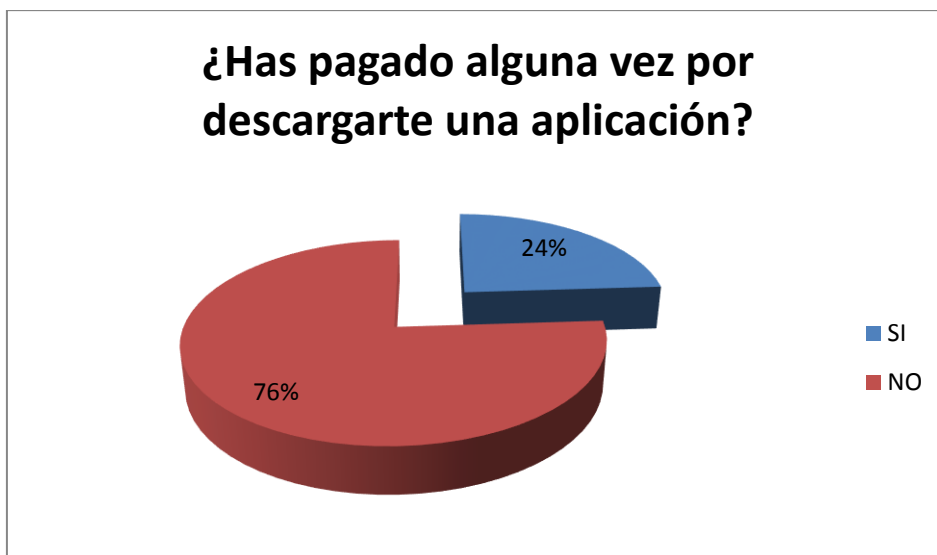


Figura 22. Resultado pregunta 9

En los resultados de la encuesta se verificó que la mayor parte de las personas dispone de un *Smartphone* o una *Tablet* y que están continuamente conectados a Internet. Además usan *App's* para realizar sus actividades de entrenamiento, trabajo y noticias, es importante recalcar que dichas *App's* han sido descargas de forma gratuita, lo que sugiere que la aplicación planteada en este proyecto debería estar disponible en la tiendas también de forma gratuita pero con módulos adicionales o beneficios de cuenta Premium.

Resultados:

- Constante acceso a Internet desde los dispositivos móviles.
- La aplicación debería ser gratuita.
- Deberá competir con las aplicaciones más usadas (redes sociales).
- La campaña de promoción se la podría realizar en redes sociales

8.3. Investigación cualitativa

- **Entrevista a Ana Sánchez encargada de realizar eventos y comunicación de la empresa DualSonic.**

Se realizó la entrevista a Ana para conocer como realiza artes, afiches, trípticos y demás piezas comunicacionales para su empresa, ya que dicha empresa no tiene departamento de diseño.

Ana comenta que cuando se trata de eventos cortos o materiales pequeños, acude a alguna imprenta o centro de impresión cercano al lugar donde se ubica la empresa y comenta además que solo lleva los datos de lo que debe ir en banners, afiches, etc. y que el diseñador del centro se encarga de conceptualizar el arte de acuerdo al evento a realizarse.

Pero si es un evento de gran importancia o cuando se trata de imagen corporativa contrata diseñadores *Freelancers* para que le ayuden con los trabajos de diseño, normalmente los ubica por Internet o por contactos de amigos.

Además comentó que en su empresa todavía no se implanta la opción de teletrabajo.

- **Entrevista a Nelly Jácome Diseñadora web**

Nelly comenta que ella consiguió un puesto en YAGE donde actualmente trabaja por contactos de amigos, además indica que ese es el método que normalmente se usa en su empresa, los mismos trabajadores son los encargados en difundir disponibilidad de plazas disponibles y en caso de no encontrar postulantes, se

realiza publicaciones mediante los portales de búsqueda por Internet. Pero no tienen una plataforma determinada para encontrar diseñadores.

Además Nelly dice que antes de trabajar en YAGE, hacía trabajos *Freelance* para empresas pequeñas que estaban iniciando en el mercado. Su forma de contactarse era redes sociales y teléfono.

El trabajo realizado en esta agencia digital se los hace de forma presencial y no se ha planificado tener diseñadores en la modalidad de teletrabajo.

- **Entrevista Karla Alcívar asistente de Talento Humano y eventos de GMS gente inteligente.**

Karla comenta que trabajan directamente con Multitrabajos o LinkedIn, para contratar a todos los postulantes, comenta que antes tenían un diseñador *inhouse* en la empresa para comunicación interna y para material comunicacional de eventos, sin embargo este año debido al recorte de personal ese puesto fue eliminado. Ahora contratan servicios de diseño en agencias o estudios solo cuando se tratan de eventos grandes en los cuales asistas los proveedores y clientes importantes. Para los trabajos comunicaciones de menor importancia busca asesoría en un centro de impresión o encuentra diseños más baratos.

En estas entrevistas se pudo verificar que sin importar a lo que la empresa se dedique, siempre necesitarán servicios de diseñadores para comunicación interna o externa. Pero en la actualidad las personas no usan alguna herramienta específica para contratar este tipo de servicios profesionales. Sin embargo, todas las personas entrevistadas usan Internet y redes sociales.

8.4. Observación participativa

Se observó a un grupo de diseñadores el día 26 de noviembre del 2016, en YAGE, dicho evento consistió en verificar los lineamientos que tienen estos profesionales para realizar sus diseños, este estudio está enfocado en diseño web más que en aplicaciones, estas la realizan rara vez y con ayuda de una segunda empresa. Pero este evento se observar tendencias, estilos de aplicaciones móviles, además se indica sobre el proceso para el desarrollo de un proyecto de diseño y forma de trabajo. De esta reunión se recolectaron varias ideas y motivaciones para ser aplicadas en la elaboración de este proyecto como:

- Requerimientos del usuario
- Importancia de la funcionalidad
- Presupuesto
- Alcance y fechas de trabajo
- Recursos físicos (servidores, imágenes, interfaces, modo de almacenamiento de datos).
- Proceso creativo (a cargo del director creativo).
- Protocolo de trabajo con el cliente.



Figura 23. Observación Participativa

9. MARCO TEÓRICO

9.1. Teletrabajo

En Ecuador el 4 de Octubre de 2016 se presenta de manera oficial por parte del ministerio de trabajo la modalidad de teletrabajo a las empresas públicas y privadas.

“El ministerio de Trabajo de Ecuador presentó este martes la iniciativa Teletrabajo, que consiste en que los funcionarios de ciertas ramas de la empresa privada, puedan cumplir sus labores desde sus hogares, utilizando las nuevas tecnologías, con lo que se ahorraría recursos a las propias empresas y al Estado.

A decir del funcionario, en la actualidad más de 15.000 personas trabajan en esa modalidad en el país y se espera que en dos años la cifra llegue a 70.000. “Utilizando las tecnologías de información podemos

desarrollar este trabajo. Creemos que es importante resaltar que necesitamos cumplir metas y no un horario de trabajo”, señaló en ministro Leonardo Berrezueta.” (ANDES,2016)

Esta modalidad plantea que sea una opción permanente para que las personas puedan trabajar desde casa y tengan que asistir eventualmente a la oficina central de la empresa. El Ministerio suscribió el acuerdo 190 en el que se establecen las reglas que contempla esta modalidad.

“Es necesario que se vea a la iniciativa como una herramienta que le hace ahorrar costos al empresario de una manera real y eficiente, sin perder la productividad y beneficiando a sus trabajadores”

(ANDES, 2016)

Esta tipo de trabajo además no se contemplará como un nuevo tipo de contrato, si que debería mantener los beneficios que están establecidos en la normativa, además las empresas deben crear un equipo que elabore un plan de funcionamiento, para incluir herramientas, necesidades de cada entidad, presupuesto destinado entre otras. Además se debe considerar que disciplinas permiten realizar sus labores desde casa, para lo cual se considerarán las disciplinas proyectuales.

9.2. Disciplinas proyectuales

Las disciplinas proyectares corresponden a áreas en las que es necesario hacer para aprender, en los cuales se necesitan realizar proyectos, talleres, maquetas, demostraciones y prototipos. Además están fuertemente ligadas a la historia, psicología, sociología, etc. Es decir a ciencias que permitan conocer el comportamiento de la sociedad pues estas sirven como premisas y justificación al momento de crear una obra en la cual se crean interconexión de relaciones sociales e intercambios simbólicos una sociedad a través de los productos o servicios que estas áreas creen.

Se conocen tres áreas como disciplinas proyectuales:

- **Área espacial:** Arquitectura, Urbanismo y Paisaje
- **Área comunicacional:** Diseño Gráfico, Diseño de Imagen, Diseño web y multimedia y Sonido
- **Área Objetual:** Diseño Industrial, Diseño Textil e Indumentaria

Dentro del área comunicacional, el diseño basa su creación y desarrollo de forma digital, es decir que casi todas las herramientas exceptuando las de investigación se las realiza con ayuda de la tecnología (software para diseño). Haciendo de esta disciplina idónea para ser aplicada a la modalidad de teletrabajo.

9.3. Uso de dispositivos móviles

En los últimos años con el avance de la tecnología ha incrementado el uso de los dispositivos móviles para casi todas las actividades inclusive en el ámbito empresarial existe una tendencia por usarlos BYOD, haciendo de este una herramienta

esencial para el desarrollo de actividades, pues brinda versatilidad, rápida, ubicuidad, permanencia, comunicación y movilidad.

Ventajas de usar dispositivos móviles para actividades laborales.

- Portabilidad: tamaño cada vez menor en los dispositivos móviles
- Conectividad y rapidez, acceso a redes inalámbricas o redes de datos que hacen efectiva e inmediata la comunicación, también comunicación telefónica.
- Ubicuidad: Disponible sin importar espacio o tiempo.
- Adaptabilidad: a servicios, cambios y adaptaciones mediante el uso de aplicaciones.

La versatilidad de los dispositivos móviles está en el uso de aplicaciones, dependiendo del requerimiento que se tenga solo bastará con instalar la aplicación adecuada para este trabajo, dichas aplicaciones son útiles para cualquier sistema operativo del dispositivo.

9.4. Aplicaciones Móviles

En la actualidad se usan páginas web con suscripciones para empresas y profesionales del diseño con el fin de contratar personal, este proyecto muestra una alternativa versátil y fácil de usar mediante el uso de un *Smartphone*.

“Aunque parezca un fenómeno reciente, la realidad es que las aplicaciones hace tiempo que están entre nosotros. Últimamente, no

solo se han vuelto más populares y atractivas para los usuarios sino también para los diseñadores y desarrolladores que están sacando provecho de las posibilidades que ofrecen las nuevas pantallas de teléfono de mayor calidad. En una app este avance tecnológico se traduce en mejores experiencias, apoyadas en el diseño visual que ahora tiene más importancia y responsabilidad.” (CUELLO & VITONE, 2013).

Por este motivo la herramienta que facilita la contratación de servicios profesionales se diseñara como una aplicación móvil.

“Las aplicaciones —también llamadas apps— están presentes en los teléfonos desde hace tiempo; de hecho, ya estaban incluidas en los sistemas operativos de Nokia o Blackberry años atrás. Los móviles de esa época, contaban con pantallas reducidas y muchas veces no táctiles, y son los que ahora llamamos feature phones, en contraposición a los Smartphones, más actuales. En esencia, una aplicación no deja de ser un software. Para entender un poco mejor el concepto, podemos decir que las aplicaciones son para los móviles lo que los programas son para los ordenadores de escritorio.” (CUELLO & VITONE, 2013).

Ahora se tienen *Smartphones* con pantallas más grandes y con mejor resolución lo que ayuda a la comunicación y presentación de las aplicaciones.

Para realizar el diseño de una aplicación móvil es necesario tener en cuenta los siguientes aspectos:

- **Conceptualización.-** es la materialización de la idea primaria que tiene en cuenta las necesidades así como los problemas de los usuarios.
- **Definición.-** en esta etapa se tiene se determina los usuarios y las bases de la funcionalidad de la app.
- **Diseño.-** aquí se lleva al plano tangible los conceptos , haciendo uso de: *Wireframes*, Prototipos Test con usuarios y Diseño visual
- **Desarrollo.-** la creación del código y corrección de errores.
- **Publicación.-** se presenta la app para poder descargarse desde las tiendas de Apple y Android, además se realiza el seguimiento y actualizaciones.

9.5. Diferencia entre aplicaciones y web para móviles

Las aplicaciones son un *software* para celulares, actualmente se encuentra gran cantidad de estas para diferentes fines. Sin embargo es importante distinguir una aplicación móvil de una web móvil. La diferencia esencial radica en que la aplicación móvil es un programa específico para usarlo en el teléfono sin embargo una web móvil es una sitio al que se puede acceder desde el teléfono celular usando simplemente un explorador web como Safari o Chrome.

9.6. Proceso de diseño y desarrollo de una app

El proceso de diseño y desarrollo de una aplicación para dispositivos móviles inicia con la conceptualización, definición, diseño, desarrollo y publicación en las tiendas *Google Play* y *Apple Store*.

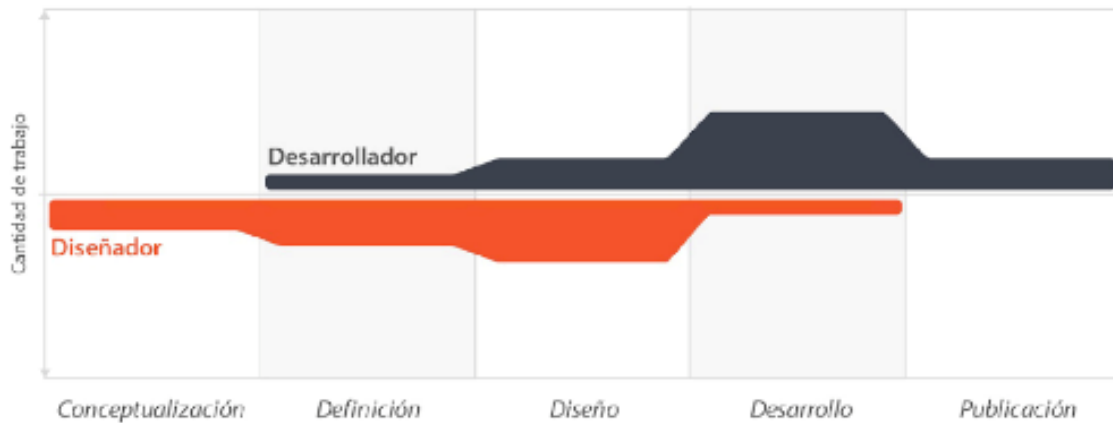


Figura 24. Etapas de Creación de App

1. **Conceptualización.**- En esta etapa se amplifica la idea inicial y se verifican necesidades y problemas de los usuarios. Se realiza el siguiente proceso. Ideación, investigación y formalización de la idea.
2. **Definición.**- En esta parte del proyecto se definen los usuarios para los cuales está pensada la aplicación y se describen también la metodologías que se van a usar, por último se determina la funcionalidad que tendrá la aplicación.
3. **Diseño.**- Etapa en la cual se materializan los conceptos y parámetros de funcionalidad. Esta etapa inicia con la realización de *Wireframes* que son el primer prototipo de funcionamiento de la aplicación.

4. **Desarrollo.**- En esta parte se integra el equipo de desarrolladores que crea la estructura de funcionamiento del software, esta fase se realiza la programación del código.
5. **Publicación.**- Fase final en la cual se pone a disposición de los usuarios la aplicación. Incluye los procesos de: lanzamiento, seguimiento y actualización.

9.7. Clases de aplicaciones

- **Entretenimiento.**- Ofrecen contenido de juegos y distracción al usuario.
- **Sociales.**- Son las que están orientadas a contactar personas e interactuar con ellas, ejemplo: *Facebook, Instagram y Twitter*.
- **Utilitarias y productividad.**- Están asociadas al sector empresarial y se convierten en herramientas que solución problemas específicos de la empresa y usuarios.
- **Educativas e informativas.**- Estas aplicaciones tienen como fin principal ser transmisoras de conocimiento o de noticias, su fuerte está en la forma de navegación.
- **Creación.**- Aplicaciones que son usadas como herramientas potenciales para editar videos, retocar imágenes, producir sonidos, etc.

Existen también dentro de todas estas categorías aplicaciones gratuitas y de pago, así como la unión de las dos, son por ejemplo aplicaciones gratuitas que disponen de ciertas prestaciones que son aplicadas o mejoradas cuando se paga por estas.

9.8. Monetización de las aplicaciones

Es necesario plantear una estrategia de marketing móvil para dar a conocer la app, esto se lo debe hacer antes de lanzarla a las tiendas oficiales, el objetivo es lograr conseguir la mayor cantidad de descargas y usuarios fieles para así rentabilizar el desarrollo de la aplicación, es decir, contabilizar retorno de lo invertido en el desarrollo de las aplicaciones.

La primera opción es tener una App gratuita que oferte una versión Premium pagada, también se puede usar para publicidad y así obtener la ganancia adicional.

9.9. Experiencia de usuario

Knapp Bjerén, define a la experiencia de usuario como "el conjunto de ideas, sensaciones y valoraciones del usuario resultado de la interacción con un producto; es resultado de los objetivos del usuario, las variables culturales y el diseño del interfaz", especificando no sólo de qué fenómeno es resultante, sino también qué elementos la componen y qué factores intervienen en la interacción. En el contexto de la Web, DNX (2005) definen la buena experiencia del usuario como un objetivo - "lo que se persigue es generar sensaciones y valoraciones de los usuarios hacia nuestro sitio web lo más agradables, positivas y satisfactorias posibles"-, además de reseñar la "fidelidad del usuario" como consecuencia de alcanzar este objetivo. (BJERÉN,2003)

Es decir la experiencia que el usuario tenga al visitar una plataforma web hará que la valore y la recuerde. Y para lograr esto es importante tener en cuenta la ciertos aspectos como: la usabilidad, factores sociales, culturales y de contexto al momento de diseñar una plataforma, red o sitio web.

Para KANKAINEN (2002) la Experiencia del Usuario es resultado de una acción motivada en un contexto determinado, haciendo especial énfasis en la importancia condicionante de las expectativas del usuario y las experiencias previas, y por tanto en la capacidad de influencia de la actual experiencia en sus expectativas y futuras experiencias.

Es decir que una buena experiencia de usuario también tendrá influencia en lo que los consumidores esperan en experiencias futuras. Debido a esto es muy importante tener claro que es lo que queremos que cliente sienta, piense y recuerde al usar el servicio o consumir el producto.

“Al final, conseguir una buena UX se trata de resolver lo que es apropiado para cada experiencia y factor de forma y la capa de diseño que se aplica a esto, debería mejorar la experiencia interactiva general, sin importar si es skeuomorphic o plano.” (PEREYRA, 2014).

Otro factor importante para que la aplicación cumpla con la experiencia de usuario es encontrar un factor diferenciador que aporte significado y valor al usuario.

9.10. Usabilidad

HCI (Interacción persona-ordenador) se centra en el estudio de las interacciones que tienen las personas con sus computadores y sistemas informáticos para crear bases teóricas, metodologías y prácticas que sirvan para el diseño y evaluación de productos interactivos que puedan ser usados de forma eficiente, segura y satisfactoria. Debido a que existen muchas variables involucradas en estas interacciones, se usan algunas de estas para realizar el estudio, estas variables son: psicología cognitiva y de conducta y ergonomía.

Determinar la usabilidad es un eje principal dentro de la HCI, ya que es la guía en la construcción de una buena experiencia de usuario. Es importante también tener claro cuáles son los factores que se quieren reflejar en las emociones, estado de ánimo y sentimientos del usuario.

Sobre todos los aspectos emocionales juegan un papel muy importante en la interacción del usuario pues estos aspectos alteran los estados cognitivos de las personas y afectan directamente en la memorización y valoración del producto o servicio.

La estética debe plantearse como medio de comunicación emocional que deberá satisfacer el uso del producto y servicio.

“Numerosos autores han propuesto diversas definiciones de usabilidad, normalmente a través de la enumeración de los diferentes atributos o factores mediante los que puede ser evaluada, dependiendo finalmente cada definición del enfoque con el que pretende ser medida” (FOLMER, BOSCH; 2003).

9.11. Factores que componen la experiencia de usuario

Sociales

- Tiempo disponible
- Sucesos
- Requerimientos

Culturales

- Género
- Moda
- Hábitos
- Normas
- Lenguaje
- Símbolos
- Religión

Usos

- Tiempo
- Lugar
- Temperatura
- Número de usuarios

La interacción de estos factores junto con la usabilidad hace que la experiencia de usuario sea placentera y eficiente.

Por esto es necesario ofrecer una red profesional que capte la atención de las personas por su funcionamiento dinámico y que brinde una gran experiencia al usuario final al utilizarla.

9.12. Espacio colaborativo y proceso creativo

Es necesario conocer cuáles son los pasos del proceso creativo para verificar las herramientas que la plataforma debería brindar. Ya que dicho proceso generalmente abarca actividades y rasgos cognitivos que se emplean en la resolución de problemas.

Según PÉREZ, 2006:

- *La capacidad para la ideación es multidimensional más que unidimensional.*
- *Ideación e inteligencia probablemente no están directamente relacionadas.*
- *La capacidad para la ideación está reflejada en distintas características de la personalidad.*
- *Los individuos producen mejores ideas cuando están obligados a participar en grupos estructurados que cuando se les permite participar voluntariamente en grupos no estructurados.*
- *El aplazamiento de juicio, en particular y en la incubación, conduce a mejores ideas.*
- *Los programas de entrenamiento tienden a incrementar la producción y calidad de las ideas.*

Paul Rand, 1993 describió al diseño como una actividad que resulta de los impulsos creativos del individuo. Para que la plataforma cumpla con el rol del

trabajo colaborativo en línea es necesario identificar cuáles son características que hacen que un espacio sea colaborativo pero que no limite el proceso creativo del diseñador.

Para PAOLETTI, 2011 un espacio colaborativo debe poseer las siguientes características:

- Centrado en las personas y/o usuarios, es decir que debe estar diseñado para que las necesidades sean cubiertas y que además estimule el trabajo productivo y creativo.
- Deber ser simple, debe cumplir con el propósito para el cual fue diseñado brindando facilidad de uso.
- Diverso. El espacio debe concentrar diferentes energías e ideas, encontrando un balance.
- Fluido. Es necesario crear un espacio propicio para que las ideas y descubrimientos se den de forma espontánea.
- Adaptivo. El espacio debe ser diseñado adaptarse a múltiples funcionalidades.
- Flexible. De estructura modular para permitir la re-configuración.

Es necesario entender que las herramientas tecnológicas deben ser usadas para facilitar el trabajo, sin que su impedimento de usarlas sea un límite para desenvolver correctamente el trabajo.

9.13. Comunicación visual

El entorno visual define el acto de ver en todas las dimensiones. Se requiere de un esfuerzo mental para lograr ver con detalle y nitidez el objeto visual. El entorno visual es nuestro mejor maestro, y como seres pensantes memorizamos los objetos y las cosas externa e internamente. Establecemos una relación experiencia, (en algunos casos sobrepasa la experticia) con los objetos, los reconocemos y codificamos. Como producto de la evolución y la historia vemos el mundo que nosotros mismos hemos construido, moldeado y transformado. Debemos entender que una gran parte de nuestro aprendizaje es de carácter visual. Hemos pasado de ser homo sapiens a homo visuales. (II Encuentro Latinoamericano de Diseño, 2007).

Forma de representar gráficamente la interfaz, de un servicio, incluye elementos de composición, cromática, tipografía, ilustraciones e imágenes, que son dispuestos para transmitir un mensaje específico a un público determinado.

9.14. Diseño sensorial

JAMES (2011) explica que cada experiencia que tiene el ser humano es mediante los sentidos, es decir con la vista, oído, olfato y gusto pero depende del producto estimular alguno de estos sentidos.

Para las aplicaciones la experiencia que prioriza es la táctil, ya que se usa de forma natural desde el nacimiento de los Smartphones, sin embargo se pueden apelar

a otro tipo de sentido como el oído y la vista, con mensajes de voz, videoconferencias y diseño visual único. La aplicación propuesta deberá justamente tratar de reflejar el diseño sensorial.

La interfaz estará construida aplicando el principio de diseño sensorial para crear esta interacción de interfaces se debe trabajar con relación al estilo, estructura y contenido. BOOTH (1989), Ya que la interfaz es la ajuste de elementos propios para el funcionamiento que además proporcionan al usuario el entendimiento de la navegación.

9.15. Navegación

-**La navegación global** facilita el acceso de todo el sitio, y responde a la pregunta ¿dónde estoy ahora navegando?

-**La navegación local** facilita a los usuarios el acceso de lo que se encuentra cerca, respondiendo a la pregunta ¿qué está cerca?

-**La navegación suplementaria** el usuario puede navegar en los contenidos sin la necesidad de volver a empezar desde el principio. Por ejemplo menús desplegados.

-**La navegación contextual** el usuario navega por relación e identifica cual es la relación entre lo que se está visitando.

9.16. Benchmarking

Existen aplicaciones en el mercado actual que permiten la comunicación con los diseñadores sin embargo aún no brindan la utilidad de teletrabajo y otras por separado que sirven para realizar teletrabajo. Se tienen ejemplos como:



Figura 25. Behance

BEHANCE.- Plataforma para diseñadores, en la cual se exhiben proyectos y en donde se pueden contactar a los mismos.

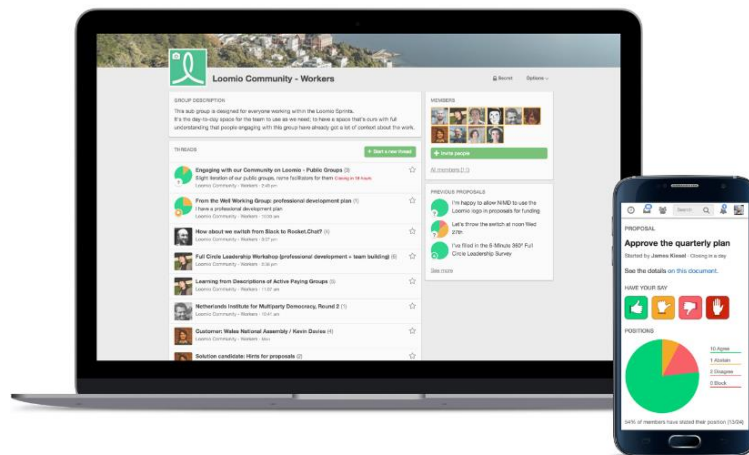


Figura 26. Loomio

LOOMIO: que una herramienta en la cual se invitan a los usuarios y se **crea una discusión** en dónde cada persona puede aportar sus ideas y planes de acción.



Figura 27. Quip

QUIP: Permite crear, editar y compartir documentos en línea. Pero, incorpora un chat dentro del panel.

Adicionalmente existen:



Figura 28. Trello

TRELLO: Herramienta para organizar tareas y actividades, las ordena por realizadas y no realizadas.

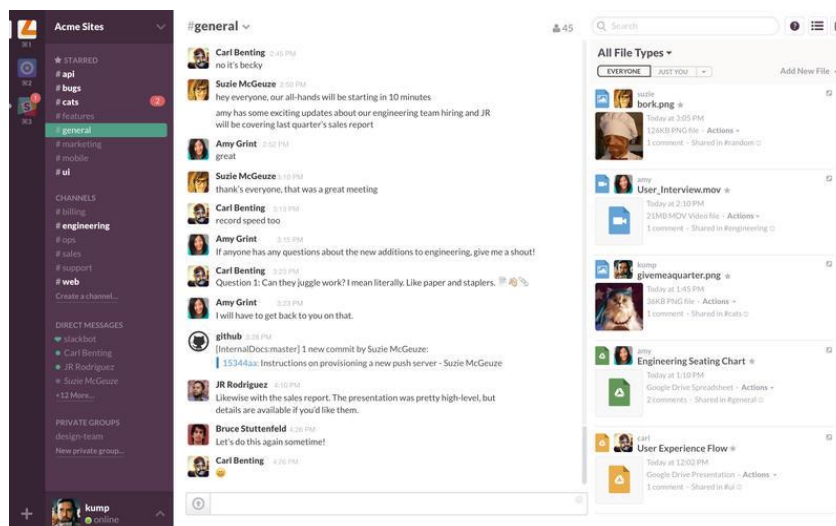


Figura 29. Slack

SLACK: La herramienta para comunicarse comportamiento parecido a *Skype*.

Sirve para mensajería instantánea y videoconferencias.



Figura 30. Sesame

SESAME: Herramienta para el **control de horario** de la jornada laboral.



Figura 31. Asana

ASANA: Permite estructurar tareas por proyectos y llevar el seguimiento de cada una de estas tareas a través de email y de la propia app.

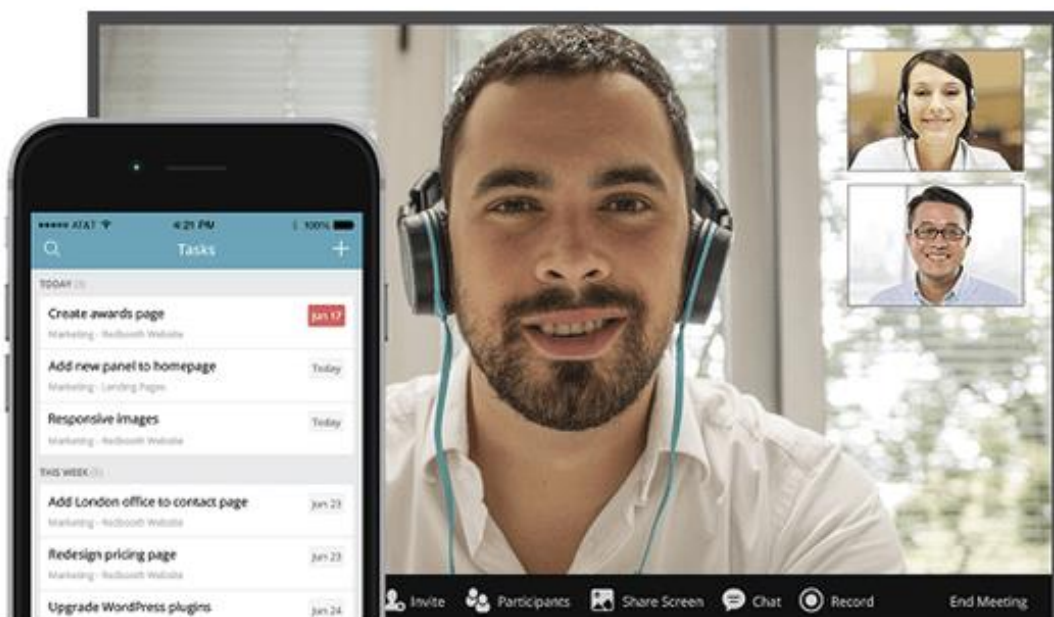


Figura 32. RedBoot

REDBOOT: Herramienta para gestionar proyectos, permite compartir información de los usuarios dentro del mismo proyecto, cuenta con un chat y la posibilidad de añadir comentarios y archivos. Además permite compartir con: Google y

Dropbox también es posible y, como la mayoría, cuenta con versiones gratuitas y de pago.

Se realizó el uso y análisis de todas estas plataformas que actualmente se encuentran en el mercado y que por separado realizan parte de la funcionalidad de la aplicación que se propone en este proyecto.

Se puede verificar funcionalidades similares así como la forma en la que se realiza la comunicación y gestión de tareas de los proyectos. Adicionalmente estas aplicaciones que podrían ser útiles para el teletrabajo características que podrían ser impregnadas en esta propuesta.

También se realizó un análisis de las tendencias en cuanto a diseño de la interfaz, botones, menús desplegables y navegación.

10. PROPUESTA DE DISEÑO

10.1. SERVICIO

El servicio depende de los momentos de verdad que son los instantes en los que el cliente entra en contacto con el producto (Empresa).

10.2. Momentos de la verdad

Momentos Verdad



Figura 33. Momentos de la verdad

10.3. Momentos de la verdad App



- 1**
 - D Mostrar su perfil -Proyectos, personalizar perfil, valoraciones
 - C Valoraciones, ver perfiles
- 2** Comunicación
 - Mensajes Texto
 - Vídeo llamadas
 - Chat
 - Mensajes voz
 - Fotos
- 3** Requerimientos
 - Pantillas - Brief básica - contrato - compartir archivos
- 4** Diseño - Espera
 - Tareas- seguimiento--calendario compartir archivos-
- 5** Aprobación- modificaciones - cambios
 - Comunicación - compartir archivos
- 6** Pago

Figura 34. Momentos de la verdad App

10.4. Necesidades de los usuarios

Primero se identifica el tipo de necesidades así como el perfil que tendrán los usuarios que utilizarán la App.

Perfiles:

- Diseñadores (Tele trabajadores)
- Usuarios (buscan diseñadores)

Los usuarios deben estar conectados siempre a Internet por medio del celular ya que esto facilita su libre acceso.

10.5. Perfil de usuarios



Figura 35. Perfil diseñador



Figura 36. Perfil Cliente

10.6. Ciclo de comportamiento del Usuario

El proyecto centra su enfoque en los usuarios que usen dispositivos móviles y consecuentemente aplicaciones móviles.

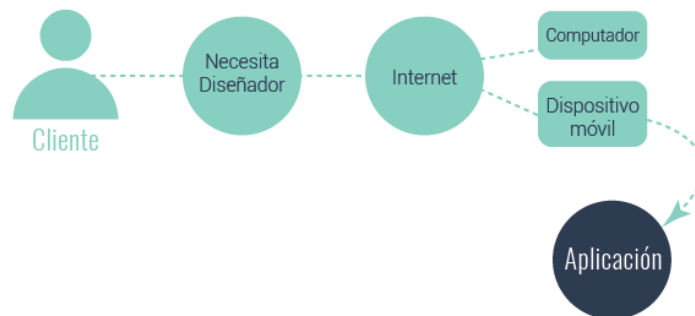


Figura 37. Ciclo de Comportamiento cliente

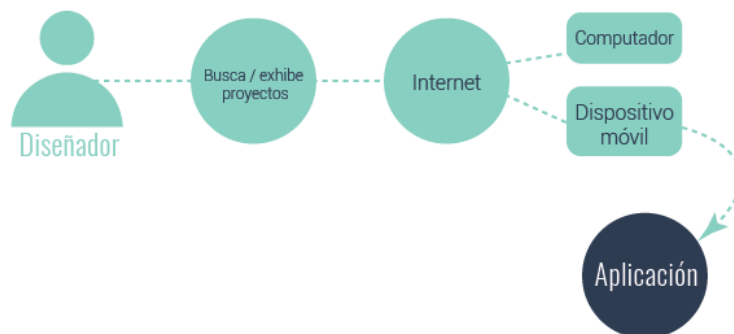


Figura 38. Ciclo de Comportamiento diseñador

Además es necesario revisar el proceso que realiza el diseñador:

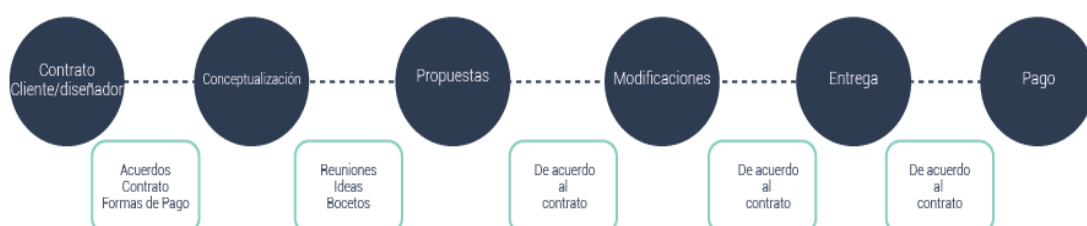


Figura 39. Proceso de Diseño

Luego de ser contactado el diseñador empieza con la conceptualización de las ideas y empieza con bocetos. Posteriormente presentará propuestas para que el cliente elija y pueda realizar las modificaciones que el contrato especifique y por último se entregaran los archivos estipulados en el contrato.

La aplicación planteada pretende ser la herramienta que facilite este proceso en la modalidad teletrabajo. Es necesario realizar una prueba de usuarios antes para constatar de manera más cercana a la realidad la experiencia de uso.

10.7. Creación de la marca

En el nombre se pretende reflejar la labor para la cual está diseñada la aplicación.

Se intentaba reflejar la esencia de lo que se busca al utilizar esta aplicación:

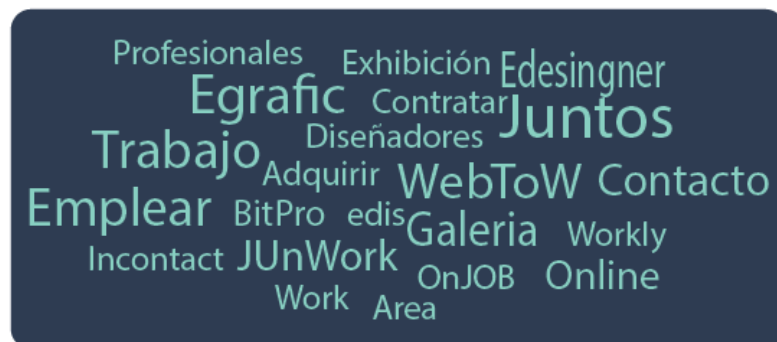


Figura 40. Posibles Nombres

Nombre escogido: **DESIGNER**

10.7.1. Istotipo

Con isotipo se pretendía recopilar las herramientas usadas así como la destreza que diseñadores deber tener para elaborar piezas gráficas y demás proyectos, es

por esto que se usó la punta de pluma (herramienta de Adobe Illustrator), así como el trazo que se puede lograr con esta.



Figura 41. Isotipo

10.7.2. Logotipo



Figura 42. Logotipo

10.7.3. Área de seguridad

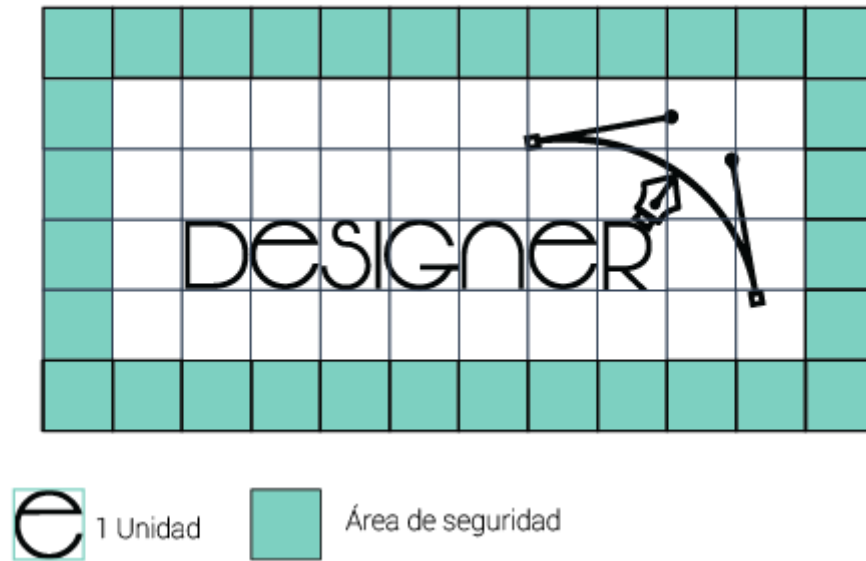


Figura 43. Área de seguridad

10.7.4. Cromática



Figura 44. Cromática utilizada

Según la cromática el azul turquesa es un sedante de emociones, tranquilidad lo cual es necesario para realizar cualquier tipo de proyecto, además un buen diseño se caracteriza por los detalles y para ellos es necesario tiempo y paciencia. El negro brinda un toque de elegancia y seriedad cualidad que beneficia a la función principal de la aplicación

10.7.5. Tipografía

Para la construcción del logo se usó Vonique 64, con modificaciones en las terminaciones. La tipografía a usarse deber ser clara, sin serifas atendiendo a la tendencia de tipografía para sitios web:

Posibles opciones

- Roboto

Thin 100
Grumpy wizards make toxic brew for the e

Thin 100 Italic
Grumpy wizards make toxic brew for the e

Light 300
Grumpy wizards make toxic brew for the e

Light 300 Italic
Grumpy wizards make toxic brew for the e

Normal 400
Grumpy wizards make toxic brew for the e

Normal 400 Italic
Grumpy wizards make toxic brew for the e

Medium 500
Grumpy wizards make toxic brew for the e

Medium 500 Italic
Grumpy wizards make toxic brew for the e

Figura 45. Tipografía Roboto

10.8. Primer prototipo de la App

Para la creación de prototipos existes varias herramientas por ejemplo:

Origami
Design Prototyping

Figura 46. Origami

- Origami es una herramienta gratuita para diseñar de forma rápida el prototipo de una aplicación para ipad y iphone.



Figura 47. Kony

- Herramienta para desarrollo de prototipos de app web



Figura 48. Good Barber

- Sitio donde se puede realizar prototipos de forma gratuita
<http://es.goodbarber.com/create/>



Figura 49. Justinmind

- *JustInMind* es una aplicación que permite realizar prototipos funcionales, consta de una herramienta para trabajar en la computadora.

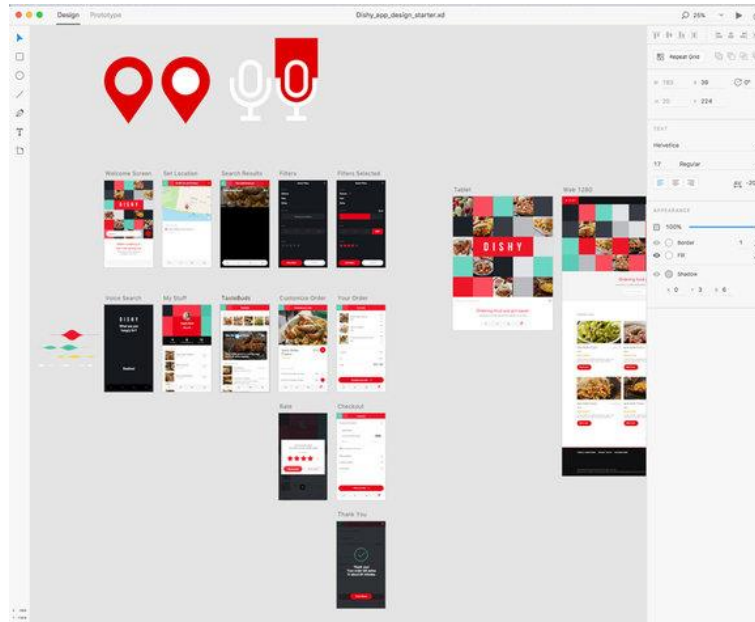


Figura 50. Xd Adobe

- Xd Adobe es una herramienta de Adobe que permite realizar prototipos y enlaces de funcionamiento para ser mostrados en forma de videos (Simulación).

Esta última herramienta servirá para realizar del prototipo de la aplicación.

10.8.1. Prototipo - parte funcional

Se iniciará planteado un árbol de navegación en el cual se pueda verifica como el usuario accederá a los recursos que la aplicación brinda de forma parcial y global.

Árbol de Navegación

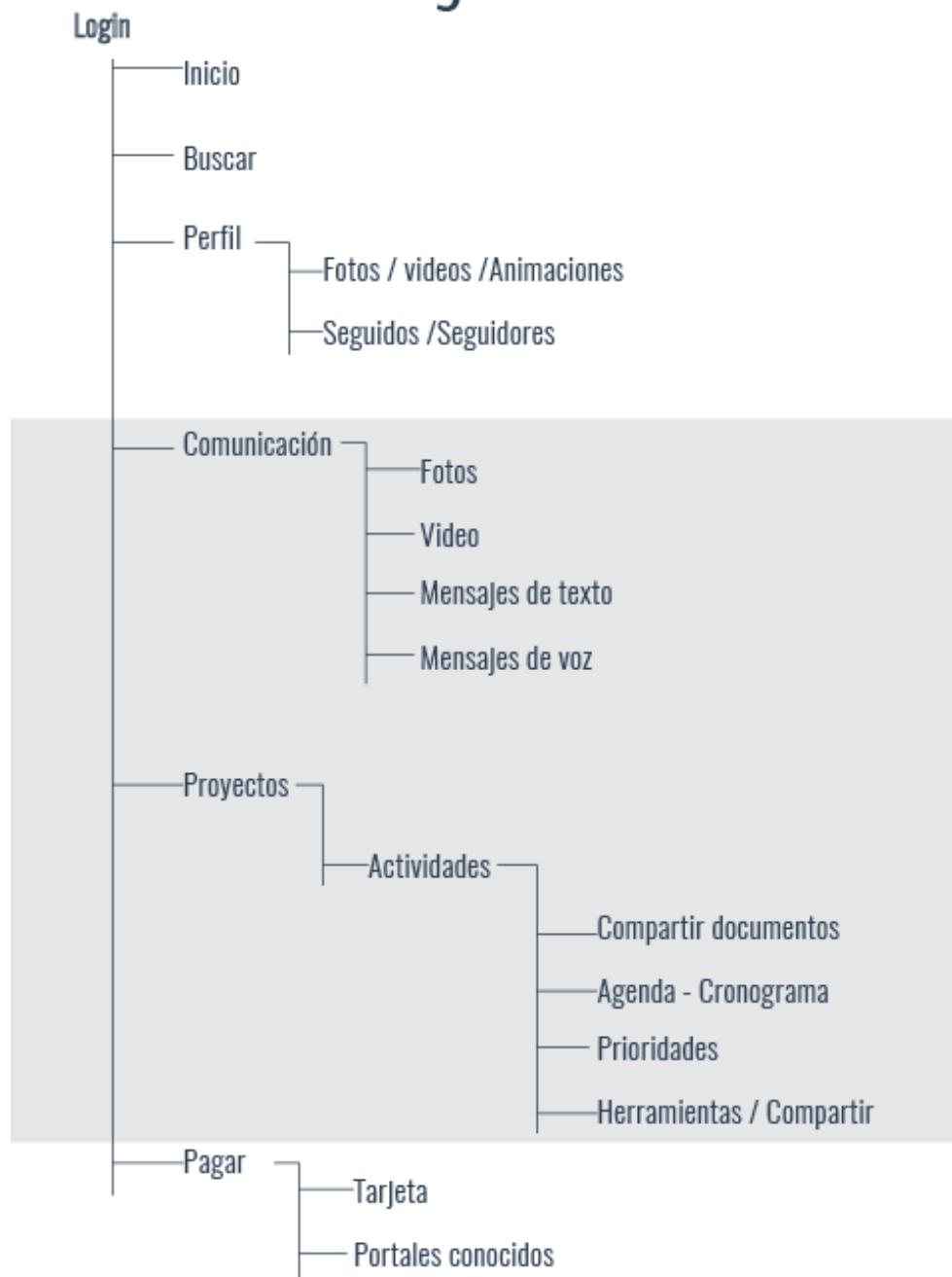


Figura 51. Árbol de Navegación

10.8.2. Wireframes

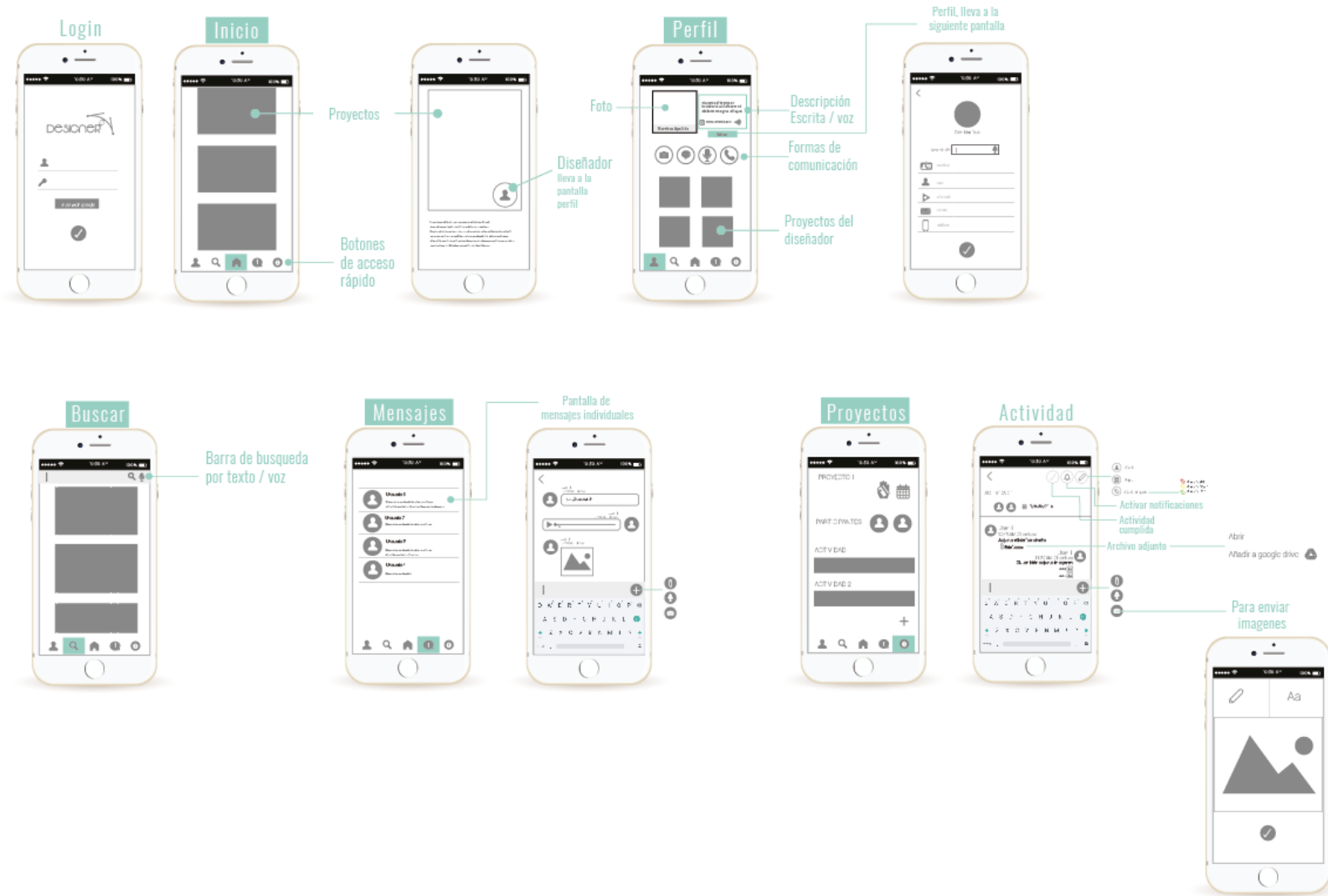


Figura 52. Wireframes

10.8.3. Pantallas prototipo funcional

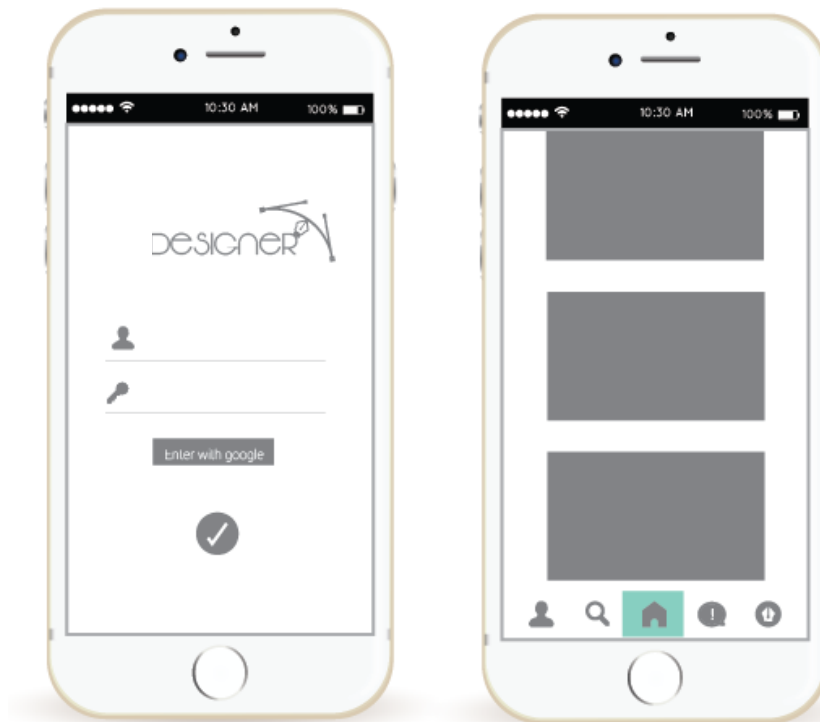


Figura 53. Pantallas de Login e Inicio

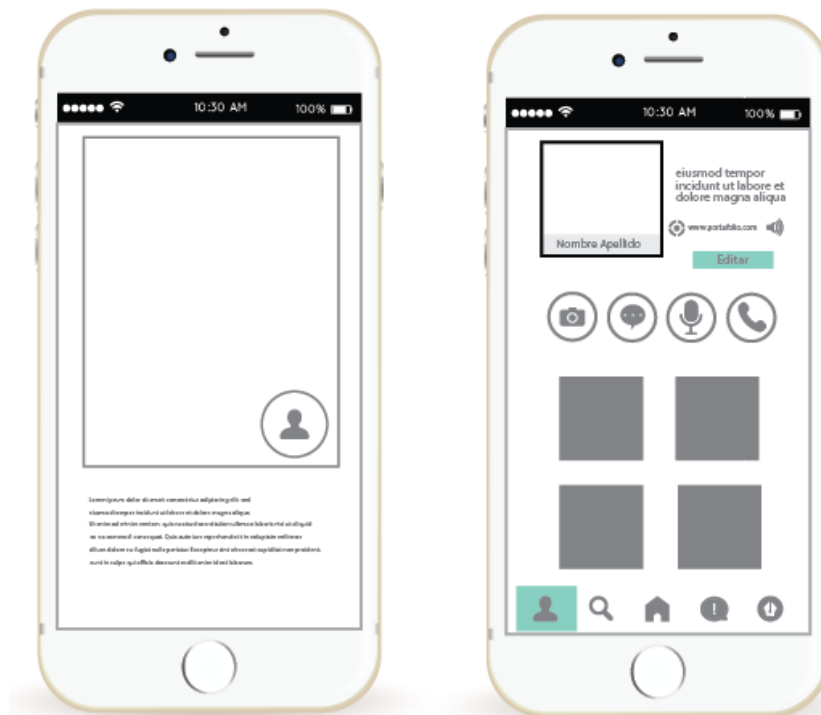


Figura 54. Pantallas de Proyectos y Perfil

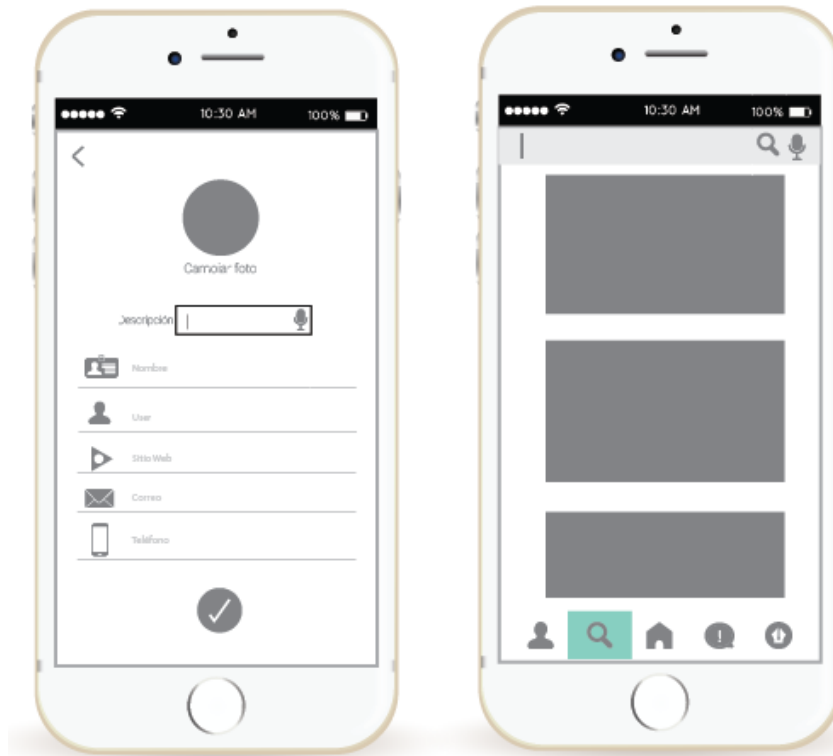


Figura 55. Pantallas de Editar Perfil y Búsqueda

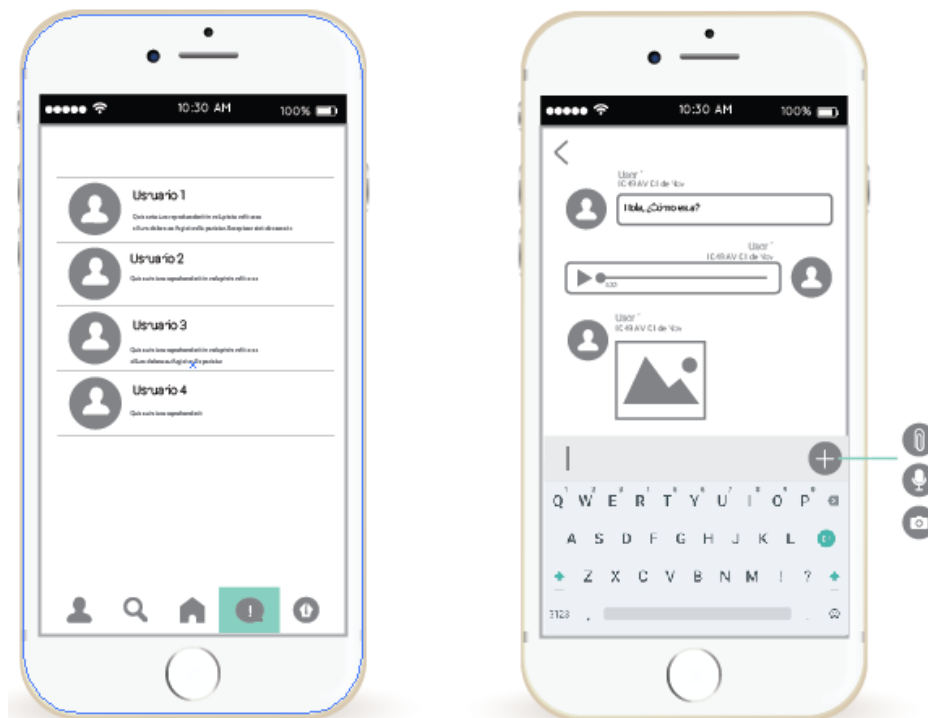


Figura 56. Pantallas de Mensajes

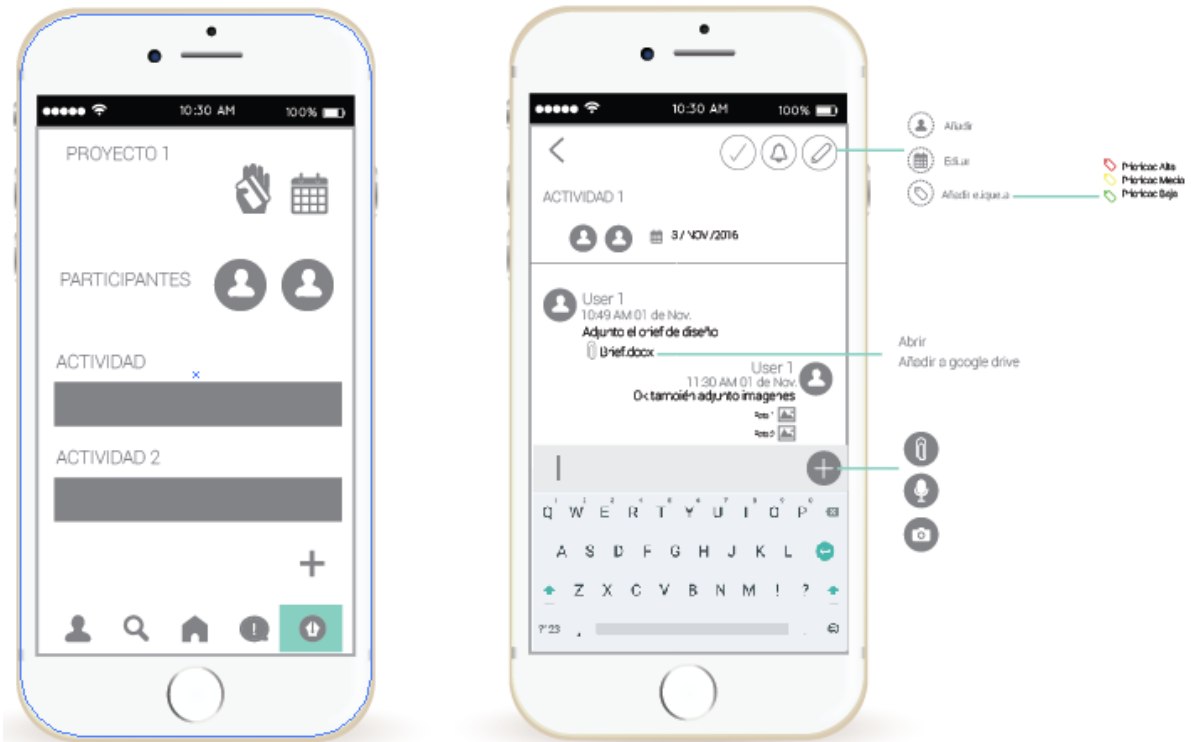


Figura 57. Pantallas de Proyecto y Actividad

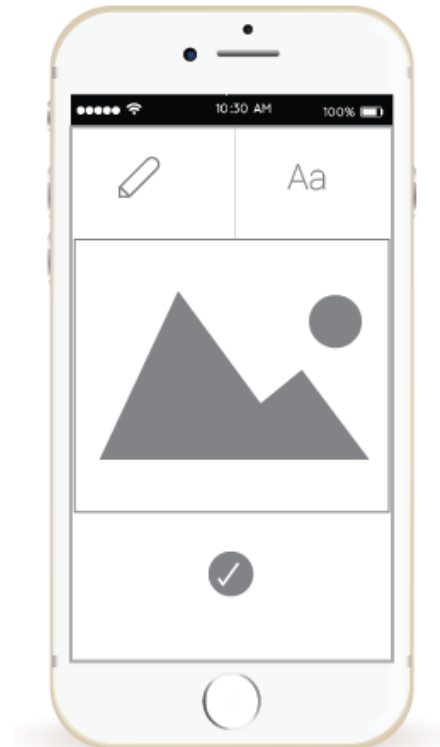


Figura 58. Pantalla de Insertar Imagen

10.8.4. Pruebas de usuario 1

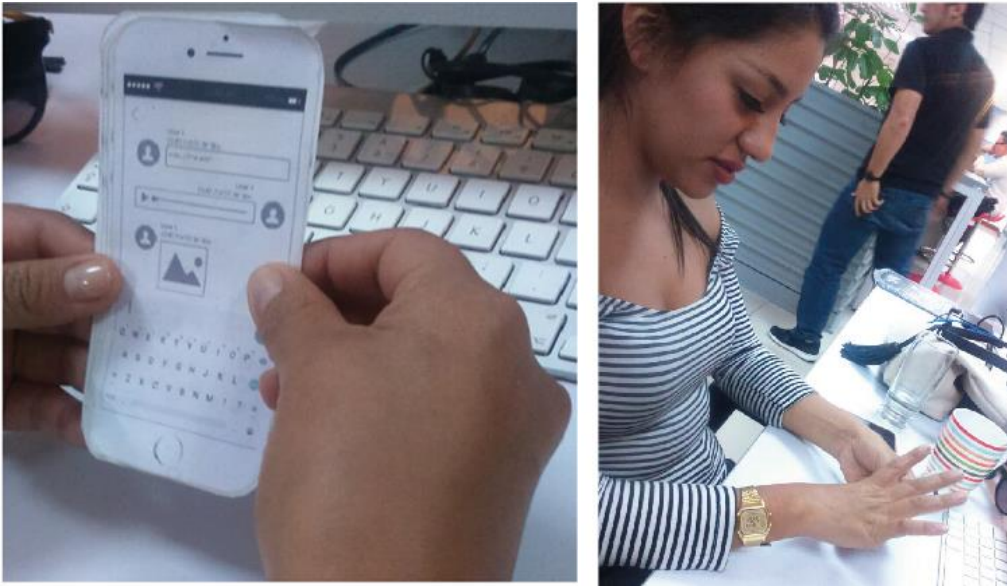


Figura 59. Pruebas de usuario

Se realizó las pruebas de usuario, para verificar la funcionalidad de la aplicación. Es decir, se pudo constatar si las gente de forma intuitiva podía entender la navegación. Después de realizar las pruebas a 10 personas en edades de entre 19-35 años se tomaron las diferentes recomendaciones y resultados para aplicarlas en el diseño del prototipo final.

Sofía (26) Oficinista

Fernando (27)

Hernan (22) Estudiante derecho

Ingeniero Desarrollo de App

Ana (21) Estudiante Ingeniería

Móviles para IOS

Nelly (29) Diseñadora Web

Walter (28) Profesor

Carla (28) Diseñadora

Myrian (49) Comerciante

Juan Fernando (21) Oficinista

Diego (27) Emprendedor

Observaciones

- El ícono de mensajes era confuso
- Comunicación como una red social.
- Verificar tamaños que sean iguales y los botones estándares de Android y Apple
- Colocar texto real, cierta tipografía dificultaba la lectura.
- Botones de retroceder no eran iguales.
- Logo comunica el propósito de la aplicación

Recomendaciones:

- Diferenciar entre perfil Diseñador – Cliente.
- Usar íconos ya conocidos para: menú, navegación y comunicación.
- Forma de contacto (Match) entre Diseñador y cliente podría darse bajo un requerimiento que el cliente realiza.
- Agregar proceso de aceptación o rechazo por parte del Diseñador.
- Usar colores planos.

10.8.5. Moodboard

Con los resultados de las pruebas de usuario se realizó un moodboard para verificar las tendencias actuales del diseño de las apps.

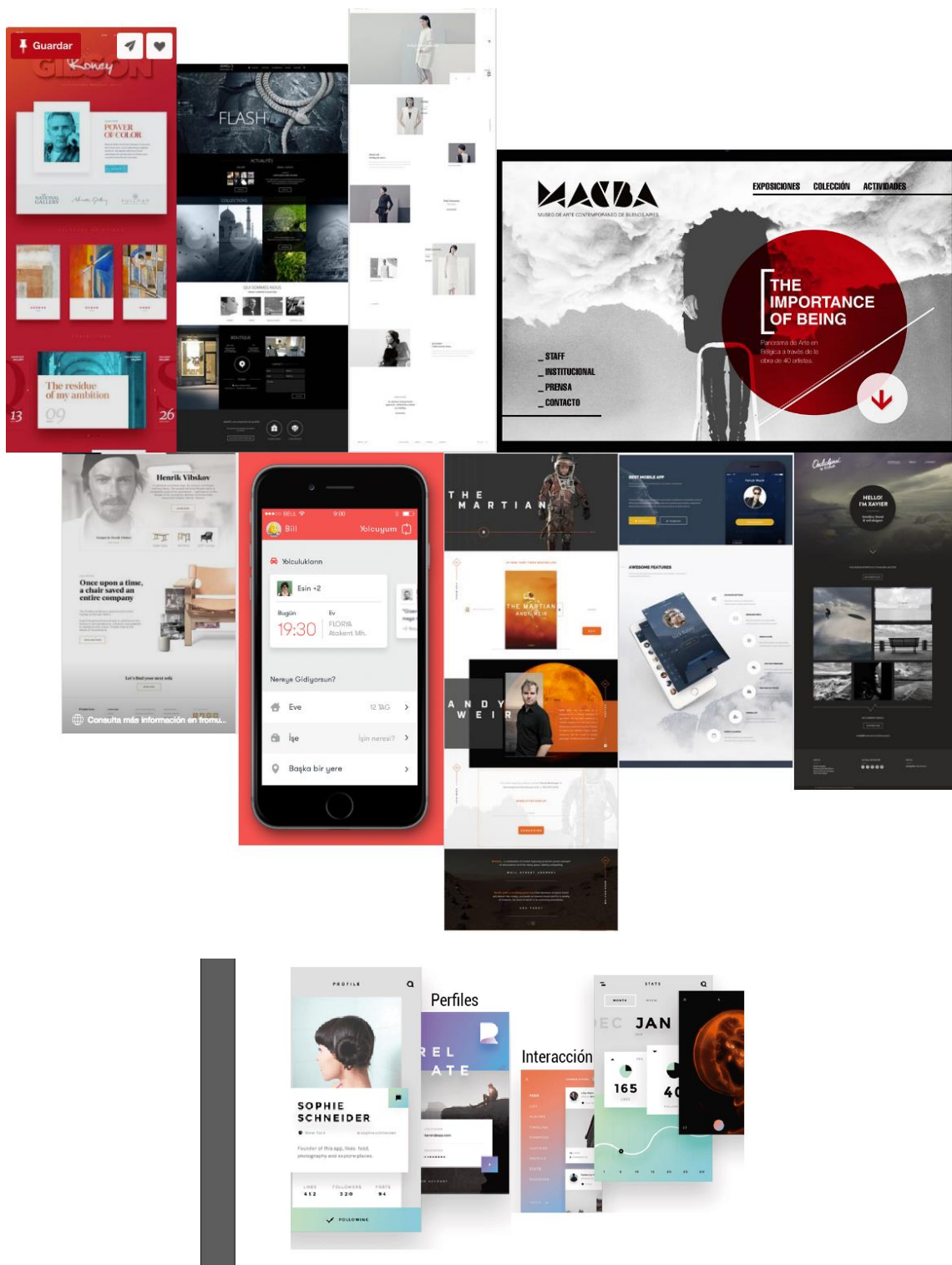


Figura 60. Moodboard

10.9. Modelo de funcionamiento - roles

Funcionamiento del sistema de servicio para Diseñadores y Clientes.



Figura 61. Rol del cliente



Figura 62. Rol del diseñador

10.10. Prototipo Final- Pantallas



Figura 63. Login

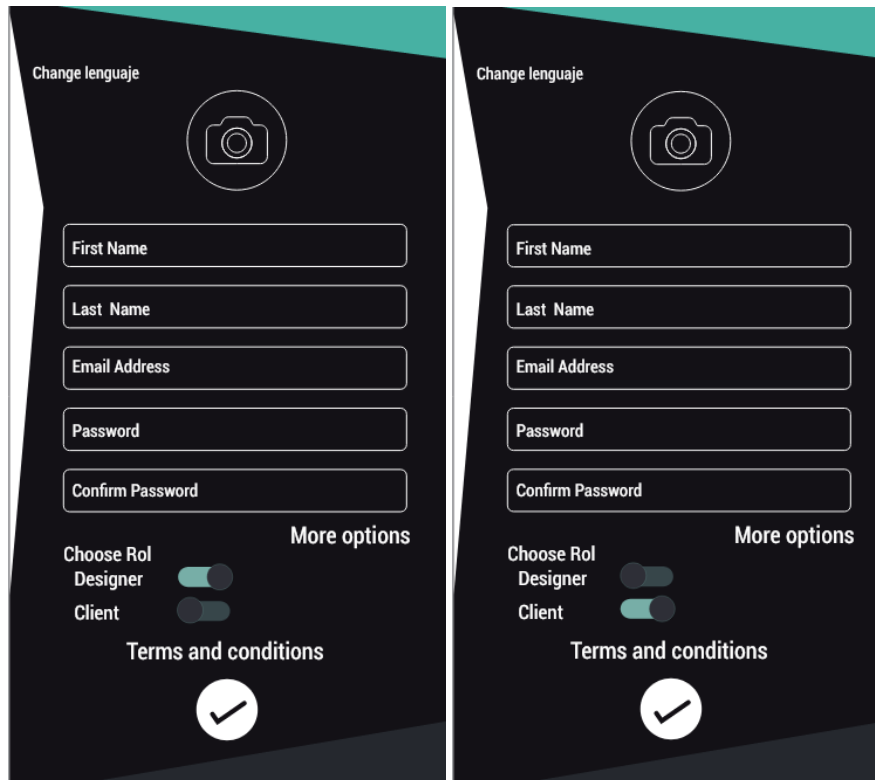


Figura 64. Perfiles Diseñador y Cliente

10.10.1. Pantallas para el perfil de CLIENTE:

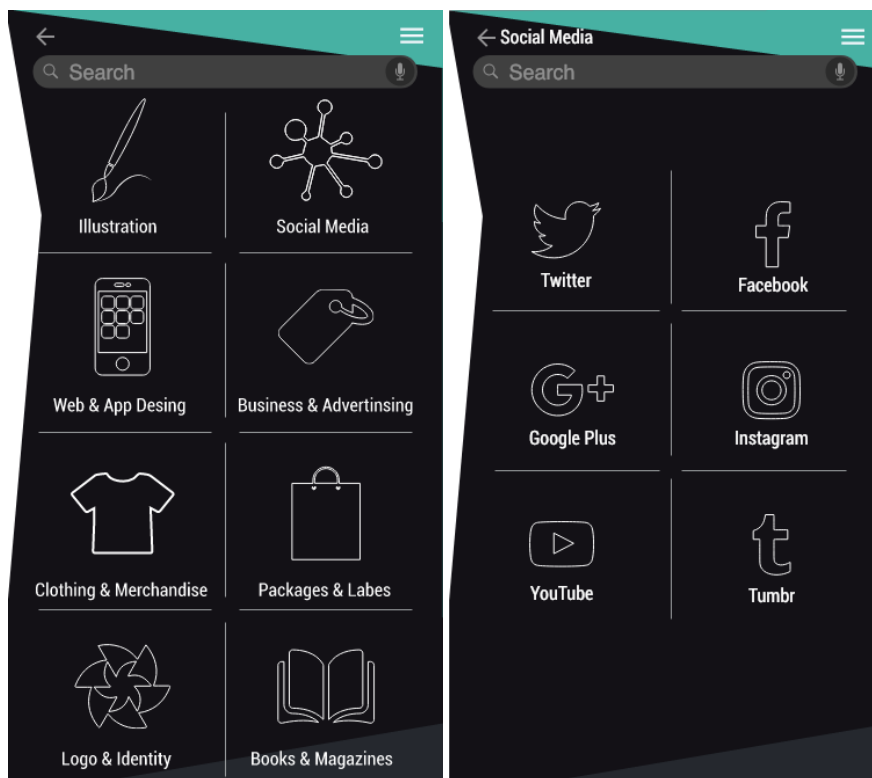


Figura 65. Pantallas de requerimientos

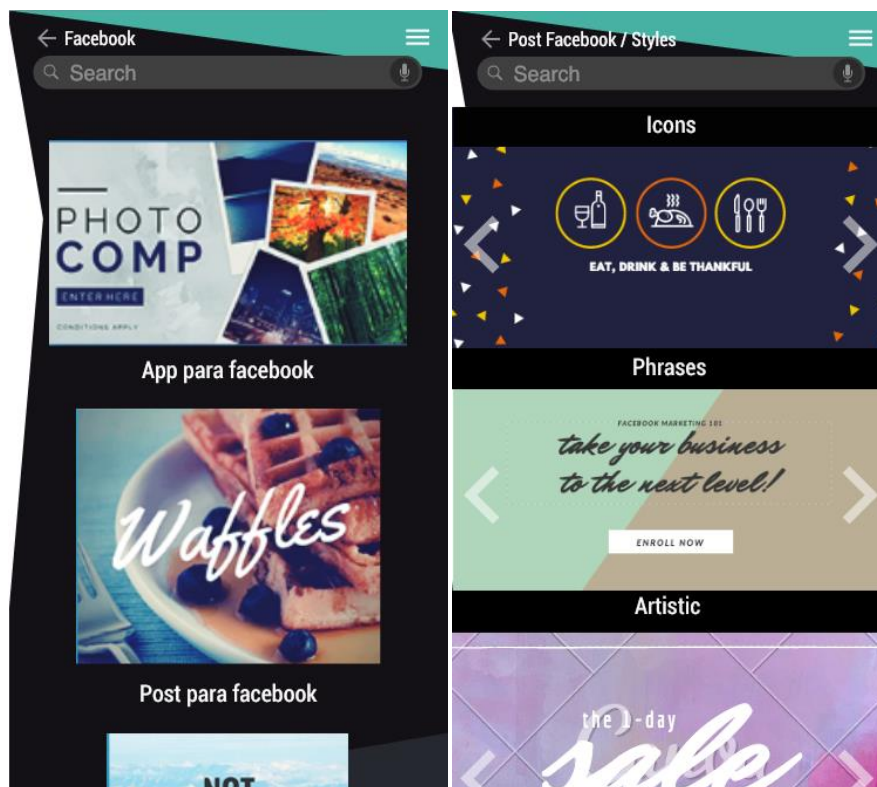


Figura 66. Tipo de requerimiento y estilo

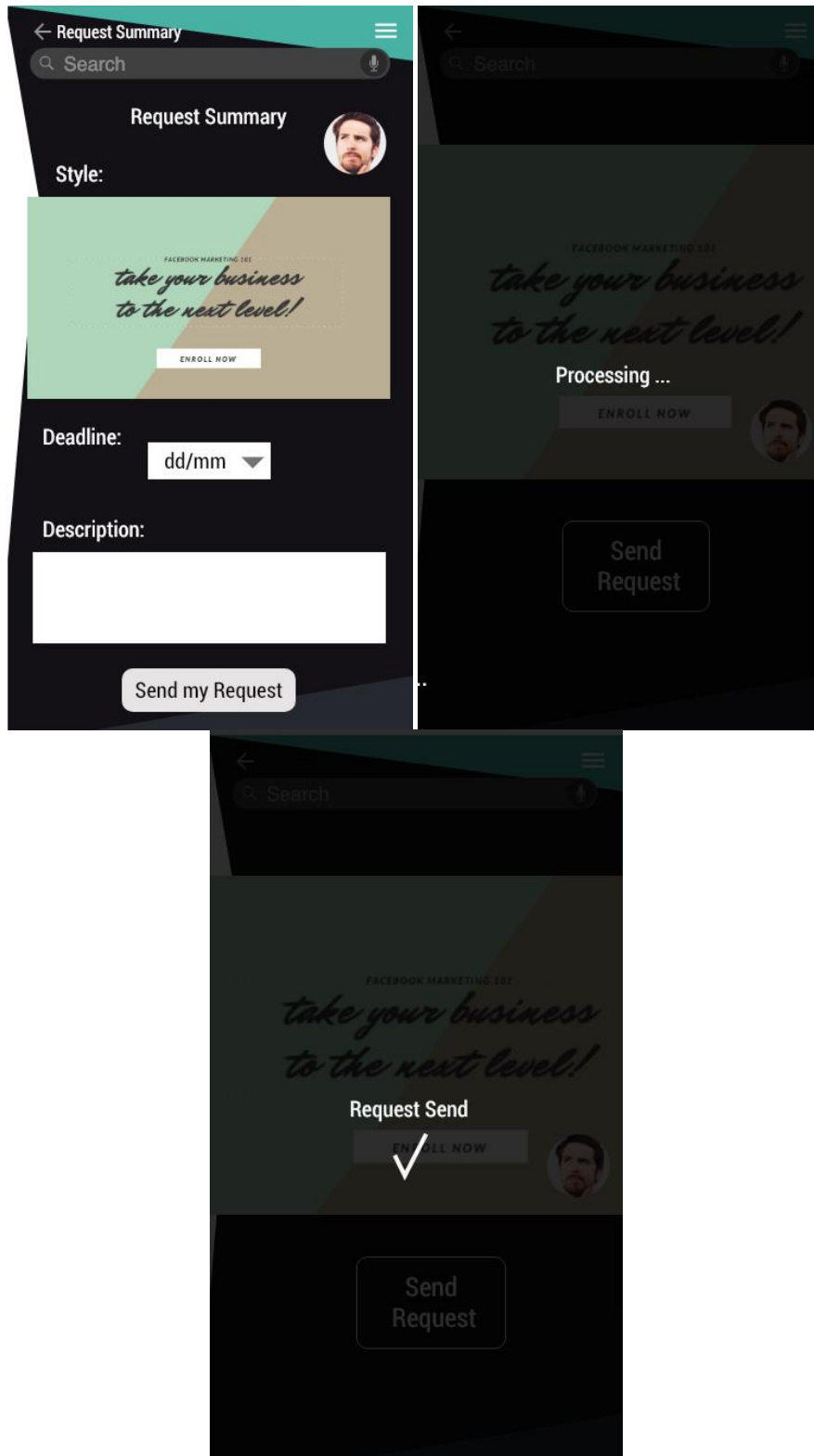


Figura 67. Envío de requerimiento

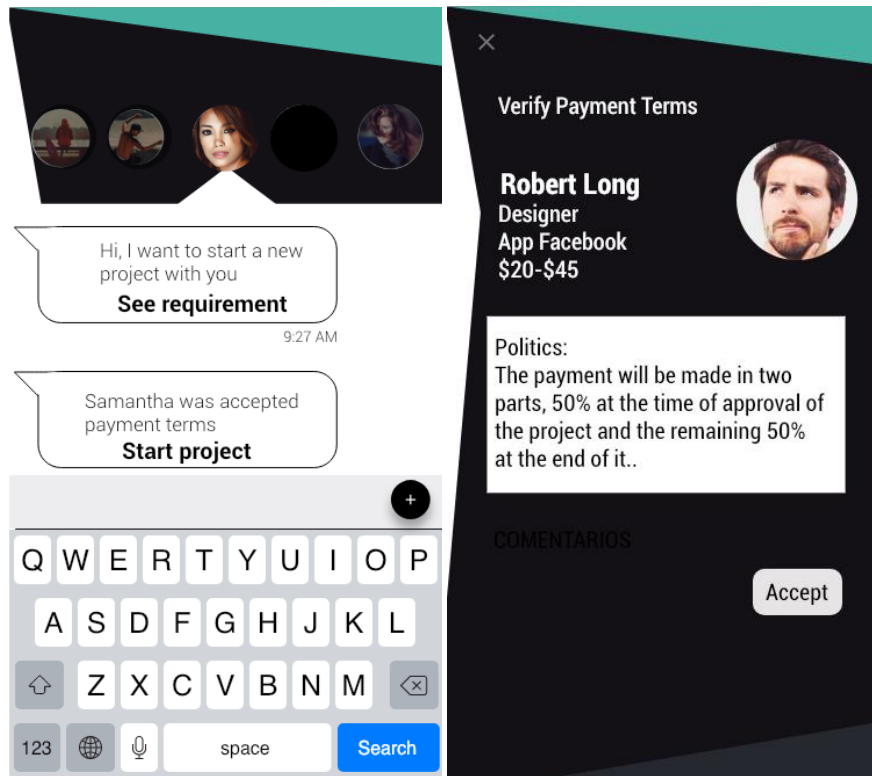


Figura 68. Aceptación del proyecto y términos de pago

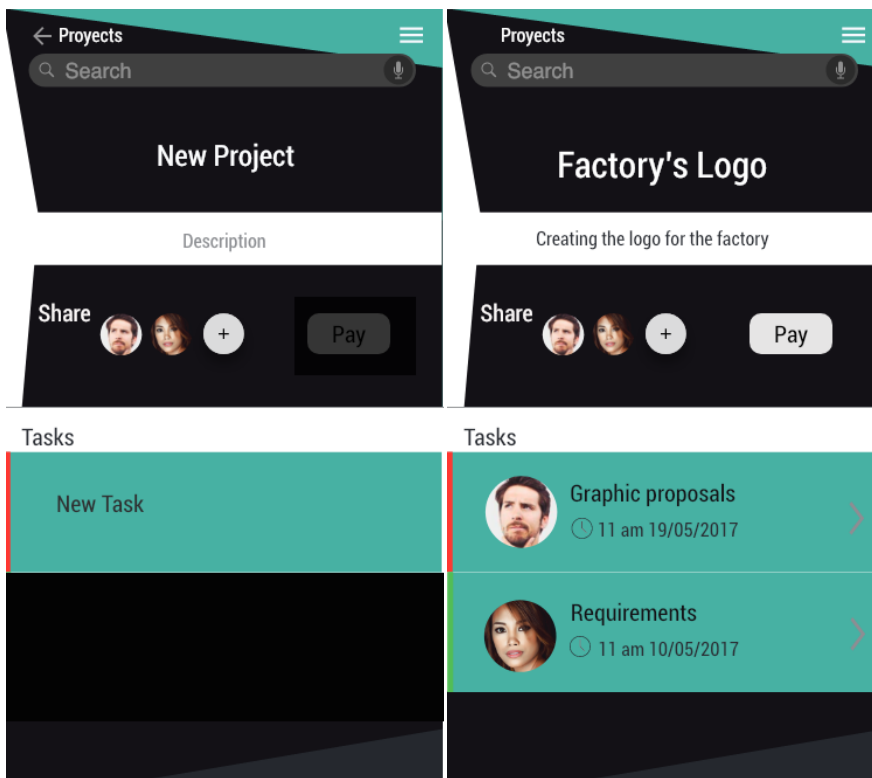


Figura 69. Inicio del Proyecto

10.10.2. Pantallas para el perfil de DISEÑADOR:

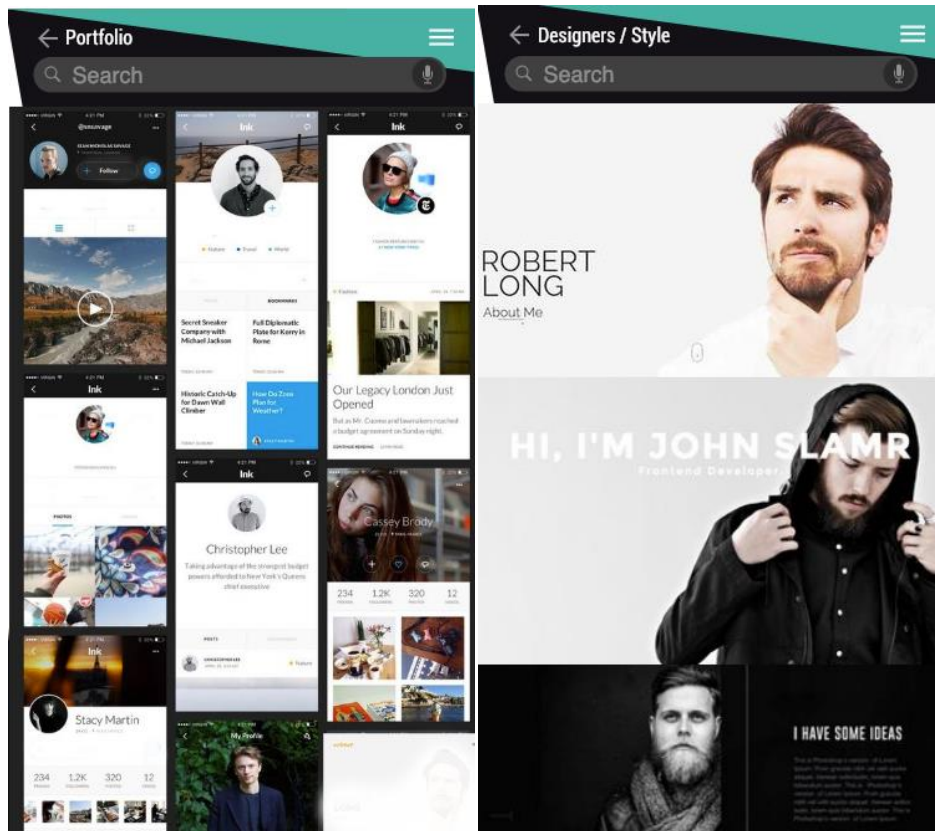


Figura 70. Plantillas de perfil y perfiles de diseñadores

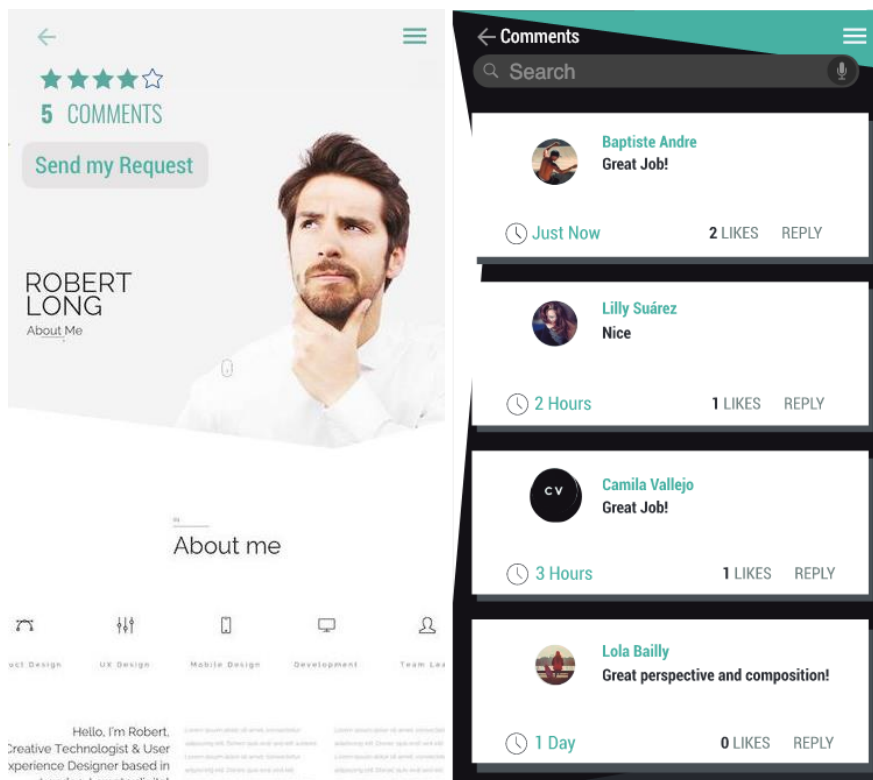


Figura 71. Perfil del Diseñador y Comentarios

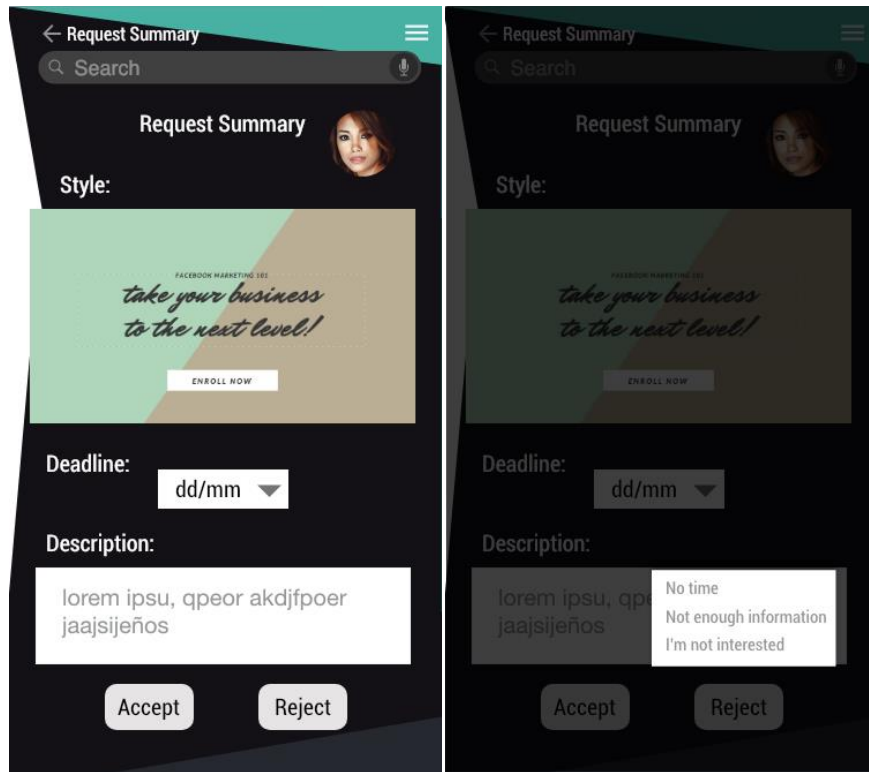


Figura 72. Aceptación o rechazo del requerimiento recibido

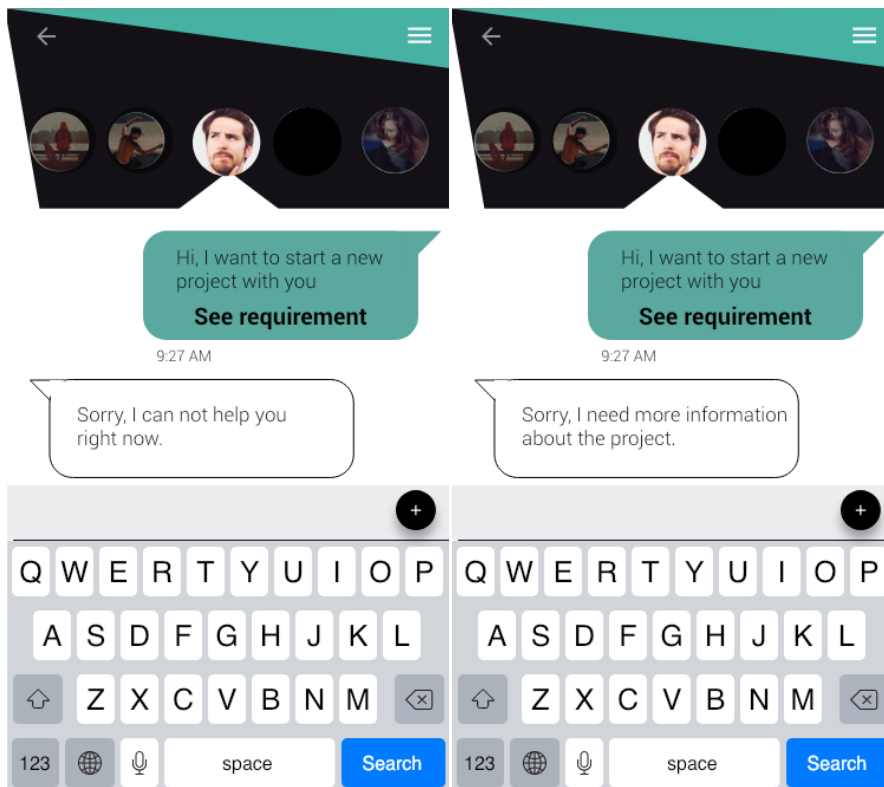


Figura 73. Mensajes de rechazo del proyecto

10.10.3. Pantallas para ambos perfiles

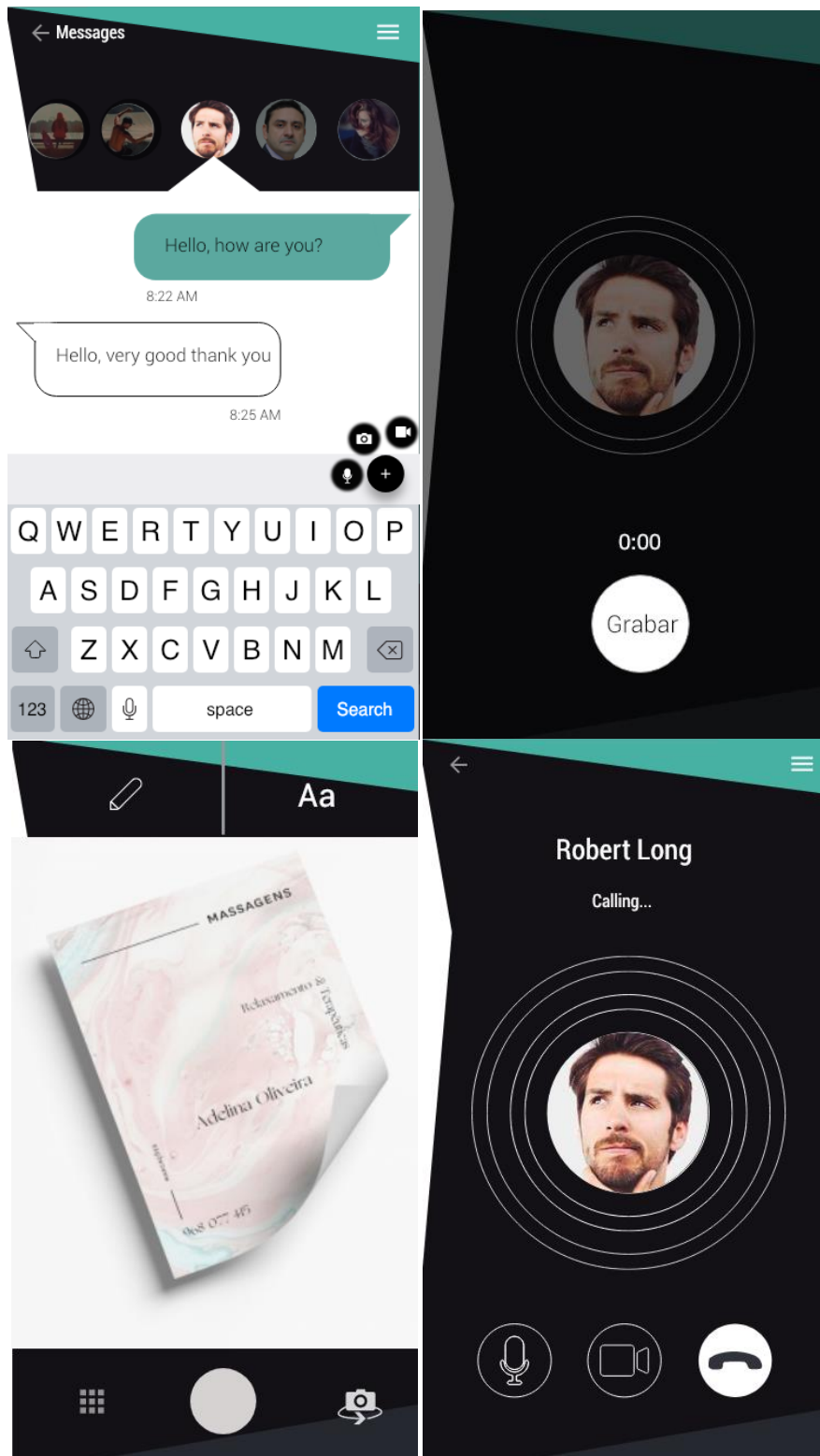


Figura 74. Envío de mensajes de texto, voz, imágenes y video llamadas

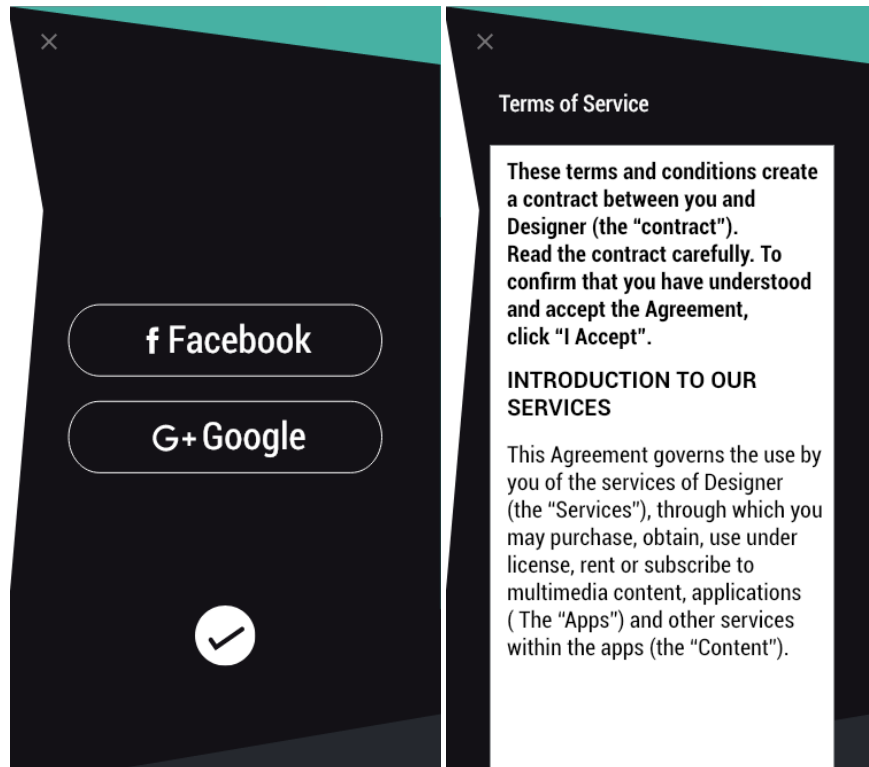


Figura 75. Formas de Login y términos y condiciones del servicio

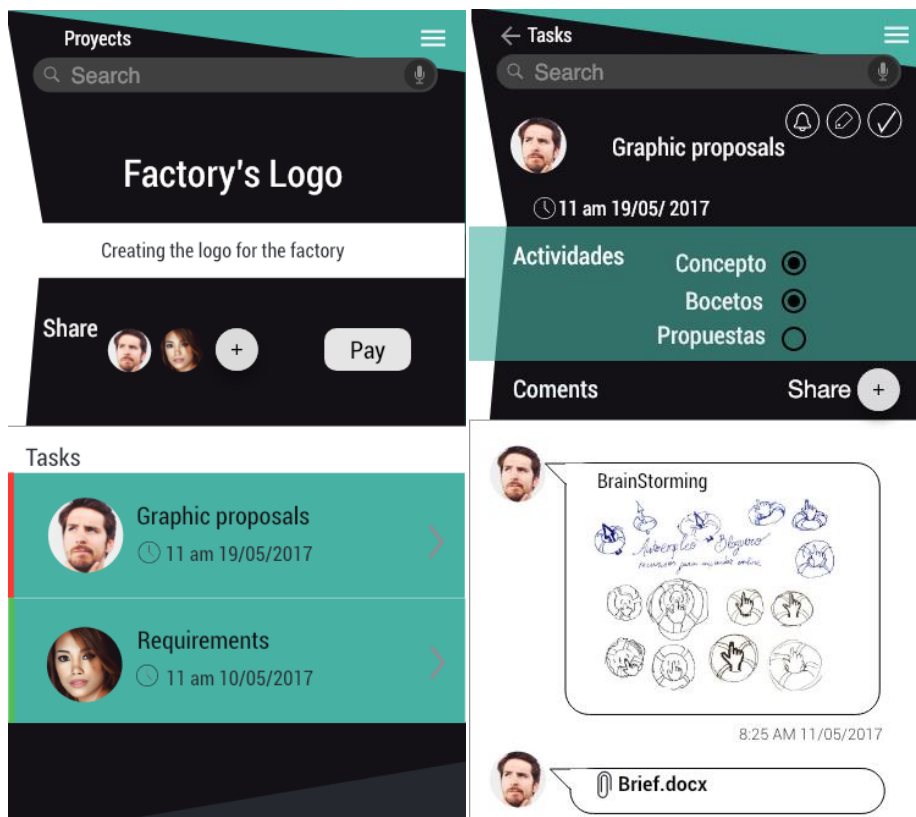


Figura 76. Proyecto y Actividades

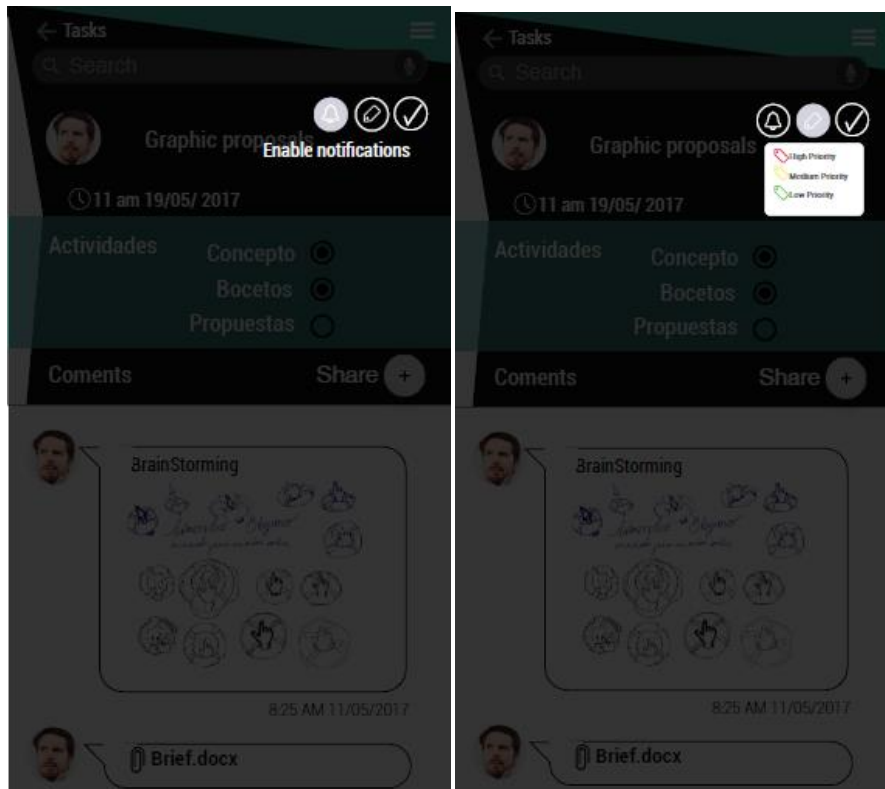


Figura 77. Notificaciones y prioridad de actividades

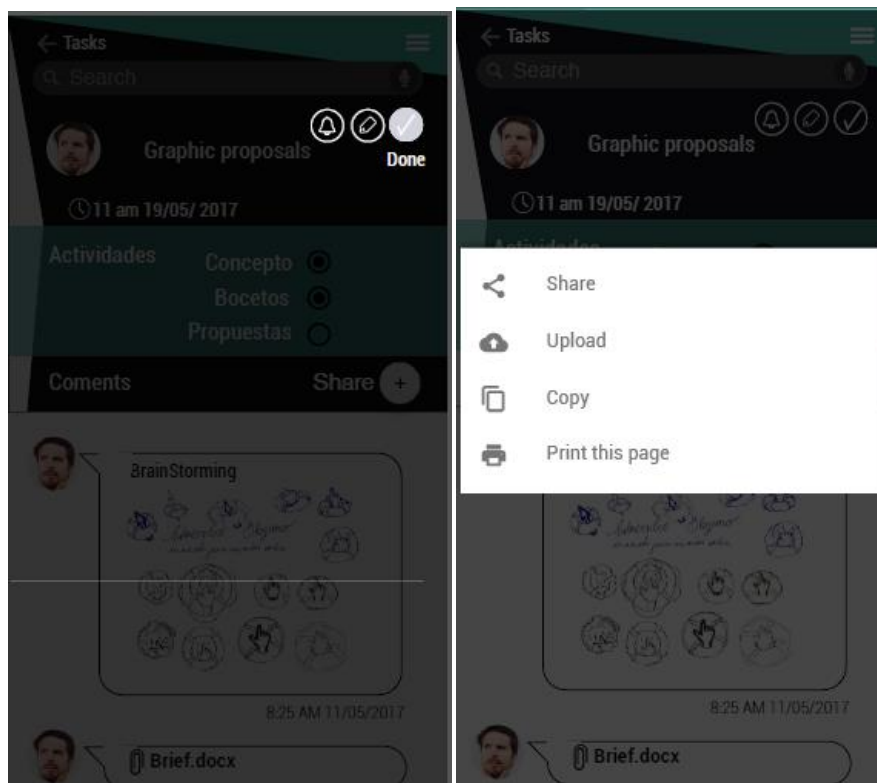


Figura 78. Control de actividad y Compartir archivos

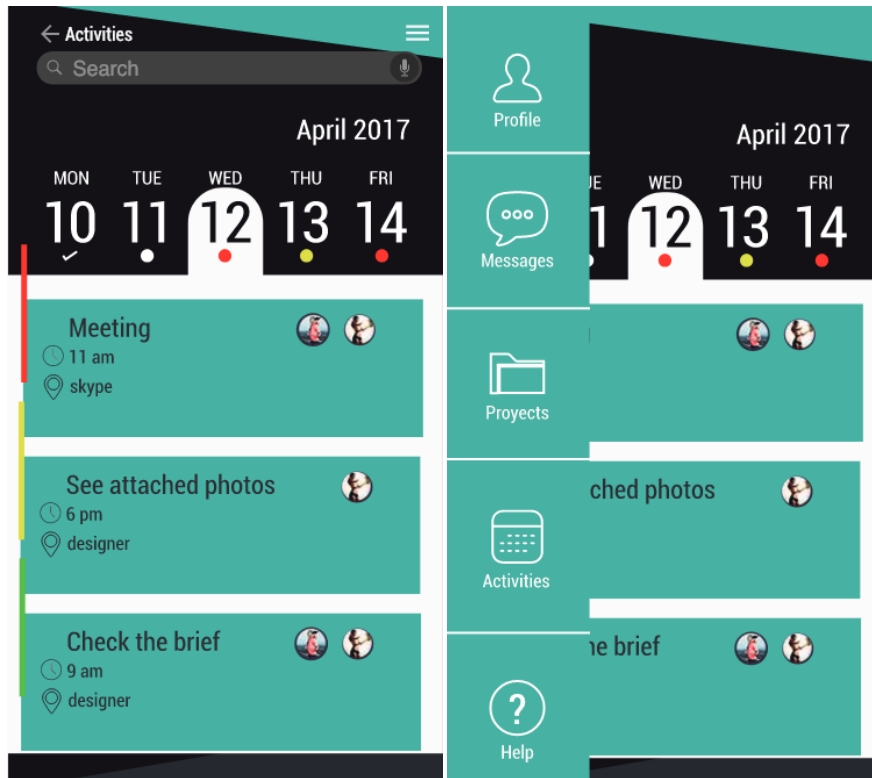


Figura 79. Cronograma y Menú

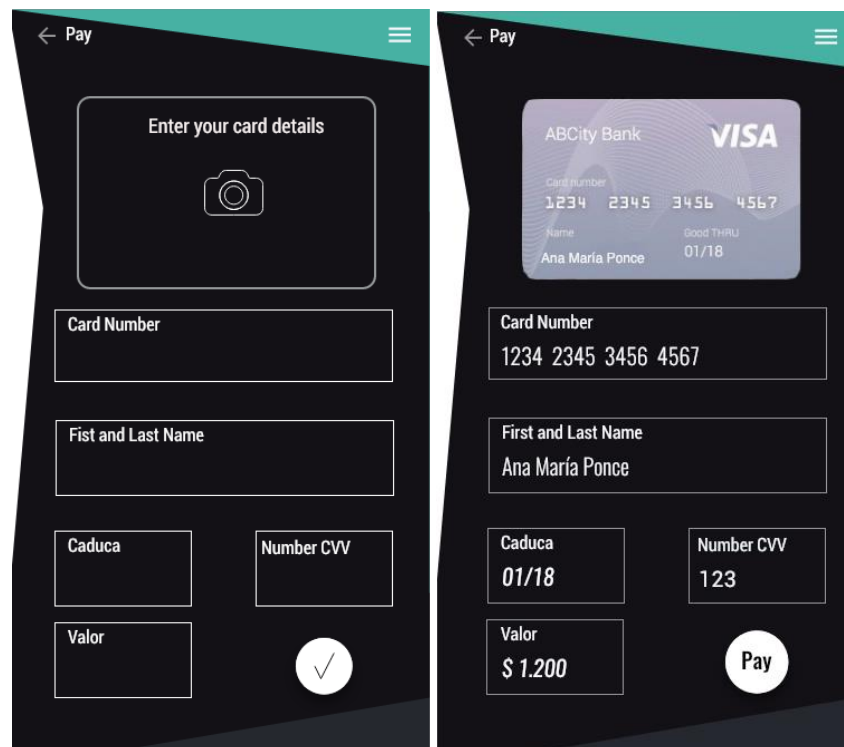


Figura 80. Registro tarjeta de crédito

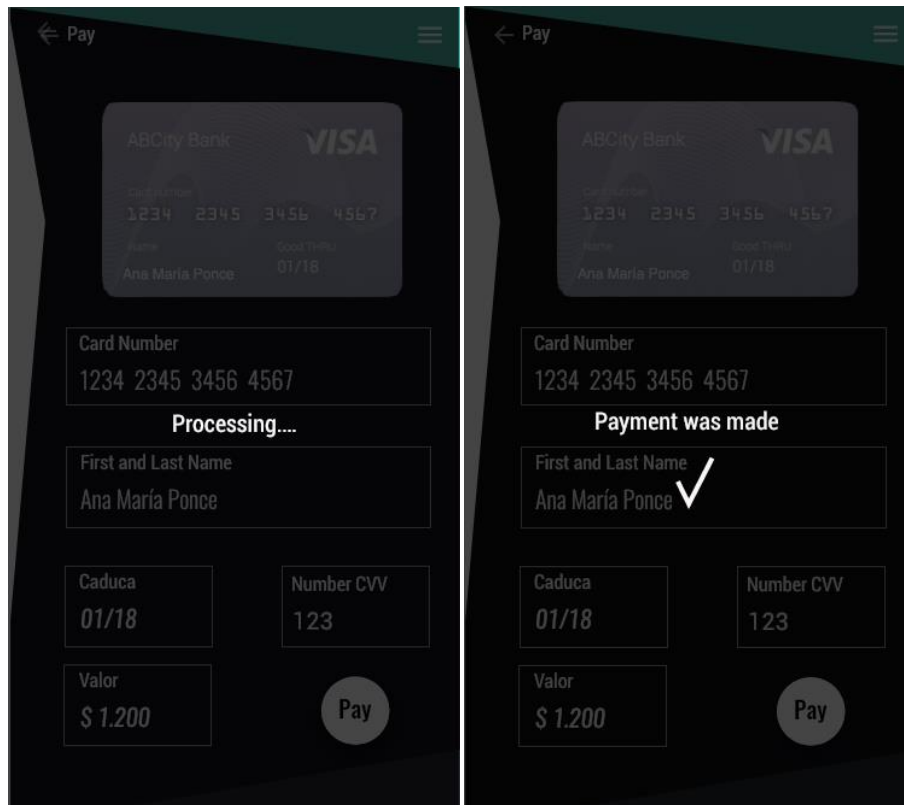


Figura 81. Pago realizado

10.11. Prototipo versión web

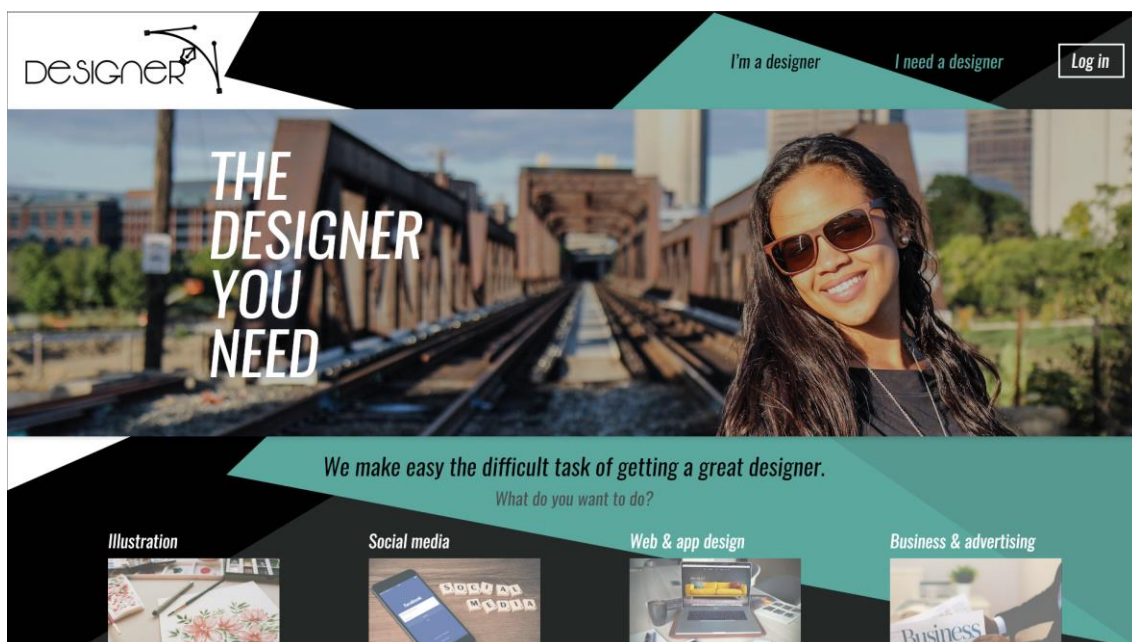


Figura 82. Home

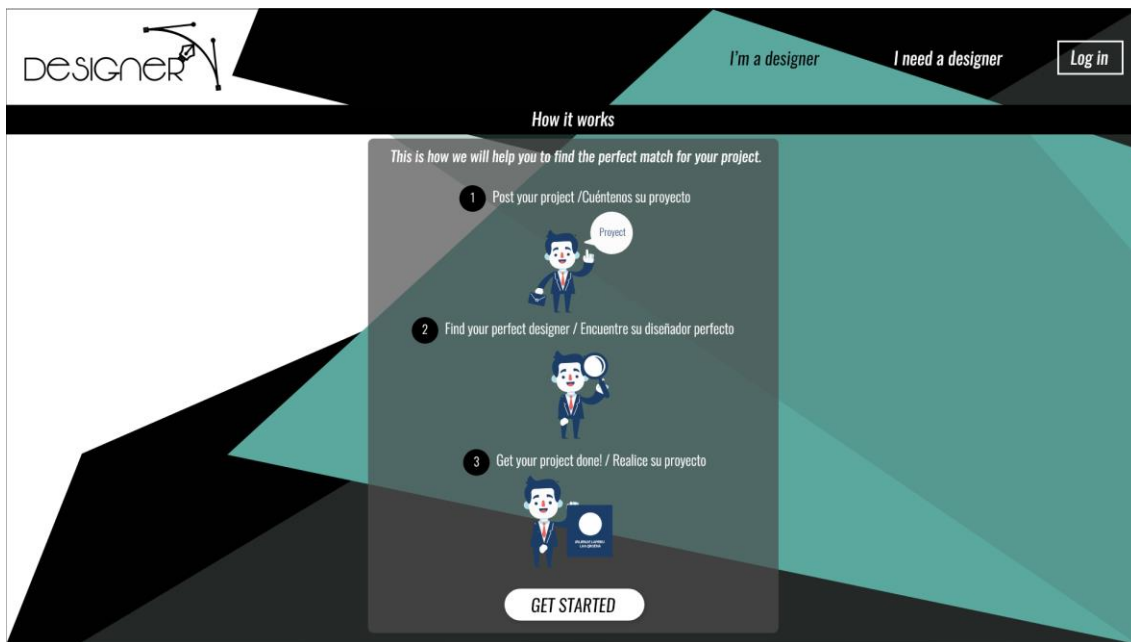


Figura 83. Rol del Cliente

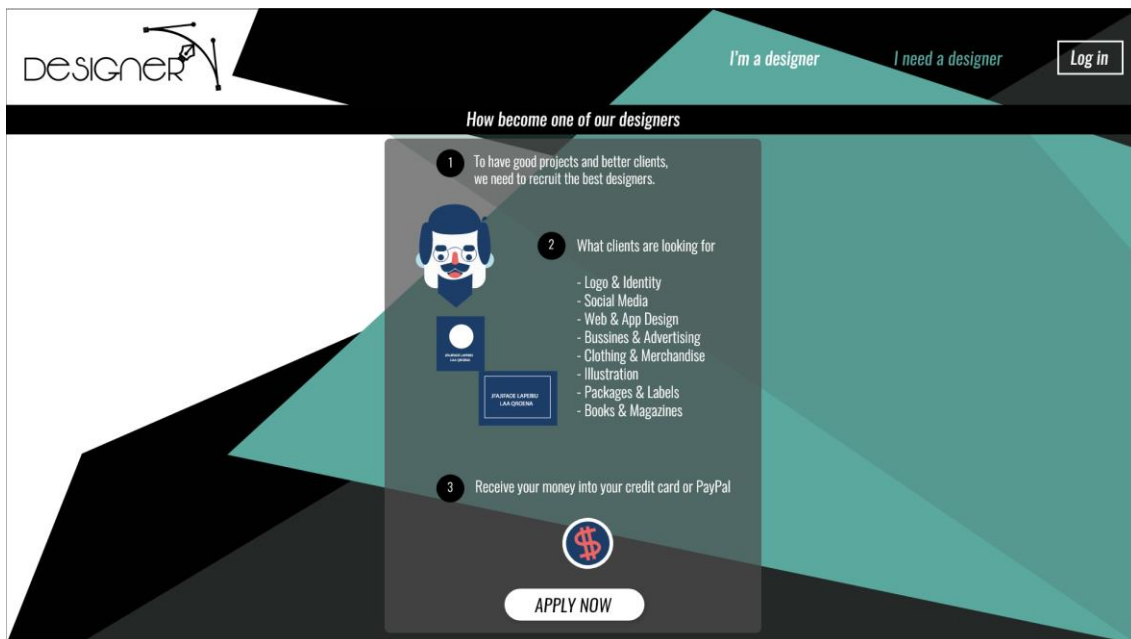


Figura 84. Rol del Diseñador



Figura 85. Elección categoría del requerimiento de diseño



Figura 86. Elección por categorías

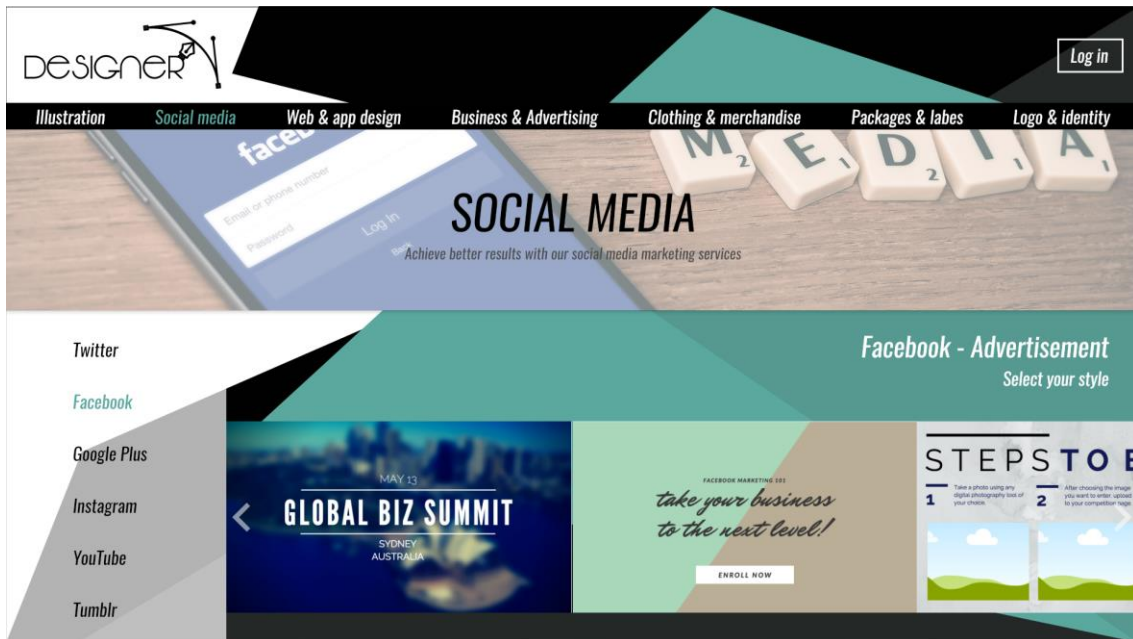


Figura 87. Estilo del requerimiento

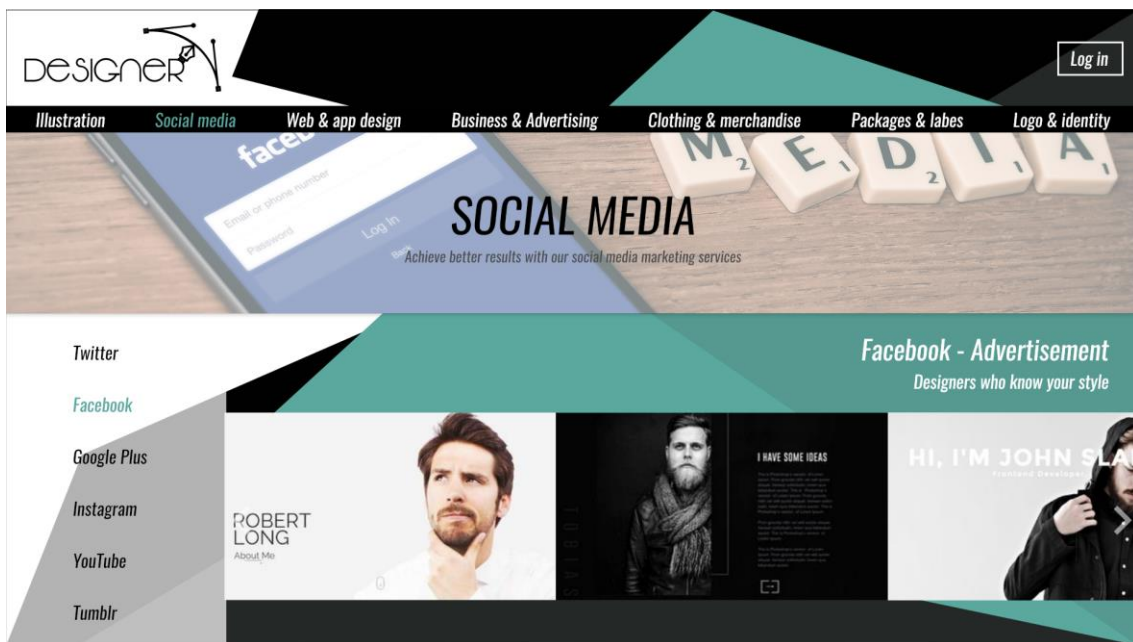


Figura 88. Diseñadores por estilo seleccionado

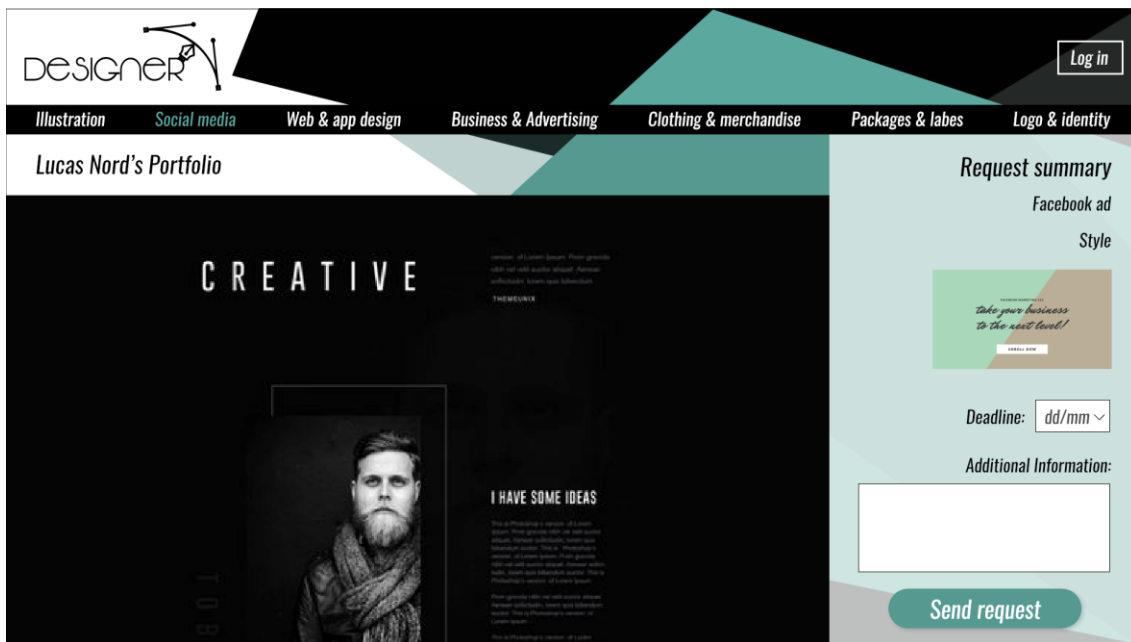


Figura 89. Envío de requerimiento al diseñador seleccionado

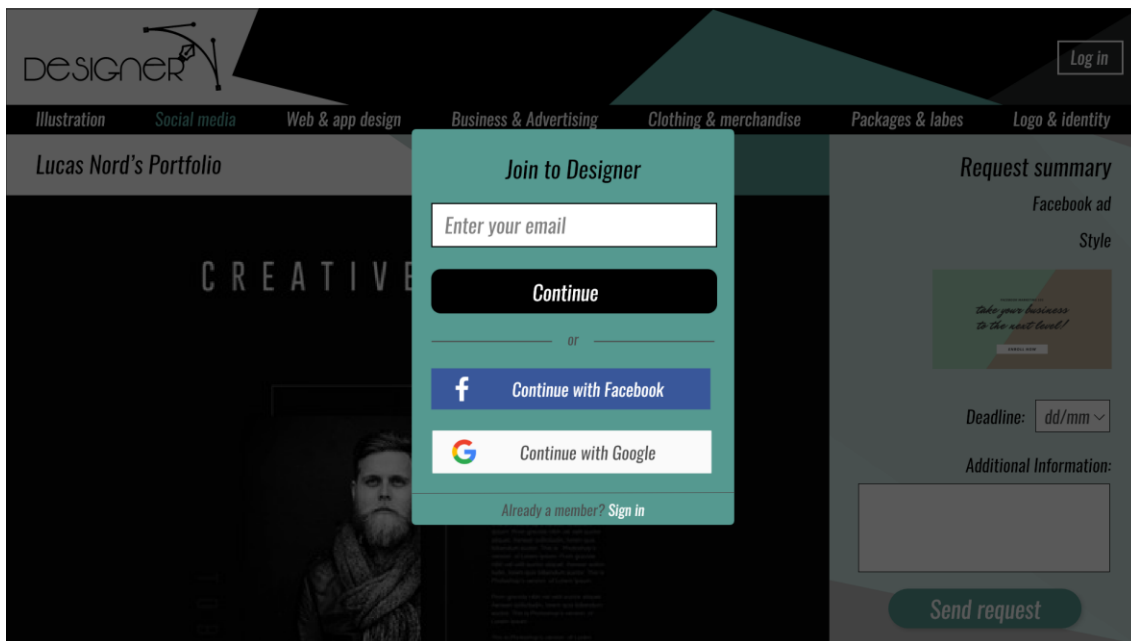


Figura 90. Login

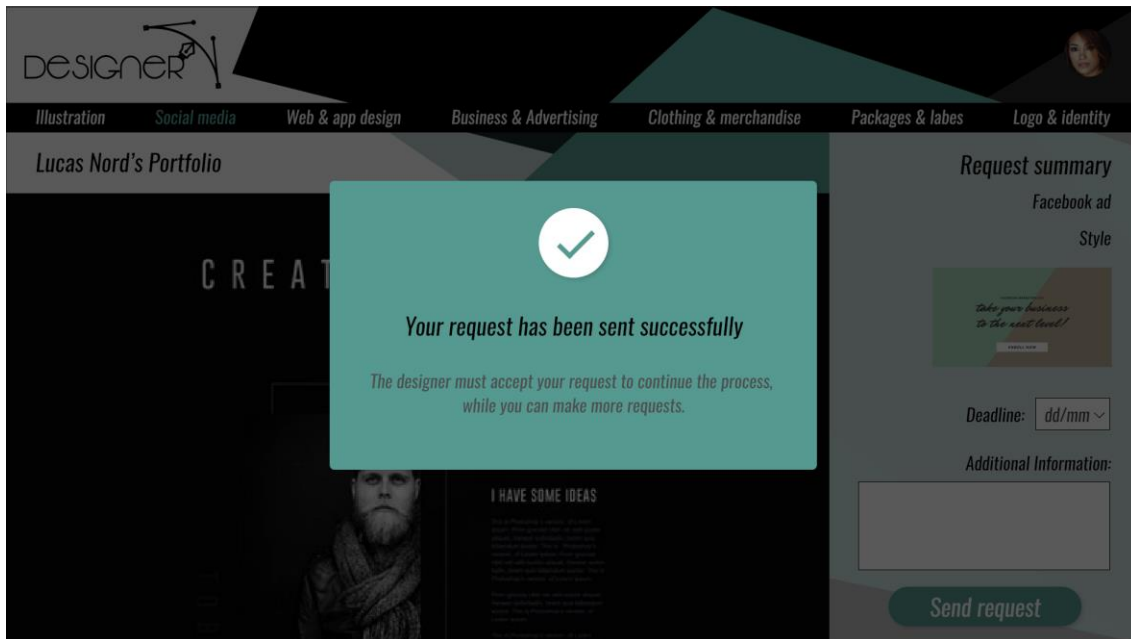


Figura 91. Envío de Requerimiento

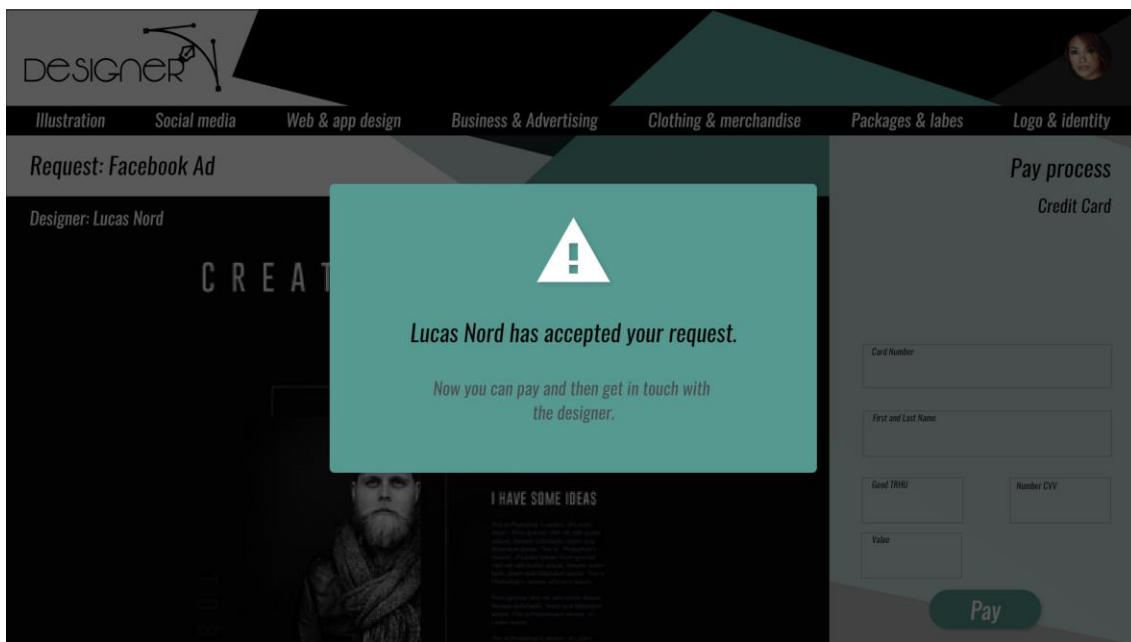


Figura 92. Proyecto aceptado

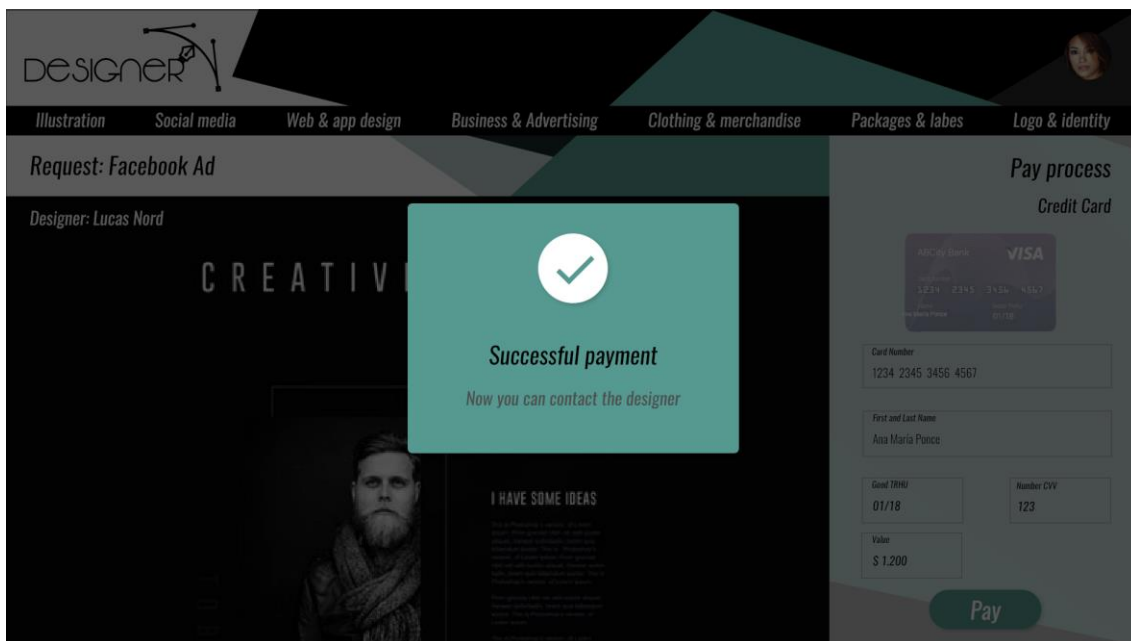
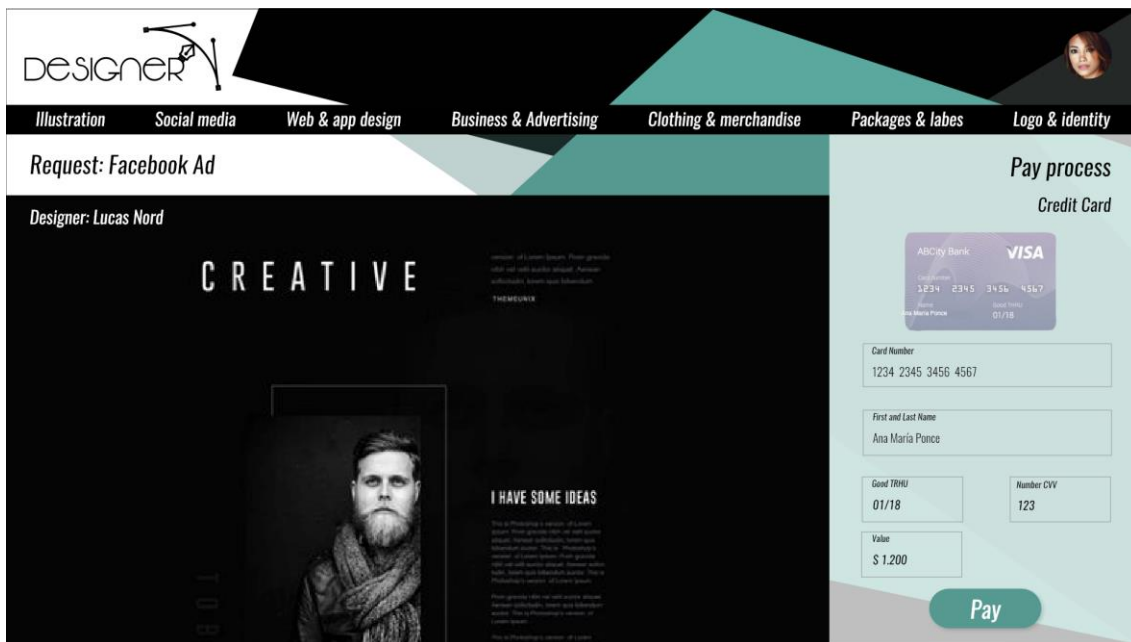


Figura 93. Pago Realizado

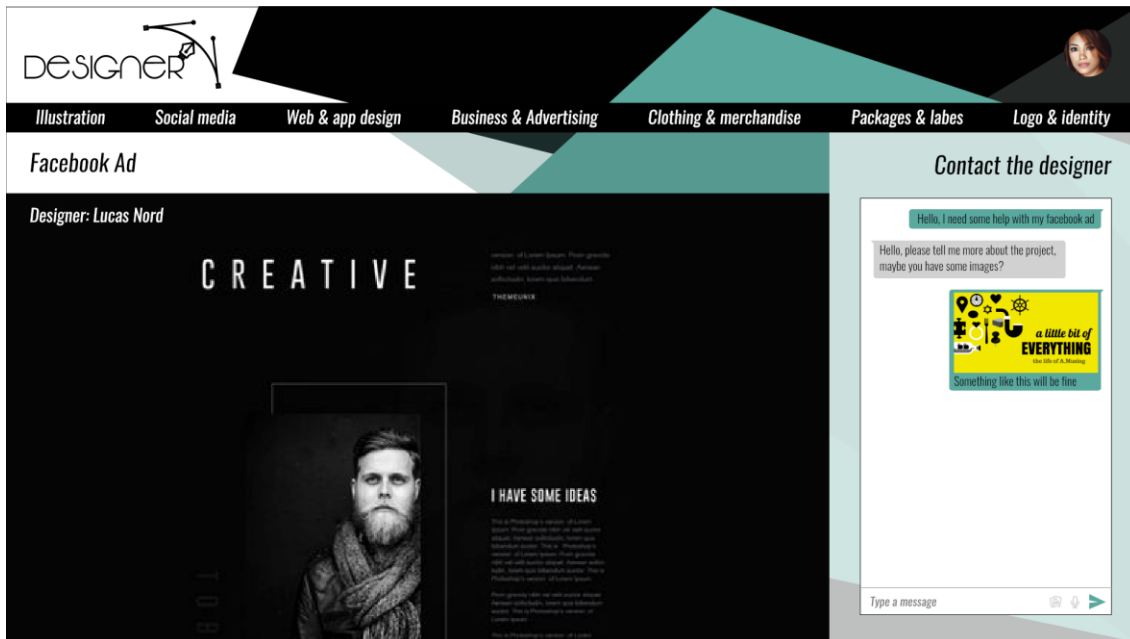


Figura 94. Contacto con el diseñador

11. Campaña de Comunicación

En la actualidad existen una tasa creciente de personas que usan Smartphones y consecuencia que descarguen aplicaciones, Según *The App Date* en España hay 23 millones de usuarios con *Smartphone* y que aumentan una de cifra de entre 3.8 y 4 millones anuales.

En Ecuador la tendencia por usar *Smartphone* también ha aumentado. “El 24.3% de la población tiene *Smartphone*” (El Comercio, 2015). Es decir que ya existe un mercado de consumidores que va en aumento con el paso de los años. Pero es necesario plantear una estrategia de comunicación que potencialice la descarga de la Aplicación diseñada en este proyecto. Para es necesario tomar en consideración los siguientes aspectos:

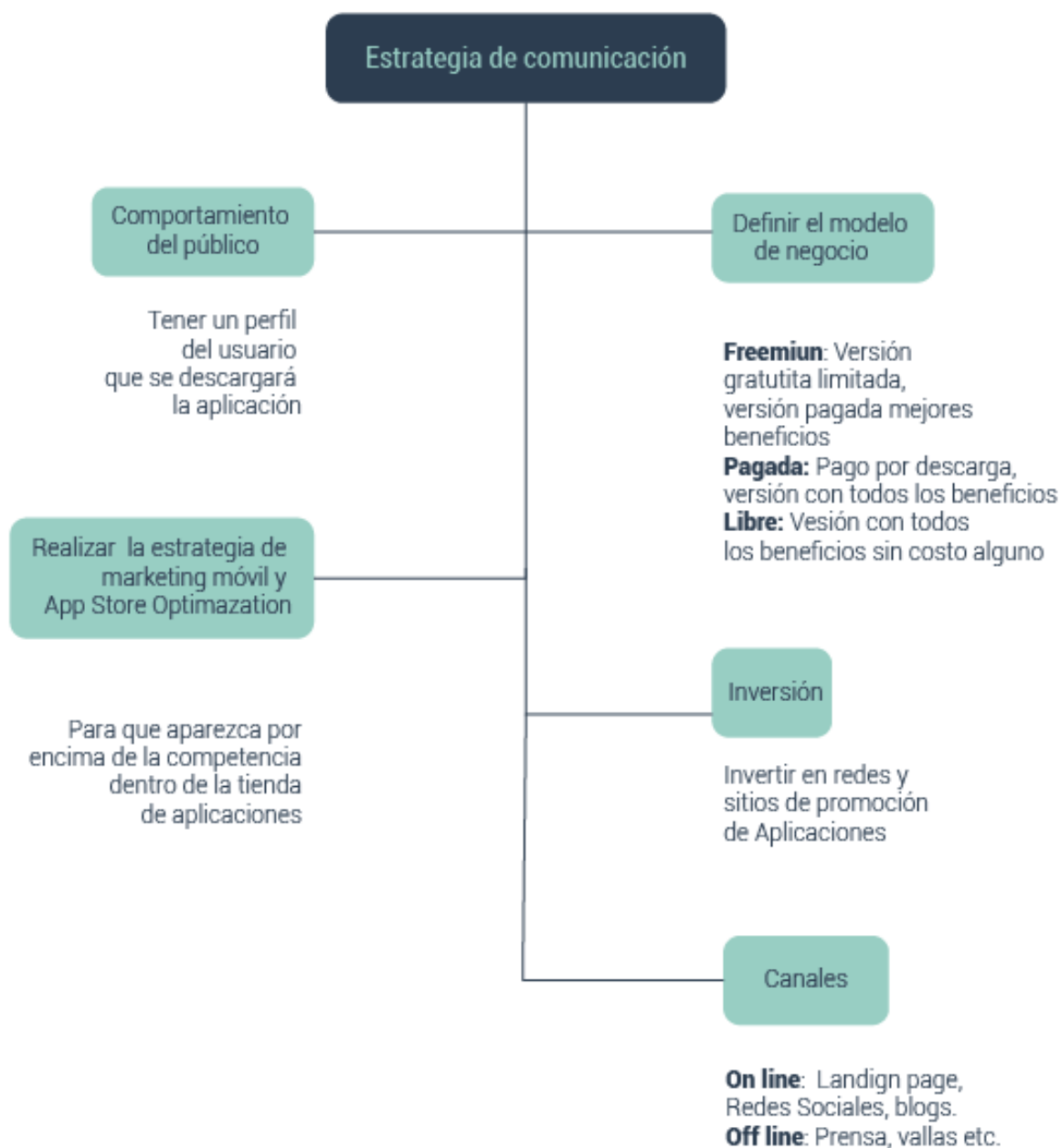


Figura 95. Estrategia de comunicación

En la investigación se determinó que el perfil del usuario está ligado con el uso de la tecnología que les gusta probar nuevas herramientas, que tiene constante acceso a internet y que posee un *Smartphone* y que lo utiliza para actividades como: acceder a redes sociales, revisión de correo y comunicación.

11.1. Definir el modelo de negocio

El modelo de negociación que plantea la aplicación es: *FREE* es decir que la descarga será gratuita y se tendrá acceso a todos los beneficios y utilidades, esto hasta ganar mercado. Sin embargo, como etapa futura se plantea una versión *PREMIUM* con la adición de mas utilidades.

11.2. Marketing y App Store Optimazation

En esta fase se debe reconocer los potenciales competidores y analizar cuáles son las características así como posicionamiento en el mercado actual. Así como el apasionamiento en la tienda de aplicaciones ya que el 80% de las descargas se las realiza de forma directa desde la tienda.

Posibles competidores

- Aplicaciones para contratar personas
- Para la comunicación los competidores directos son las redes sociales como Facebook y Whatsapp.

Para poder ubicarse la aplicación sobre estos competidores se tiene la utilidad de facilitar el teletrabajo que se ofrece pero se debe también tomar en consideración:

- El ícono de tienda debe ser sencillo y de fácil recuerdo.
- Crear un video del producto que muestre el funcionamiento.
- Escoger buenas pantallas para la visualización en la tienda de aplicaciones.

- Redactar una buena descripción del producto.



Figura 96. Vista en la tienda de aplicaciones



Figura 97. Aplicación

11.3. Inversión

Es necesario invertir en sitios de promoción como:

- AppStoreApps.
- AddAdvice.
- AddMob de Google.
- Facebook Ads.
- Buffler.
- Tappx.
- AdMob.

Estos sitios funcionan como una red publicitaria para móviles que ayuda a dar visibilidad a un público determinado. De estos sitios existen algunos pagados y otros gratuitos.

11.4. Canales

Existen dos tipos de canales con los que se puede usar como parte del marketing móvil.

- Online: Landing page, redes sociales, blogs incluso el mail.
- Offline: Prensa, vallas etc.

Los primeros promocionarán la campaña cuando el usuario esté usando su *Smartphone* o computador y los canales offline crearán un recuerdo.

11.4.1. Piezas gráficas para Canales Online

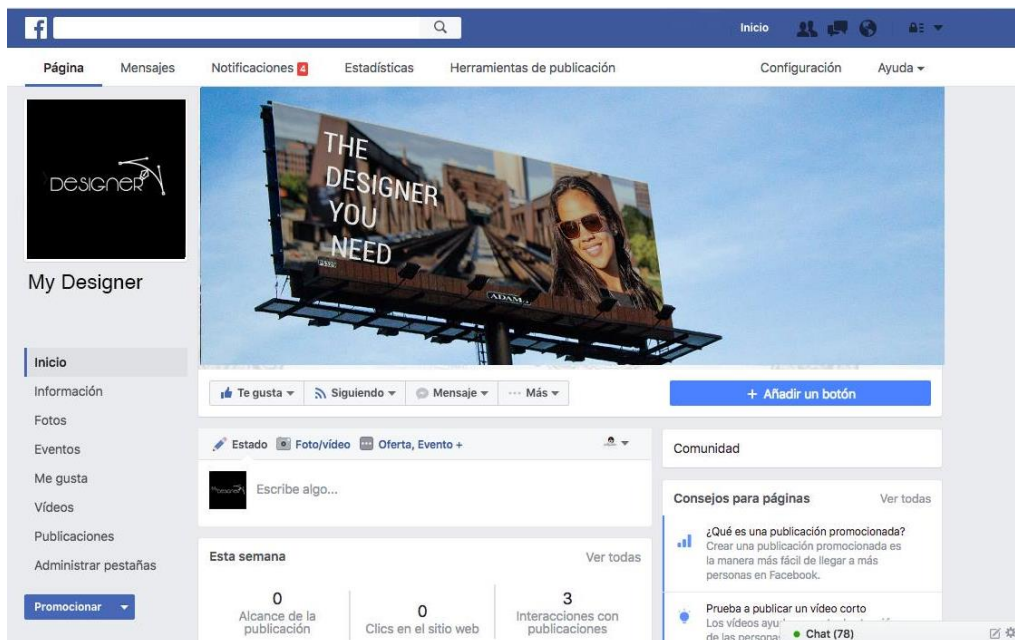


Figura 98. Facebook

11.4.2. Piezas gráficas para Canales Offline

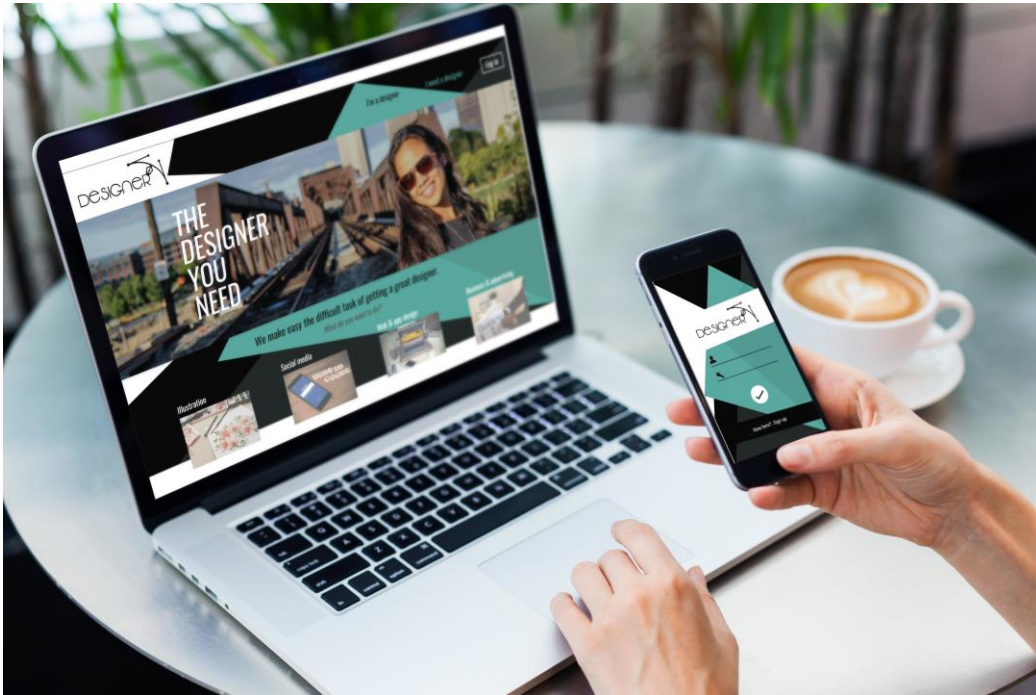


Figura 99. Publicidad

Figura 100. Para de Bus

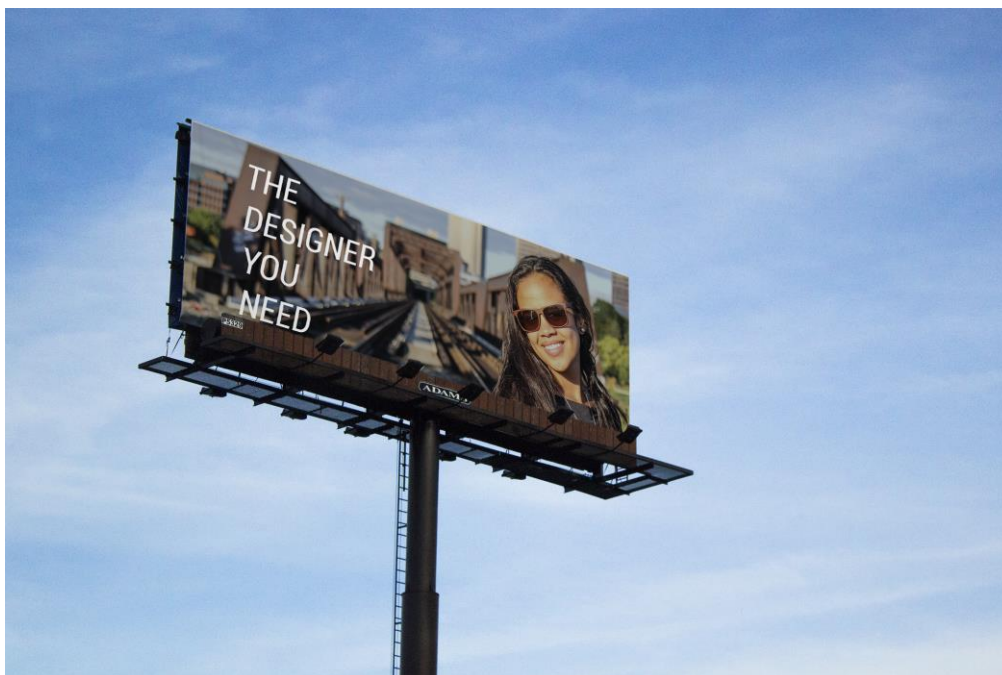


Figura 101. Valla Alta

12. Conclusiones

- Es necesario realizar una estructura de la metodología que se utiliza en el proceso de investigación para determinar parámetros que rijan el proyecto.
- El proyecto nace con la necesidad de tener una herramienta que brinde las facilidades para realizar proyectos de teletrabajo, pero para ello se enfoca en las disciplinas proyectuales (Diseño) que caben perfectamente dentro de esta modalidad.
- La tecnología cumple un papel fundamental en el desarrollo de la vida diaria por esto el presente proyecto plantea la posibilidad de utilizar una aplicación a través de un Smartphone para gestionar los proyectos de diseño.
- Es importante entender las verdaderas necesidades del usuario cliente y diseñador así como funcionalidad y usabilidad para desarrollar un producto que motive su uso y recomendación y que mediante los beneficios que la aplicación brinde a cada uno haga que se conviertan en usuarios fieles y recurrentes.

13. Bibliografía

- ANDES (04/10/2015) *Ecuador presenta modalidad de Teletrabajo para las empresas privadas a nivel nacional*, recuperado 30 de noviembre de 2016 de: <http://www.andes.info.ec/es/noticias/ecuador-presenta-modalidad-teletrabajo-empresas-privadas-nivel-nacional.html>
- ARIÑO E. (27/01/2015), *¿Sirve LinkedIn para buscar trabajo?* recuperado 01 de marzo de 2016 de: <http://plandempleo.com/2015/01/27/sirve-linkedin-para-buscar-trabajo/>
- FERNANDEZ,F. (15/03/2016), *La experiencia del usuario*, recuperado 01 de marzo de 2016 de:
http://www.nosolousabilidad.com/articulos/experiencia_del_usuario.htm
- CUELLO & VITTONI, (2014), *Diseño de aplicaciones móviles*,
- HASSAN,FERNÁNDEZ & IAZZA, (2007), *Diseño Web Centrado en el Usuario*, recuperado 12 de noviembre de 2016 de:
http://www.educoas.org/portal/la_educacion_digital/147/pdf/ART_UNNED_EN.pdf
- JAMES, J(2011). *"The Elements of User Experience"*. Chapter 3. The Strategy Plane. p35-39,42-52.James, J (2011). "The Elements of User JAMES , J (2011),"Experience". Chapter 6. The Skeleton Plane. p127-13.
- JAMES, J (2011). *"The Elements of User Experience"*. Chapter 7. The Surface Plane. Sensory design. p134-139

JAMES, J. (2011). "*The element of user experience*". The strategy plane. p35-52.

MERODIO J. (2010), "*Marketing en redes sociales*", Creative Commons.

MOCHOLÍ A. (2014), "*Guía para crear una estrategia de marketing móvil*",

recuperado 08 de diciembre de 2016 de:

<https://www.yeeply.com/blog/guia-para-crear-una-estrategia-de-marketing-movil-en-5-pasos/>

MONTAFU A. (2001), "*Cultura digita, comunicación y sociedad*", Sigradi,

Universidad de Buenos Aires.

ZAMORA M. (14/11/2006), *Redes sociales en Internet*, Editorial Reseñas

Recuperado 01 de marzo de 2016 de:

<http://www.maestrosdelweb.com/redessociales/>

II ENCUENTRO LATINOAMERICANO DE DISEÑO "DISEÑO EN PALERMO" (Julio y

Agosto 2007) Comunicaciones Académicas., Buenos Aires, Argentina