

Plan it. Guía para ser freelance

Ramírez Martínez, Andrea

2018-05

<http://hdl.handle.net/20.500.11777/3624>

<http://repositorio.iberopuebla.mx/licencia.pdf>





Plan it
Andrea Ramírez Martínez

Universidad Iberoamericana Puebla
Primavera 2018 | Octavo semestre
Diseño Integral III

Gracias a todas las personas que colaboraron en la realización de este proyecto, en especial a:

Mis papás y hermano porque sin ellos nada de esto hubiera sido posible. Gracias por su apoyo incondicional, consejos, ideas y palabras de aliento.

Xime, Fabi y Abraham por acompañarme en este largo e increíble camino.

Fátima, Marilú, Leslie, Quetzalli y Miguel por ser testigos de mi crecimiento y también fuentes de muchas oportunidades.

Yorch, por llegar al inicio de este proceso y motivarme con sus palabras e inspirarme con su ejemplo.

Y a ti, quien está leyendo esto porque seguramente también fuiste parte del proceso para formarme personal y profesionalmente.

Para todos aquellos que tienen la iniciativa de emprender para hacer un mundo mejor desde nuestra profesión.

e f r e e l a n c e

PLANIT

b e f r e e l a n c e

índice /

Introducción	9		
Investigación	11		
Planteamiento de la problemática	12		
Antecedentes del problema			
Sinopsis del caso	14		
Causas y efectos			
Problema			
Pregunta de investigación			
Objetivo general			
Objetivos específicos			
Supuesto			
Marco conceptual	18		
Millennials	18		
Trabajo independiente y diseño	22		
Gestión de recursos	23		
Tiempo: Productividad			
Financiera: Plan de negocios			
Gestión del diseño			
Casos análogos	34		
Nicho de oportunidad	36		
Método	38		
Design Thinking			
Method cards			
Ocean Blue			
Herramientas	40		
Resultados	40		
Matriz de arquetipos	42		
Insights	45		
Detonantes	45		
		Proyecto emprendedor	46
		Definición del proyecto emprendedor	48
		Emisor / Mensaje / Conceptos / Cliente / Usuario / Medios	48
		Propuesta de valor	49
		Golden circle	49
		FODA	50
		Filosofía, misión visión	51
		Pertinencia	51
		Relevancia	51
		Viabilidad	51
		Modelo de negocios: Business Model Canvas	54
		Costos	56
		Proyecto de diseño	58
		Descripción detallada del proyecto de diseño	60
		Prototipos	62
		Validación	70
		Conclusiones	72
		Conclusiones en relación con los objetivos	
		Conclusiones generales del curso y la carrera	
		Fuentes de información	76
		Anexos y apéndices	78

introducción /

La presente investigación surge a través de un análisis sobre la situación actual en México acerca de las oportunidades laborales y los modelos de negocio adoptados por la sociedad globalizada y una generación millennial la cual, hoy en día está preocupada por romper algunos paradigmas laborales. Se descubrió la pertinencia de generar un proyecto para aquellos diseñadores egresados, que tienen como objetivo insertarse en el mundo laboral de manera independiente, exitosa y productiva.

Esta investigación documental y empírica, está basada en el método del Design thinking para descubrir los problemas reales de los usuarios y clientes definidos y así generar una solución relevante, pertinente y viable para dichos usuarios. A partir de la problemática que es, la falta de conocimientos acerca de gestión de proyectos creativos y administrativos, inhibe la iniciativa de los diseñadores egresados y futuros freelancers, de emprender un negocio propio y mediante la investigación empírica se pudo comprobar la preocupación y necesidad de la comunidad creativa de aprender a gestionar su negocio. Fue así como se creó Plan it, cuyo principal objetivo es brindar herramientas de emprendimiento y gestión de recursos para aquellos diseñadores interesados en empezar su propio negocio freelance, tomando como base ciertas estrategias para determinar valores de la empresa, un plan de negocios y una propuesta de valor. De esta manera el diseñador, de forma autodidacta, aprenderá a gestionar sus recursos -económicos y de tiempo- para tener un negocio próspero.

Finalmente, se realizó una validación del prototipo del libro-guía y algunos de los resultados arrojaron que los usuarios encontraron pertinencia en cuanto a los contenidos, puesto que cada herramienta se adapta a sus necesidades laborales. En cuanto a la identidad corporativa y recursos visuales, se identifican con el contraste de conceptos y la paleta de color. Aún hay áreas de mejora para la siguiente fase del proyecto e implementación de otras herramientas, sin embargo la primera fase fue validada de manera exitosa.

planteamiento de la problemática /

Antecedentes del problema

El presente estudio es un análisis de la problemática que toma en cuenta dos estudios realizados por estudiantes de Argentina y Ecuador, quienes plantean y argumentan la preocupación por el diseñador acerca de la gestión del diseño y el emprendimiento al egresar, cotejando así, la situación actual en dichas partes de América Latina con la situación en México hoy en día.

En primera instancia, es importante mencionar que actualmente, vivimos en un mundo globalizado donde la tecnología rige la manera en que nuestras actividades son llevadas a cabo, pues actuamos de una forma acelerada, donde todo es accesible. Esto ha obligado a que poco a poco los modelos de negocios se vayan modificando para lograr mejor y mayor alcance laboral en cualquier ámbito.

Específicamente en el gremio del diseño, se ha dado la necesidad por parte de los diseñadores egresados, de buscar oportunidades de trabajo de manera independiente o freelance, es decir, de emprender su propio negocio sin depender de un tercero para prestar sus servicios. Todo esto implica que el diseñador debe tener roles no sólo prácticos sino también administrativos, en los que tenga que tomar decisiones y acciones sobre gestión de proyectos que implican aspectos financieros, legales, de productividad y trato con el cliente. Existe una inquietud de buscar herramientas que brinden dichos conocimientos y esto se debe según Zetina (2011) a que:

En la formación académica del diseñador gráfico profesional, se provee al estudiante de una serie de herramientas prácticas para poder desarrollar un trabajo de diseño [...] sin embargo, al egresar carece de conocimiento en ma-

teria de gestión, para realizar los roles complementarios en la administración y dirección de su propio negocio de diseño independiente.

Debido a que el diseño se percibe como una tarea meramente práctica y técnica, competencias como la administración, gestión y planificación, son vistas como conocimientos de segundo plano que un diseñador no tendría por qué saber en primera instancia, puesto que se enseña el diseño como un servicio comercial y no como una necesidad social. Esto ha llevado a que el propio diseñador no perciba su profesión como un negocio sino “desde el punto de su desarrollo práctico en un proyecto de comunicación visual” (Zetina, 2011, pág 33).

Según Piazza (2006) existe una brecha importante entre ejercer como diseñador y tener una empresa de diseño, en tal caso es indispensable tener conocimientos de gestión. Dicha gestión para el autor se

divide en dos: la gestión externa que incluye los tiempos dedicados al cliente, diseño, desarrollo operativo y proveedores, mientras que la gestión interna, comprende los tiempos dedicados a posibles clientes y el tiempo dedicado a la estructura del estudio de diseño.

Ahora bien, desde la experiencia propia, se puede concluir que estos argumentos dan pie a un arduo estudio y análisis de la situación laboral en México, en cuanto al gremio del diseño se refiere. Asimismo, surge una preocupación al momento de ejercer dicha profesión puesto que a lo largo de los años ha sido percibida como una actividad artística, de mano de obra y desgraciadamente, mal pagada. Es importante para los futuros diseñadores, tener conocimientos y herramientas que impulsen al cambio de paradigmas para tener mejores oportunidades laborales y saber emprender un negocio propio.

sinopsis del caso /

En México, el 24.4% de los diseñadores trabajan de manera freelance (Forbes, 2014), de los cuáles el 9% son diseñadores gráficos (Paypal Latam, 2018), quienes se ven afectados por la falta de conocimientos sobre gestión de diseño y emprendimiento, repercutiendo en su desempeño laboral (Zetina, 2006).

Este proyecto se dirigirá a diseñadores gráficos recién egresados de la Universidad Iberoamericana Puebla que comienzan a trabajar de manera independiente, y quienes tienen como objetivo realizar sus actividades laborales de manera auto eficaz a pesar de los retos que esto signifique.

Problema

La falta de conocimientos acerca de gestión de proyectos creativos y administrativos, inhibe la iniciativa de los diseñadores egresados y futuros freelancers, de emprender un negocio propio.

Pregunta de investigación

¿Cómo enseñar al diseñador freelance (millennial) a gestionar sus recursos (tiempo y dinero) para una vida laboral mucho más productiva y próspera?

Objetivo general

Diseñar un conjunto de herramientas de gestión de proyectos, que impulsen y potencien los niveles de productividad laboral de la comunidad creativa.

Objetivos específicos

Corto plazo:

- Identificar las necesidades de organización de la comunidad creativa laboralmente activa – freelancers.
- Generar una estrategia de comunicación visual para dar a conocer los productos y servicios que la empresa ofrece.
- Diseñar una herramienta de gestión de tiempo, que sea personalizable y

cubra las necesidades de organización de freelancers.

Mediano plazo:

- Implementar herramientas de organización financiera
- Adaptar el producto para su uso en distintas plataformas digitales (aplicación y/o web)
- Generar comunidad entre los usuarios para compartir tareas, objetivos, metas.

Largo plazo:

- Implementar talleres, workshops, conferencias y retos que giren en torno a la

gestión de proyectos creativos ya sea para freelancers y/o estudios de diseño.

- Tener un sistema de coaching personalizado para dar seguimiento a la gestión de proyectos.

Supuesto

Brindando un conjunto de herramientas que puedan personalizarse de acuerdo con las necesidades de los diseñadores freelancers, podrán potenciar sus niveles de productividad para realizar sus proyectos y gestionar sus recursos de la manera más adecuada.

Causas y efectos

Causas	Efectos
La globalización y la tecnología nos ha obligado a actuar de manera inmediata	Afecta en los modelos de negocios que hoy en día requieren mayor disponibilidad y alcance
No existe conocimiento sobre la gestión del diseño y cómo emprender siendo diseñador	Frustración por parte del diseñador en planes laborales, obligándolo a tomar su propio rumbo
Trabajar en un sistema laboral tradicional con horarios específicos, en espacios determinados y con un jefe, es rechazado por los millennials	Trabajar de manera independiente o freelance para tener mayor libertad al momento de realizar actividades laborales
Ser trabajador independiente o freelance brinda libertad	Implica enfrentarse a ciertos retos de autodisciplina para realizar las actividades en tiempo y forma tomando en cuenta recursos humanos, económicos y temporales

*“Always think outside
the box and embrace
opportunities that appear,
wherever they might be.*

Lakshmi Mittal

marco conceptual /

MILLENNIALS

La generación millennial o generación Y, comprende a las personas nacidas entre 1981 y 1995 aunque existe todavía una variación de un rango específico de años, se puede decir que son todos aquellos nacidos en los últimos 20 años del siglo XX y son los hijos de los Baby Boomers los cuales nacieron entre 1946 y 1964 por consecuencia de la explosión de natalidad que se dio después de la Segunda Guerra Mundial. Se caracterizan “por tener cierta rebeldía y romper con los esquemas establecidos por la sociedad (de ahí el surgimiento de movimientos hippies). Laboralmente son tradicionalistas, rígidos y estructurados, pero también poseen una gran visión y conocimiento” (Zamora Rivera, Forbes, 2015). El término millennial se utilizó por primera vez en el libro ‘Generations: The history of America’s future’ y se acuñó el término por los autores Howe y Strauss.

Goldman Sachs (2016) refiere a la generación millennial como:

- La única generación que ha vivido completamente en la era digital.
- La generación que fue testigo de la recesión después de la Gran Depresión, quienes vieron a los adultos sufrir por desempleo, perder casas y pensiones.
- Son los hijos de las cifras de divorcio más altas y de padres solteros en toda la historia.
- Son la generación más numerosa. Hay más millennials que cualquier otra generación, aproximadamente 91 millones.
- Tienen el nivel más alto de desempleo y el ingreso más bajo que todas las generaciones anteriores.

Es pertinente hablar de millennials puesto que, un estudio realizado por Manpower Group Latinoamérica (2016), estima que para el 2020 los millennials constituirán más de un tercio de la fuerza de trabajo mundial, abriendo un panorama

empresarial mucho más enfocado a estudiarlos, saber cuáles son sus motivaciones, sus miedos, sus necesidades y generando nuevas estrategias laborales para que esta generación sea proactiva y se interese por su trabajo.

Existen muchos estereotipos acerca de la generación millennial, que los describen como personas apáticas, impacientes, egocéntricas. Señalan que no les gusta seguir las reglas y adaptarse a los modelos tradicionales ni a las imposiciones de la sociedad, rigiéndose por el hecho de *vivir la vida* antes que ganar dinero. También los colocan como consumidores digitales, es decir, de contenido y por ende las posesiones materiales pasan a segundo plano, así como menciona Antoni Gutiérrez-Rubí: “no compran coches, no se hipotecan... Porque no pueden y, en parte, porque no quieren” (2015, pág. 162).

Al ser nativos digitales, su entorno gira alrededor de la tecnología y basan sus relaciones y sus actividades en lo que este enfrente de una pantalla, donde las redes sociales forman una parte fundamental de comunicación para ellos. Según Holmberg-Wright, Hribar y Tsegai (2017, pág. 14) esto también ha orillado a grandes empresas a cambiar sus métodos y estrategias laborales para poder conectar con innovaciones tecnológicas que se adapten a las necesidades de un trabajador millennial.

Sin embargo, todo aquello negativo que se piensa sobre esta generación, se ha podido ‘desmentir’ al observar lo contrario en muchas personas pertenecientes a la generación ‘Y’ que demuestran estar pre-

ocupados por generar un bien común para la sociedad, concientización del medio ambiente, interés por aprender y superarse a uno mismo, entre otros valores.

Adolfo Álvaro Martín (2015), cita a Castells (2012, 219-222) en su artículo HORIZONTE 2020 rescatando que “esta generación se ha convertido en agente de un cambio social que está llevando a cabo una profunda transformación de Internet”, asimismo, el propio Adolfo menciona:

Asistimos, por tanto, a un acelerado proceso de transformación en el que estos jóvenes están llevando a cabo importantes cambios cognitivos, sociales y culturales que, de forma inevitable, van a verse reflejados en aspectos relevantes de nuestra sociedad como la educación, la economía y el empleo, la cultura, la política y la información y la comunicación.

¿Qué es lo que un trabajador millennial busca al momento de conseguir empleo?

Anteriormente se mencionó la necesidad de las empresas de cambiar estrategias y métodos para motivar y coincidir con las necesidades de un trabajador millennial. Las estrategias pueden variar de acuerdo al giro de la empresa, su filosofía y la manera en que funciona, sin embargo algunos de los puntos más pertinentes, se encuentran en un estudio realizado por Kristin Holmberg-Wright, Tracy Hribar y Jennifer D. Tsegai (2017) llamado ‘More Than Money: Business Strategies to Engage Millennial’, en donde proponen distintas características que pueden enganchar a un

marco conceptual / Millennials

millennial. Asimismo, se complementará la información con el estudio de Manpower Group Latinoamérica: Las carreras de los Millennials: visión 2020 realizado en 2016.

- **Misión y visión de la empresa**
Para ganarse la lealtad empresarial de un millennial, una empresa debe transmitir sus valores de manera adecuada, con el propósito de que el millennial se sienta identificado ya que les gusta trabajar con un objetivo en mente y generar un cambio significativo dentro de la empresa para el mundo.
- **Aprendizaje**
Conforme al crecimiento tecnológico y de innovación que se ha ido dando en cuestiones laborales, el éxito en una carrera o un trabajo se determina por la facilidad de aprendizaje que una persona tenga, tanto en su deseo por aprender como su rápida adaptación y crecimiento laboral. “La gran mayoría de los Millennials mexicanos (87%) considera el desarrollo de habilidades como una parte importante de su carrera futura”. (Manpower Group, 2016)
- **Trabajo en equipo**
Esta generación creció y aprendió a trabajar en equipo para generar sentido de colaboración con los demás, para que sus objetivos sean logrados con la ayuda y los conocimientos de sus colegas / compañeros quienes tienen ex-

periencias e ideas distintas que aportar para innovar.

- **Diversidad**
Para la generación millennial es muy importante trabajar con equipos donde la diversidad ese presente pues están en constante búsqueda de combinar experiencias, culturas, perspectivas y antecedentes. Este punto no se refiere sólo a la diversidad racial o de género sino a la perspectiva del millennial de que la diversidad es una fuerza resultante de muchos puntos de vista y soluciones diferentes para el mismo problema.
- **Retroalimentación / feedback**
La retroalimentación es parte fundamental para el desempeño de la generación Y, les interesa escuchar comentarios acerca de su trabajo, de sus logros pero de manera inmediata. Ellos no requieren reportes anuales, ellos prefieren conversaciones cortas que les aporten lo necesario para mejorar y motivarse.
- **Liderazgo**
El liderazgo es visto por los millennials como un concepto de horizontalidad. A ellos no les gusta tener un ‘jefe’, prefieren a alguien experimentado, que les enseñe y aporte conocimientos nuevos llamándolo coach o mentor. “Los millennials quieren un ambiente de trabajo agradable o divertido. Leen sobre compañías como Google, Zappos y las nuevas empresas tecnológicas se desalien-

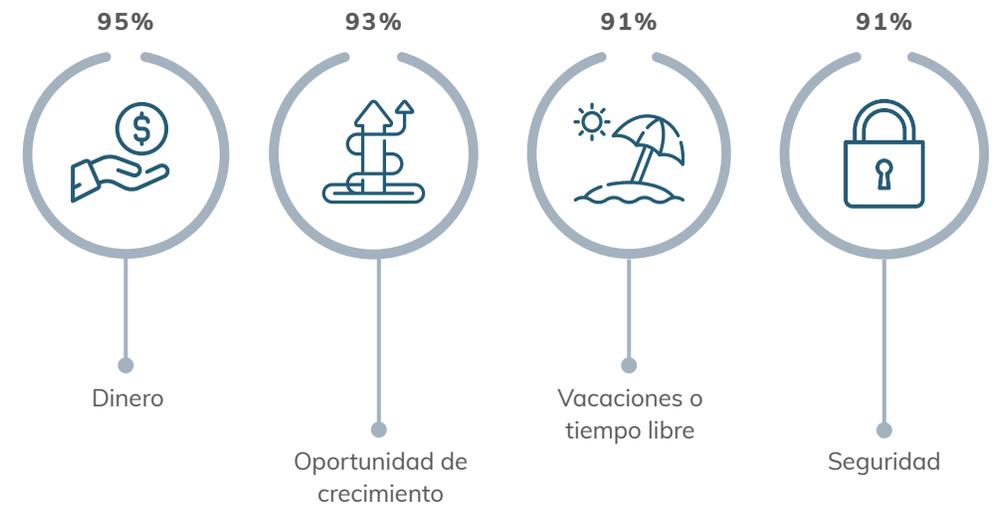
tan cuando su entorno de trabajo no se puede comparar. Se motivan por las pequeñas cosas, como que su jefe los deja irse espontáneamente una hora antes, le lleven comida, o planeen una actividad divertida juntos” (Holmberg-Wright, Hribar y Tsegai, 2017).

- **Flexibilidad**
Este último punto es uno muy relevante. La generación Y requiere de mucha flexibilidad en cuanto a lo laboral se refiere, ya sea en horarios, espacios, toma de decisiones y/o actividades. La Insurance Education Foundation llevó a cabo un estudio en 2016 que arrojó el dato de que 4 de cada 5 millennials encuestados dijeron que preferirían tener más tiempo de vacaciones y la posibilidad de traba-

jar desde casa, que aumentar su paga. “Aunque requieren flexibilidad para hacer las cosas, también requieren estructura y límites debido al hecho de que a menudo fueron hiper-programados por adultos controladores durante sus años de infancia. En general, la Generación ‘Y’ parece ser menos tolerante al aburrimiento que cualquier otra generación” (Holmberg-Wright, Hribar y Tsegai, 2017). En cuanto a los millennials mexicanos, específicamente hablando, estas son algunas de sus prioridades al buscar empleo, donde la flexibilidad de horario o tiempo libre ocupa un lugar importante.

Prioridades al momento de buscar empleo

Resultados de encuesta realizada por Manpower Group Latinoamérica (2016)



TRABAJO INDEPENDIENTE Y DISEÑO

Así como se mencionó anteriormente en los antecedentes del problema y retomando el tema de la globalización, la era digital y el hecho de que los millennials han revolucionado la manera de ver y hacer las cosas, es importante hablar sobre una tendencia de trabajo recurrente a nivel mundial como nacional: el trabajo freelance o independiente.

La Real Academia de la lengua Española (RAE) define freelance como: "Dicho de una persona: que trabaja independientemente en cualquier actividad". La etimología de la palabra proviene del inglés donde free significa libre y lance, lanza y se usaba en la época medieval para describir a un guerrero medieval mercenario, es decir, que no servía a nadie en específico y prestaba sus servicios a quien lo contratara.

En 2016, había en México 13.7 millones de trabajadores freelance. "El número de trabajadores independientes en nuestro país creció 2.1% en el segundo trimestre de 2016 comparado con el mismo periodo de 2015, de acuerdo con la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo, elaborada por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (Inegi)" (Forbes, 2016)

Ahora que sabemos la cantidad de personas que buscan tener cierta libertad

laboral como trabajadores independientes, es importante mencionar que, la mayoría de estas personas se desempeñan en la industria creativa, es decir, hay diseñadores, escritores, editores, fotógrafos, etc. que buscan crecer profesionalmente sin estar atados a un horario de oficina, a ciertas actividades rutinarias y al sistema laboral tradicional. "Se presume que un profesional escoge trabajar como independiente por la importancia que otorga a su autonomía" (Médor, 2016). Es decir, para la industria creativa es de suma importancia conservar su autonomía, pues se cree que la creatividad no surge al estar sentado frente a un escritorio determinado tiempo de horas. El horario de trabajo de un creativo debe ajustarse a su creatividad y no al revés, por ello se percibe como una ventaja del trabajo freelance, el disponer y organizar el tiempo como mejor convenga.

Médor en su estudio menciona lo siguiente:

En términos estrictos para los freelance, no hay una separación entre días-horas de trabajo y días-horas de descanso. Cualquier día de la semana resulta adecuado para trabajar o descansar y divertirse. Esto es algo que valoran los entrevistados de sobremanera de su condición de independientes. El gran atractivo de esta relación con el tiempo radica en su rechazo a la heteronomía y a la rutina o la monotonía, por cuanto el

horario rígido y repetitivo de oficina es contrario a la creatividad.

A pesar de que esta manera de gestionar de sus recursos y llevar a cabo esta autonomía laboral, cabe recalcar que, para los trabajadores independientes, es de suma importancia tener libertad, pero asumiendo responsabilidad y disciplina en cuanto a la disposición de su tiempo y organización de actividad laboral, así como al compromiso en la gestión tanto financiera como legal y temporal, de los proyectos como condición de la sobrevivencia o el éxito como freelance.

GESTIÓN DE RECURSOS

Gestión del tiempo

En las últimas décadas la gestión del tiempo ha sido objeto de estudio desde distintas disciplinas como la psicología, la sociología, la administración, entre otras, debido al impacto que ha tenido en la sociedad, puesto que hoy en día se vive de manera acelerada y estamos expuestos a cambios constantes. El tiempo es percibido como un recurso sumamente importante ya que es irreversible, irremplazable y no se puede recuperar una vez perdido. A partir de ello, surge la necesidad de planear, analizar el tiempo gastado o invertido, organizar y monitorear las actividades para alcanzar ciertos objetivos, buscando el mayor beneficio posible, aplicando el menor esfuerzo.

Una de las consecuencias de no lograr gestionar el tiempo de manera efectiva es el aumento de estrés y ansiedad (Macan,

1994) para quienes no logran percibir que tienen control de este recurso indispensable y como Gaustchi (1988) afirma: "Un individuo que no puede administrar el tiempo de manera efectiva, no puede manejar su vida profesional y su vida cotidiana" (pág.199).

A partir de esta evolución de la sociedad, las herramientas, tecnologías y técnicas sobre gestión del tiempo se han ido adaptando de manera en que, ya no sólo es un tema relevante en el área organizacional o laboral sino también personal, dándole un nuevo nombre a la gestión del tiempo: la autogestión. Francisco Sáez (s.f) hace un análisis de esta evolución propuesta por Stephen R. Covey, describiendo 4 distintas generaciones de la gestión del tiempo, donde sugiere que en la primera generación comienzan a surgir un número significativo de actividades que requieren de tiempo y energía y con ello se creó un sistema para recordarlas como las listas de tareas. En la segunda generación, se integran las actividades futuras y surgen los calendarios y agendas para así planificar el tiempo adecuadamente. En la tercera generación, es indispensable dar prioridad a estas actividades y establecer un valor distinto a cada tarea, así se definen objetivos y se comienza a priorizar (todo esto en el ámbito empresarial). Y para finalizar, en la cuarta generación Sáez concluye:

[...] Muchos se han dado cuenta de que la excesiva planificación y control no encajan demasiado con las necesidades reales de las personas y les impiden desarrollar y aprovechar nuevas

marco conceptual / Gestión de recursos

oportunidades. No se trata de gestionar el tiempo, sino de gestionarnos a nosotros mismos (autogestión o self-management). Se trata de diferenciar claramente lo importante de lo urgente, y dedicar la mayor parte del tiempo a hacer lo importante, lo que nos lleva a nuestros más altos objetivos, lo que contribuye a nuestros valores.

Para la presente investigación, generar un concepto mucho más enfocado a la autogestión es de suma importancia por lo cual se han investigado modelos, herramientas, libros y técnicas para poder tener un nivel de autogestión a largo plazo. Con la finalidad de exponer cada una de estas herramientas, se explicarán a detalle y de lo general a lo particular para proponer un panorama más completo sobre la gestión del tiempo y de uno mismo.

Proactividad

El concepto de proactividad es particularmente conocido en temas empresariales, teniendo en cuenta que según la Real Academia Española (RAE) 'proactivo' significa: "que toma activamente el control y decide qué hacer en cada momento, anticipándose a los acontecimientos" es decir, de alguien que tiene la capacidad y la iniciativa de tomar sus propias decisiones y actuar para generar un bien común.

No obstante, este término lo acuñó el neurólogo austriaco Victor Frankl en su li-

bro El hombre en busca del sentido (1946) donde relata su experiencia en un campo de concentración durante la Segunda Guerra Mundial y es a partir de este hecho donde descubre una forma de reaccionar a ciertos estímulos (en su caso negativos) la cual define como libertad última, donde él es un ser autoconsciente y goza de la capacidad de mantener su identidad básica intacta. "Frankl usó el privilegio humano de la autoconciencia para descubrir un principio fundamental de la naturaleza del hombre: entre el estímulo y la respuesta, el ser humano tiene la libertad interior de elegir" (Covey, 1989, pág. 42). Después de analizar este término desde la perspectiva de Victor Frankl, ahora se analizará desde la perspectiva de Stephen R. Covey, quien explica la proactividad como este privilegio del ser humano de poder decidir, complementando con el hecho de que somos seres con imaginación, conciencia moral y voluntad independiente. Para Covey la proactividad no sólo se trata de tomar una iniciativa, sino de la responsabilidad que tenemos los seres humanos sobre nuestra vida, ya que "nuestra conducta es una función de nuestras decisiones, no de nuestras condiciones". Al hablar de responsabilidad podemos decir que es la habilidad de elegir una respuesta, por lo tanto la conducta de las personas proactivas es el resultado de una elección consciente (se basa en los valores), no el resultado de las condiciones

externas ni de los sentimientos.

Si por el contrario, basamos estas decisiones en cuanto a las circunstancias o emociones, elegimos otorgar a esas cosas el poder de controlarnos y según Covey cuando escogemos esta opción nos estamos volviendo reactivos, es decir, estas personas se ven afectadas por un clima social o ambiente físico puesto que actúan de acuerdo a ámbitos externos y que ellos propiamente no pueden controlar.

7 hábitos de la gente altamente efectiva

En este libro, Covey propone 7 hábitos para ser autogestores eficaces a largo plazo.

En primera instancia, el autor explica acerca de los paradigmas y los define como la manera en que percibimos, comprendemos e interpretamos la vida en general. Covey hace la analogía del paradigma como un mapa, los cuales indican las realidades (la forma en que son las cosas) y los valores (la forma en que deberían ser las cosas) por lo tanto, los mapas nos 'guían' y nos dan pauta de cómo percibimos y experimentamos el mundo, así también de cómo pensamos y actuamos. Para el autor, el primer paso para generar un hábito es cambiando algunos paradigmas acerca de nuestra percepción y reacción hacia ciertos estímulos. En conclusión "ese cambio genera poderosas transformaciones. Nuestros paradigmas, correctos o incorrectos, son las fuentes de nuestras actitudes y conductas, y en última instancia de nuestras relaciones con los demás" (Covey, 1989).

Ahora bien, en el tema de los hábitos podemos inferir que son pautas con cierta consistencia y se presentan de manera cotidiana, a veces pueden realizarse consciente o inconscientemente y éstas generan nuestra efectividad o ineffectividad. Covey define los hábitos como una conexión entre el conocimiento, las capacidades y los deseos de una persona, es decir, qué hacemos y por qué lo hacemos aunado al cómo lo logramos y qué tanto queremos hacerlo. Este proceso es continuo ya que el ser cambia al ver y viceversa. Con esta interacción entre capacidades, conocimientos y deseos "podemos irrumpir en nuevos niveles de efectividad personal e interpersonal cuando rompemos con viejos paradigmas que pueden haber sido para nosotros una fuente de pseudo seguridad durante años" (Covey, 1989, pág 29).



Esquema de Hábitos Efectivos. (pág. 29)

marco conceptual / Gestión de recursos

Parafraseando a Covey y puntualmente hablando sobre su propuesta de los siete hábitos, se pueden definir como 'hábitos de la efectividad' debido a que se basan en principios y tienen como finalidad brindar un beneficio a largo plazo, rompiendo dichos paradigmas y generando nuevos mapas para poder resolver problemas con efectividad, generar nuevas oportunidades, así como aprender e integrar otros principios para un desarrollo constante y ascendente. De esta manera Covey plantea que los siete hábitos son: ser proactivo, empezar con un fin en mente, establecer primero lo primero, pensar en ganar - ganar, primero comprender y después ser comprendido, sinergizar y por último, afilar la sierra.

Matriz de administración del tiempo

Stephen R. Covey genera una matriz para poder visualizar de manera sencilla la administración del tiempo. La matriz cuenta con 4 cuadrantes que contienen actividades con características específicas. La base es que cada actividad es de carácter urgente e importante, donde lo urgente se refiere a todo aquello que necesita una atención inmediata y éstas nos controlan, son actividades muy visibles y que a menudo presionan. Mientras que la importancia se refiere a los resultados de dicha actividad, las cuales aportan a nuestros valores y prioridades (Covey, 1989, pág. 91).

- **Cuadrante I - Urgente e importante:** Actividades que requieren de nuestra atención y energía inmediata para realizarlas. Quién está en este cuadrante suele estar bajo mayor presión y estrés.
- **Cuadrante II - No urgente e importante:** Este es el cuadrante ideal, es el "corazón de la administración efectiva" donde las actividades son importantes pero se puede actuar de manera consciente, planificando cada tarea y aportando a nuestro beneficio personal.
- **Cuadrante III - Urgente y no importante:** Aquí están ciertas actividades que pueden parecer importantes pero no lo son, puesto que se basan en prioridades y expectativas externas y no propias.
- **Cuadrante IV - No urgente y no importante:** Es el cuadrante donde las actividades pueden ser 'de escape', es decir, las personas que están normalmente en el cuadrante I prefieren realizar las actividades del cuadrante IV antes que las de dicho cuadrante.

The key is not to prioritize what's on your schedule, but to schedule your priorities.
- Stephen Covey

	URGENTE	NO URGENTE
IMPORTANTE	<p>Actividades:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Crisis - Presiones - Proyectos con fecha de vencimiento <p>Resultados:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Estrés - Agotamiento - Administración de crisis 	<p>Actividades:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Relaciones personales - Nuevas oportunidades - Planificación a futuro - Actividades preventivas - Crecimiento personal - Ocio y diversión <p>Resultados:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Visión y perspectiva - Equilibrio y control - Disciplina
NO IMPORTANTE	<p>Actividades:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Interrupciones - Email, reuniones, llamadas - Actividades familiares <p>Resultados:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Concentración a corto plazo - Administración de crisis - Impotencia - Relaciones frágiles/rotas 	<p>Actividades:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Detalles - Ladrones de tiempo - Emails, llamadas - Actividades placenteras <p>Resultados:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Irresponsabilidad - Desempleo - Dependencia de otros

Esquema de Matriz de Administración del tiempo (pág 92).

marco conceptual / Gestión de recursos**Principio de Pareto**

El principio de Pareto o principio 80/20, fue descubierto en 1897 por Vilfredo Pareto, un economista italiano quien investigaba los patrones de la economía en Inglaterra y se dio cuenta que el 20% de la población italiana poseía el 80% de la riqueza total. A partir de ello, comenzó a verificar si aplicaba en otros países como Alemania o Suiza y pudo comprobar que es un patrón que se repetía comúnmente no sólo en lo económico, sino en diversos ámbitos de la vida.

Este principio define que el 80% de los resultados finales, provienen del 20% del esfuerzo empleado para lograrlo. Llevando esto a una perspectiva laboral, se puede decir que el 80% de lo que se consigue, proviene del 20% del tiempo que se destina para trabajar en ello. (Richard Koch, 2009)

Esta regla reflejada en la gestión del tiempo puede ayudar a identificar cuáles son las acciones más importantes de un proceso para realizarlas con mayor enfoque y determinación. Asimismo, es importante que se identifiquen cada una de las pequeñas tareas que requieren ser completadas para lograr un proyecto de gran extensión, es decir, centrarnos en el 20% de las tareas que nos producirán el 80% de los resultados.

Técnica de pomodoro

La técnica de pomodoro fue desarrollada por Francesco Cirillo a finales de la década

de 1980. Esta técnica surge de la necesidad de Francesco de realizar una tarea en determinado tiempo por lo que decidió tomar un temporizador de cocina en forma de tomate (tomate en italiano se traduce en pomodoro) y dividió su tiempo en intervalos de 25 minutos de actividad (pomodoros), seguidos de 5 minutos de descanso, aumentando las pausas cada cuatro pomodoros.

El objetivo de esta técnica es concentrarse en realizar una sola tarea en determinado tiempo, de manera que se hace una lista con distintas actividades, después de priorizarlas, se realiza la técnica para completar cada una de ellas en dichos intervalos de tiempo.

Según Shellenbarger (2009) este método se basa en la idea de que las herramientas de administración del tiempo deben ser simples, que los descansos frecuentes mejoran la agilidad mental, así como el hecho de que cambiar la idea sobre el tiempo puede aliviar la ansiedad generando mejor concentración.

Gestión financiera: Plan de negocios

Una de las partes más importantes para gestionar un negocio es saber administrarlo. Esto, no sólo aplica para una gran empresa sino para cualquier persona o grupo de individuos que quieran emprender un negocio. En este caso, para un diseñador

freelance que está por incorporarse al mundo laboral y está sujeto a los constantes cambios que se dan en su contexto, debe tener en cuenta que él es su propia empresa, brindando un servicio que se adapte a las necesidades de sus clientes y generando soluciones innovadoras. Por ello, es importante crear un plan de negocios que le brinde al diseñador un panorama general sobre los propósitos, objetivos y estrategias clave de su empresa, para asegurar el éxito y continúa mejora del mismo.

Un plan de negocios es “un instrumento que se utiliza para documentar el propósito y los proyectos del propietario respecto a cada aspecto del negocio” (Dickson, 2007, pág.6) así como un punto de contacto y de comunicación entre la empresa, los socios y los inversionistas.

Para Osterwalder & Yver (2014) un plan de negocios “describe las bases sobre las que una empresa crea, proporciona y captura valor” (pág.8), es por eso que la presente investigación propondrá la metodología de dichos autores para generar el plan de negocios, pues tiene la ventaja de centrar este proceso en las necesidades del usuario y es un método explicado visualmente, lo cual puede facilitar al diseñador a comprender cada pieza del plan de negocios.

Existen muchos modelos de negocios aplicados en diversas empresas, sin embargo la propuesta que Osterwalder & Yver plantean es generar el modelo de negocio en nueve módulos básicos que cubren desde el cliente y la oferta hasta la infraestructura y viabilidad económica. Para ellos, un startup que pretende convertirse en una

gran compañía, necesita de un constante proceso de descubrimiento en su modelo de negocio. Como los mismos autores mencionan:

Este proceso ha revolucionado la forma de diseñar, de producir, de acercarse al mercado y de aprender haciendo. [...] Una de las mayores fuentes de diferenciación y de éxito de una compañía radica en la innovación de los propios modelos de negocio. (pág. 9)

Este método se divide en cuatro bloques que se explicarán de manera breve:

El Lienzo

Es la parte donde se crea un valor -conjunto de beneficios de la propuesta de valor que se diseña para atraer a un cliente- para ello se genera un mapa de valor que describe de manera detallada y estructurada sus características. Este se conforma de tres elementos: el primero: el producto, servicio, aliviadores de frustraciones y creadores de alegrías, el segundo es el perfil del cliente que incluye los trabajos del mismo, sus alegrías y sus frustraciones, por último el encaje el cual tiene que coincidir con el perfil del cliente y es la propuesta de valor que se plantea, llegando a esta de manera iterativa.

Diseñar

Para transformar las ideas en prototipos, es clave saber diseñar para convertir de manera rápida y barata nuestras ideas en algo tangible. Para llegar a esto, es indispensable realizar un primer estudio del cliente para descubrir sus necesidades y

marco conceptual / Gestión de recursos

proponer un valor real para ellos. Asimismo, es importante tener un feedback que permita que estas ideas evolucionen con un proceso iterativo para así crear valor para el negocio y para el cliente.

Probar

Es de suma importancia comenzar a probar estos prototipos con los clientes potenciales puesto que experimentar reduce el riesgo de ejecución de las ideas, por tanto, es imprescindible descubrir a los clientes, saber hasta qué punto valoran y resuelven sus frustraciones y/o alegrías. En esta etapa se generan demandas de usuarios finales, pero también se logra hacer una transición de un objetivo como buscar a otro como ejecutar.

Ajustar

El propósito de encontrar la propuesta de valor y tener un modelo de negocios, es para alinear, medir y controlar todas las partes de la empresa, viéndolo desde una perspectiva de dinamismo y constante movimiento para seguir innovando. El seguimiento de la propuesta de valor es vital, ya que con ello se asegura que el cliente siga obteniendo ese valor mientras cambian las condiciones del mercado.

Gestión del diseño

Anteriormente se han definido vertientes importantes sobre gestión de proyectos de manera general, sin embargo es pertinente y necesario hablar puntualmente sobre la gestión del diseño, la cual según Leiro (2006, pág 18.) comprende:

Las actividades de diagnóstico, coordinación, comunicación, negociación y diseño que se llevan a cabo tanto en la actividad de consultoría externa como en el ámbito de la actividad empresarial, interactuando con los sectores responsables de la producción, de la programación económica y financiera y de la comercialización, con el fin de hacer factible una participación activa del diseño en las decisiones del producto.

Es importante que los diseñadores que deciden trabajar de manera independiente, tengan en cuenta que un emprendimiento de diseño debe contar con la gestión del mismo como un negocio y no sólo como la actividad práctica y técnica de diseñar. Según Inga (2016) los cambios constantes por consecuencia de la globalización y evolución de tendencias, promueve la importancia de la gestión del diseño como un tema indispensable para el desarrollo de proyectos innovadores, donde el diseñador se convierte en factor de decisión, análisis y resolución de problemas con visión multidisciplinaria.

La gestión del diseño comprende de temas financieros, legales, administrativos y de productividad para que un negocio funcione eficazmente y de manera sustentable, por lo tanto el diseñador independiente tiene la responsabilidad de asumir ese papel administrativo y práctico.

Para concluir, es importante citar a Best para dimensionar la importancia de gestionar proyectos creativos, sobre todo en una industria donde lo más relevante es ser práctico y espontáneo:

Constituye una función, un recurso y una forma de pensar dentro de la empresa, que desempeña un papel activo en el pensamiento estratégico y los procesos de desarrollo y, sobre todo, en la implantación de proyectos, sistemas y servicios, así como en la determinación del modo en que la empresa se conecta con sus accionistas, clientes y consumidores (2008, pág 16).

The only right reason to be an entrepreneur is to change the world.

- Phil Libin



*How wonderful it is
that nobody need
wait a single moment
before starting to
improve the world.*

Anne Frank

casos análogos /

Momentum planners [Productive Flourishing]

Este proyecto surge cuando Charlie Gilkey, empresario y filósofo, tuvo la necesidad de conseguir una agenda para sus proyectos creativos, al no encontrar el planeador perfecto, decidió armar uno propio donde pudiera visualizar un sistema donde se programará el trabajo creativo durante las horas más productivas. Cuentan con versiones de planeador anual, mensual, semanal y al día.

Full focus planner [Michael Hyatt]

Representa la intersección perfecta del establecimiento anual de metas y la productividad diaria. Cuenta con un framework para el seguimiento de sus tareas diarias, objetivos trimestrales y metas anuales, también proporciona una plantilla para realizar revisiones semanales. Tiene como propósito crear buenos hábitos para implementarlos y que sean efectivos a largo plazo.

Productivity planner [Intelligent Change]

Este planeador ayuda a priorizar y cumplir las pocas tareas vitales que hacen que tu día sea satisfactorio. Combina varias técnicas como la Técnica Pomodoro para ayudar a evitar distracciones y a realizar un mejor trabajo en menos tiempo.

Cuenta con una planificación semanal + reflexión, es decir, al comienzo de cada semana Productivity Planner ayuda a planificar la semana para el éxito. Al final de cada día y semana, te invita a reflexionar sobre cuán efectivo fuiste, ayudándote a aprender tus patrones y mejorarlos.

Trello

Es un organizador de proyectos gratuito, flexible y visual con capacidad de compartir las "tarjetas" que contienen listas de tareas e ideas, con personas que colaboren en los mismos proyectos. Pueden ordenarse como el usuario desee y todo se actualiza en tiempo real ya que se sincroniza per-

fectamente con todos los dispositivos a los que esté conectado.

Libro: Manual del diseñador freelance [Cathy Fishel-Lane]

Este libro contiene una variedad de temas en cuanto al diseño, desde la perspectiva de un diseñador freelance. Contiene respuestas prácticas acerca de la generación de un plan de negocio, cómo cobrar, cómo conseguir más clientes, cómo conseguir un buen feedback, etc. así como herramientas de gestión de proyectos.

Manage your day-to-day [The 99U Book Series]

Este libro recopila experiencias y consejos de 20 personas exitosas y líderes en el mundo creativo, acerca de la gestión del tiempo y la forma de llevar a cabo proyectos de manera efectiva. El objetivo de este libro es guiarte como mente creativa para establecer una rutina y ser productivo al

momento de trabajar en los proyectos que importan.

Magoz toolkit

Magoz es un ilustrador catalán, quien ha trabajado para diversas revistas, periódicos y agencias de publicidad alrededor del mundo. En su blog (<https://magoz.blog>) ofrece un toolkit descargable, el cual contiene varias herramientas que él mismo utiliza para gestionar sus proyectos creativos, como aplicaciones ya existentes (organizadores, medidores de tiempo, etc.) así como herramientas que él mismo ha creado para mantener un tracking financiero, un portafolio de clientes, tareas, incomes, entre otros.

The secret of getting ahead, is getting started.

- Sally Berger

nicho de oportunidad /

Después de haber aplicado la estrategia de Ocean Blue (ver Anexo 1) y de acuerdo con el análisis de información, se ha descubierto que las herramientas de productividad se dirigen a un público general y cada una ofrece organizadores similares en cuanto a lo temporal (mensual, semanal, diario, etc.) sin embargo, pocos planeadores análogos incluyen técnicas de concentración que se puedan complementar con las aplicaciones que ya existen para aumentar la productividad bloqueando sitios web y redes sociales.

Asimismo, se descubrió que ninguno incluye un tracker financiero donde se pueda hacer una revisión cada cierto tiempo, sobre los incomes y outcomes económicos. Por otro lado, la apertura de personalizar

los organizadores es un área de oportunidad ya que, se pueden crear materiales que se adapten a las necesidades de los usuarios y no viceversa. También se descubrió la posibilidad de implementar herramientas que complementen estas necesidades como workshops, talleres, conferencias o retos que puedan dar apertura a largo plazo a un coaching para dar seguimiento a estas técnicas, así como un sistema de rewards para quien logre sus objetivos.

Tomando estas observaciones en cuenta, es pertinente generar un conjunto de herramientas que logren satisfacer las necesidades de los diseñadores freelancers y puedan tener un mejor desempeño laboral obteniendo resultados positivos en aspectos profesionales y recreativos.

métodos /

Una metodología es un conjunto de pasos a seguir para realizar una investigación y así obtener resultados factibles y satisfactorios. Para la presente investigación, se utilizaron distintos métodos que enriquecieron el proceso al fusionar las estrategias para obtener los resultados deseados.

Design Thinking

El diseñador gráfico es un estratega en constante búsqueda de la solución de problemas reales y una de las metodologías por excelencia para lograr este objetivo es el design thinking, impulsado por la empresa americana IDEO y su actual CEO, Tim Brown.

El design thinking es un proceso de Diseño Centrado en el Usuario (Human Centered Design), esto significa que todos los problemas se pueden resolver mediante un entendimiento profundo de la per-

sona que se enfrenta a estos problemas, conociendo sus necesidades, sus deseos y su contexto para así generar soluciones innovadoras y de gran impacto en la vida de quienes lo necesitan.

El proceso no es lineal, es un proceso iterativo donde es válido repetir pasos las veces que sea necesario para lograr resultados óptimos.

Las etapas y pasos que conforman esta metodología son las siguientes (IDEO, 2015):

Etapa de inspiración

- **Empatizar**

Este paso requiere de un primer acercamiento con el usuario para empatizar con él y así conocer sus deseos, necesidades, experiencias y motivaciones mediante la observación y el diálogo, sumergiéndonos en el contexto y el ambiente físico de la persona. La empatía

permite al diseñador, dejar de lado sus propias suposiciones sobre el mundo con el fin de obtener una idea más profunda de los usuarios y sus necesidades. El propósito de este paso es delimitar el problema para saber si es viable, pertinente y relevante con el propósito de generar una solución factible y acorde a sus realidades.

- **Definir el problema**

Para definir el problema se necesita recolectar toda la información tanto teórica como la de campo que se reunió en la etapa anterior. Aquí se analiza y sintetiza la información que puede aportar valor a la definición del problema y que dará un panorama más amplio para comenzar a idear propuestas de solución.

Etapa de ideación

- **Ideación**

A partir de la recopilación de datos y el análisis profundo de la información recabada, pueden empezar a generarse insights o ideas clave que vayan dirigiendo el proyecto hacia una solución viable, factible y deseable. En este proceso, es importante visualizar la posible solución y en este caso, empezar a generar un lenguaje visual, delimitar un concepto gráfico rector, crear una identidad, etc.

- **Prototipación**

Esta es una fase de experimentación ya que a partir de este paso empiezan a producirse prototipos del producto final, que sean económicos y a pequeña escala para ponerlos a prueba y validarlos.

Etapa de implementación

- **Validación**

Ya que se cuenta con un prototipo, se valida con los posibles usuarios, con el fin de obtener una retroalimentación oportuna para realizar los cambios necesarios o en todo caso replantear la solución para que sea la que mejor se adapte a las necesidades del usuario.

Ocean Blue

Esta estrategia llamada Estrategia del Océano Azul fue propuesta por W. Chan Kim y Renée Mauborgne -quienes son administradores, gestores, y empresarios- y plantean una perspectiva de innovación distinta para generar nuevos mercados en lugar de competir con las grandes empresas.

La analogía del océano azul y rojo se refiere cada uno al área de oportunidad que un negocio tiene para prosperar, siendo el océano rojo el que representa un mercado ya cubierto donde la competencia se da para que una empresa sobreviva, mientras que el océano azul se basa en un campo completamente nuevo donde hay más oportunidad de innovar generando mercados únicos, nuevos y particulares, por lo tanto, no se necesita competir.

Una parte importante de encontrar el océano azul es definiendo la propuesta de valor que el producto o servicio nuevo, aporta al consumidor y que será la razón por la cual lo comprará.

herramientas /

IDEO Method Cards

Para la investigación de campo que se realizó, se escogieron tres herramientas distintas de design thinking con la finalidad de conocer primero al usuario, saber su perspectiva acerca del problema y finalmente, entender de manera más profunda sus sentimientos al realizar sus actividades laborales específicamente.

Etapa de inspiración:

A day in the life

Este método tiene como objetivo observar el comportamiento y las actividades del usuario en su día a día, con el motivo de encontrar insights acerca de su comportamiento y su rutina, más allá de lo que el usuario perciba o cuente con sus propias palabras.

Para esta investigación fue pertinente aplicar esta herramienta para poder conocer las rutinas de cada uno de los freelan-

cers en cuanto a su día laboral, desde que planean sus actividades para el día a día, hasta la ejecución del proyecto en general.

Survey

El objetivo de las encuestas es obtener resultados cuantitativos y cualitativos (por medio de retroalimentaciones) sobre un tema en específico.

El resultado final serán estadísticas acerca de un conjunto de preguntas correctamente planteadas para conocer la opinión, los deseos y las necesidades de los usuarios.

Etapa de ideación:

Four Judges

Esta actividad funciona para analizar la situación o el problema a través de la perspectiva del usuario e identificar las situaciones que el usuario podría mejorar acerca del problema.

Para aplicarla a los diseñadores freelancers se les pidió ordenar en cada cuadrante, sus actividades clave al momento de trabajar y clasificarlas como “Bueno”, “Malo”, “Puede ser mejor” y “Puede ser peor”, para descubrir su metodología de trabajo y las áreas a mejorar.

sus rutinas diarias, son fieles a la estrategia de diseño, sin embargo muchas veces se ven obligados a alterar y/o modificar el proceso ya sea para agilizar costos, tiempo u otros recursos.

Four Judges

Esta herramienta sólo fue aplicada a diseñadores egresados de Diseño Gráfico que tuvieran experiencia exclusivamente en el ámbito independiente. Se planteó el siguiente escenario: “Visualiza tu proceso de diseño paso por paso. Posteriormente organiza cada paso en los cuadrantes que creas correspondientes para agilizar y mejorar ese proceso y cuáles son completamente funcionales para ti”. Esta actividad dio pauta para descubrir ciertos comportamientos al momento de organizar el proceso o metodología de cada uno.

Se concluyó con el conocimiento de la perspectiva que cada diseñador tiene acerca del procedimiento que aplican al momento de empezar a generar un proyecto.

Survey

La encuesta fue aplicada de manera digital para tener un mayor alcance, esto con la finalidad de conocer puntualmente la opinión de los diseñadores en cuanto al proyecto en general, así como obtener retroalimentación con preguntas abiertas donde se pudieran generar insights a partir de sus experiencias y sus necesidades.

resultados /

A day in the life

Esta herramienta fue aplicada a ocho diseñadores egresados de la Universidad Iberoamericana Puebla, con distintos niveles de experiencia laboral tanto de manera dependiente como independiente para tener un mejor panorama y comprender la rutina de cada quien, poniendo más atención en las variaciones de productividad y eficacia de los diseñadores trabajando en estudios y empresas de diseño a los diseñadores freelancers.

De manera general, con esta actividad se pudo concluir que los diseñadores con experiencia laboral como dependientes de estudios y empresas de diseño, al momento de trabajar como freelance, ya tienen cierta estructura en su estrategia tanto para planear como para ejecutar el proyecto a diseñar. Por otro lado, los diseñadores que cuentan con experiencia únicamente independiente, muestran variaciones en

matriz de arquetipos /

Una matriz de arquetipos es necesaria siempre y cuando se quiera conocer el comportamiento y/o pensamiento de las personas acerca de la problemática. Cada arquetipo se posiciona en un eje donde se ubica el usuario ideal, el opuesto y los intermedios de acuerdo con ciertas características estipuladas previamente.

En este caso, se realizaron dos matrices distintas. La primera muestra los arquetipos de los diseñadores de acuerdo con su nivel de autogestión (es decir, si existe o no) y a su estrategia (de igual manera, si cuentan con una o no) y la segunda matriz muestra los arquetipos de los diseñadores que decidieron ser freelance de acuerdo con sus motivaciones principales para trabajar como independientes.

Matriz de las cuatro P's

- Proactivo**
 Este usuario se caracteriza por ser una persona autogestiva, puesto que sabe controlar bien sus recursos, sabe tomar decisiones pertinentes, es organizado y productivo. Asimismo, cuenta con una estrategia de diseño establecida, es metódico y se mantiene fiel a este proceso porque se ve reflejado en la calidad de sus resultados. La mayoría de las veces se le ve tranquilo, con tiempo suficiente para actividades de ocio y disfruta mucho lo que hace.
- Procrastinador**
 El diseñador procrastinador no tiene problemas en cuanto a estrategia se refiere, también se mantiene fiel a sus

procesos creativos y tiene claro cómo llevar a cabo un proyecto de alta calidad, sin embargo la autogestión es una de sus debilidades. Suele procrastinar sus proyectos debido a que no tiene las herramientas necesarias para generar hábitos de autogestión y es un desastre gestionando sus recursos económicos. El deadline es su peor enemigo pero también su mejor aliado. Trabajar bajo presión es lo suyo.

- Picasso**
 Este usuario es completamente lo contrario al 'Proactivo'. El diseñador Picasso se caracteriza por ser una persona que le encanta vivir en el momento, en el ahora, sin ataduras y sin reglas. Sabe lograr sus objetivos pero a su propio paso ya que muchas veces cambia su

estrategia y se deja influenciar por los ámbitos externos. Si se le acaba el tiempo, improvisa de manera muy creativa. Muchas veces se preocupa por mantener en orden su vida laboral pero termina refugiándose en su zona de confort otra vez.

- Promedio**
 El diseñador promedio es el que goza de autogestión pero carece de una estrategia concreta. Hoy en día, ser diseñador significa ser un estratega, sin embargo para muchos una estrategia es innecesaria pues el diseño es "meramente creativo". Es quien sólo se dedica a generar conceptos visuales sin sustento alguno. Su frase favorita es: "no he empezado porque estoy esperando que llegue la inspiración".



matriz de arquetipos /

Matriz del freelance

- **Comodín**
Las características de este diseñador freelance, es que disfruta trabajar independiente por la flexibilidad que tiene al moverse. Es un diseñador nómada porque le gusta trabajar en cualquier lugar, ya sea en su casa o en espacios distintos. Se apropia del lugar para concentrarse y verlo como su oficina. La comodidad de poder moverse de un lugar a otro, genera en él seguridad y creatividad.
- **Boss hater**
Es el diseñador 'rebelde'. No le gusta seguir las reglas del sistema laboral tradicional y prefiere no tener jefe o en su defecto, le gusta pertenecer a una comunidad organizacional horizontal. Le interesa autogestionarse de manera efectiva sin necesidad de alguien que lo esté presionando o dando órdenes.

- **Free-lance**
El diseñador free-lance se caracteriza por tener flexibilidad en su horario. Es una persona completamente libre en cuanto a tiempos se refiere, puesto que le interesa también socializar, viajar, conocer gente nueva y relacionarse en otras actividades que no sean parte del diseño para enriquecer sus conocimientos y explorar nuevos mundos.
- **Apasionado**
El diseñador que trabaja independientemente porque le importa mucho escoger y meditar en qué tipo de proyectos contribuirá es el diseñador apasionado. Su prioridad no es ganar dinero, ya que puede participar en proyectos altruistas o como colaborador. Le gusta mucho trabajar en equipo y aportar ideas colectivas que generen un bien común. Su meta principal es tener un portafolio de trabajos que haya disfrutado al máximo.



flexibilidad de espacios



no tener jefe



flexibilidad de horarios



flexibilidad de proyectos

insights /

La generación de insights es una parte crucial de la metodología del design thinking, es la parte donde se descubren los hechos más importantes acerca de una problemática y se generan en la fase de empatía. Estos insights muestran el "por qué" y la motivación detrás del comportamiento de una persona, complementándolo con sus deseos o necesidad acerca del problema. En pocas palabras, son patrones que definen una posible área de oportunidad.

Es necesario definir 'temas' que guíen y clasifiquen dichos insights para tener un camino claro al momento de proponer soluciones que abarquen cada insight de manera adecuada. Los temas propuestos se basan en el proceso que permite primero conocer la causa del problema principal, definida como 'motivaciones', seguido de una estrategia creativa aplicada al proceso de diseño y por último una estrategia para emprender y generar un plan de negocios.

Tema: Motivaciones [causa]

"Me gusta ser freelance porque gano el mismo dinero o más, por menos tiempo y horarios flexibles, pero no he logrado administrar mis recursos económicos".

Tema: How to creativo [estrategia de diseño]

"Me gusta ser espontáneo al momento de diseñar porque no soy metódico pero creo que la estrategia es muy importante".

Tema: How to emprendedor [plan de negocios]

"Me gustaría tener un plan de negocios porque me da un mejor panorama sobre mi trabajo, pero siempre es bueno aterrizarlo para ser más profesional".

detonantes /

Los detonantes surgen después de la construcción de insights y se refieren a preguntas puntuales que corresponden a cada tema y cada insight sobre cómo solucionar el problema.

A partir de los insights descubiertos, se construyeron preguntas que delimitan el plan de acción para proponer soluciones acerca del problema, teniendo en cuenta cada tema y definiendo paso por paso (motivar, compartir y solucionar) cómo se va a lograr.

Motivar [causa]

¿Cómo alentar a los diseñadores a emprender y crear su propio negocio?

Compartir [informar]

¿Cómo puedo brindar información acerca de la gestión de recursos a los creativos?

Solucionar

¿Cómo puedo lograr que el diseñador freelance llegue a ser autosustentable con su propio trabajo?

plan it /

Plan it (por su nombre en inglés 'planearlo') es una empresa que brinda distintas herramientas para generar hábitos en cuanto a la gestión del recursos para proyectos creativos, ayudando así a la comunidad creativa a tener un mejor rendimiento laboral mediante estrategias de planificación, ejecución e implementación de proyectos innovadores. Las herramientas serán dirigidas en primera instancia a diseñadores freelancers.

Propuesta de valor

Para los diseñadores freelancers que quieren lograr con mejor autoeficacia y productividad la realización de sus proyectos creativos, con herramientas de administración de recursos (económicos, de tiempo y humanos) se ofrecerá un organizador de

proyectos personalizable con rewards inmediatos al momento de completar una tarea para motivar al usuario y así generar hábitos de autodisciplina y concentración al momento de realizar un proyecto.

Emisor

La empresa pretende ser un punto de contacto entre el diseñador freelance con herramientas y contenido de gestión de proyectos creativos así como con expertos para brindar servicio de coaching.

Mensaje

Ser un trabajador independiente puede potenciar tu negocio positivamente si generas hábitos de autodisciplina para gestionar tus recursos de manera efectiva.

Cliente y usuario

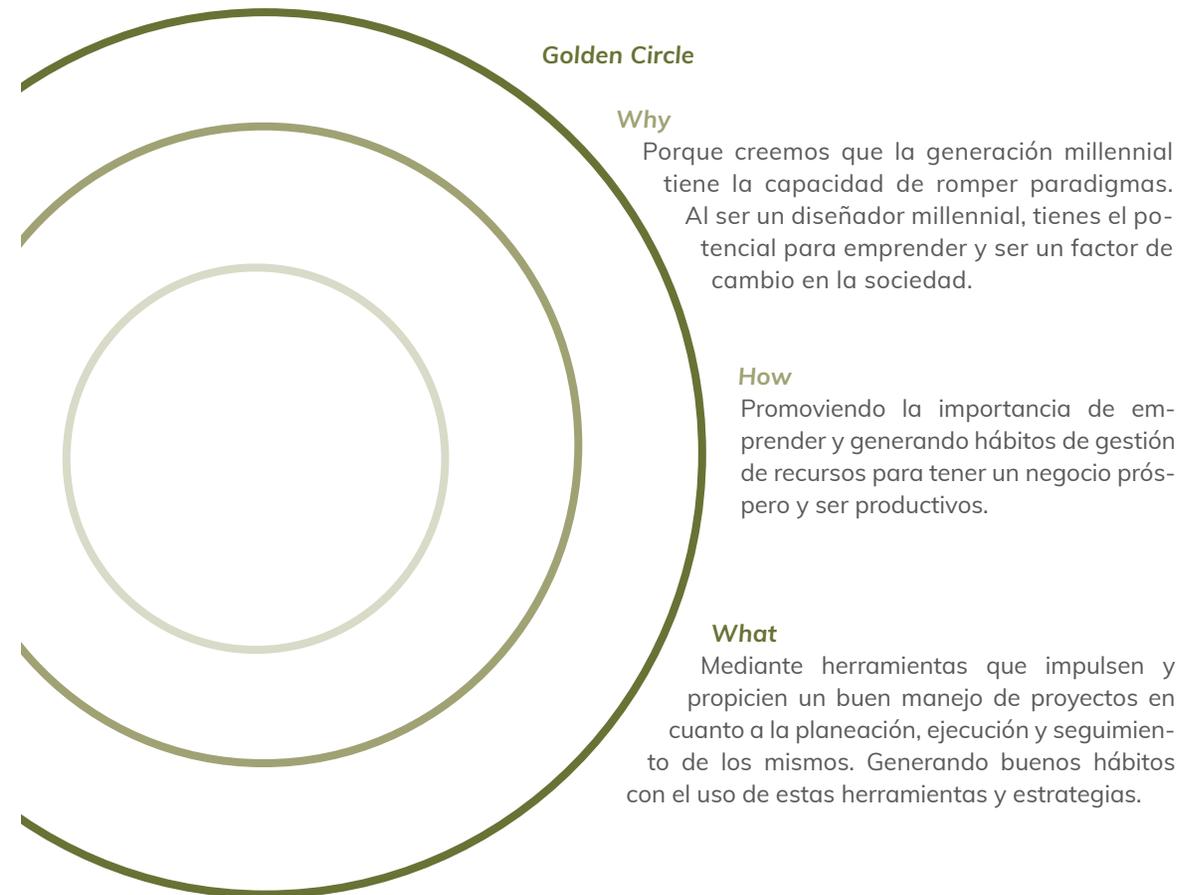
El cliente y el usuario serán la misma persona: hombres y mujeres de 20 a 35 años, NSE A/B y C+, trabajadores independientes recién egresados y/o con experiencia, con profesión en la rama del Diseño, quienes buscan invertir en el crecimiento de su negocio como trabajadores independientes.

Conceptos

- Productividad
- Proactividad
- Plan
- Estrategia
- Meta
- Propósito

Medios

- Libro guía
- Página web
- Redes sociales
- Workshops
- Coaching



Análisis FODA

Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> • Proyecto realizado mediante el Human Centered Design, con base en el cual se cubren las necesidades de un problema real • Contacto directo con los clientes y usuarios • Ser propio usuario • Información visual atractiva, pertinente y efectiva para el público meta 	<ul style="list-style-type: none"> • El trabajo independiente es cada vez más recurrente • No existen proyectos similares • No hay competencia directa • Posibilidad de aplicar las herramientas no sólo para la comunidad creativa, sino para otras profesiones • Escaso impulso en temas de project management en México
Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> • Falta de experiencia en la realización de proyectos emprendedores • Presupuesto limitado • Pocos expertos en relación con el tema de project management en industrias creativas 	<ul style="list-style-type: none"> • Que los usuarios tengan otras necesidades y dejen de consumir el contenido • Reproducción ilegal del libro impreso

Filosofía

Be freelance

En Plan it nos preocupamos por el futuro de los diseñadores emprendedores y creemos que a través de herramientas de gestión del diseño, ellos mismos pueden prepararse y guiarse para ser exitosos laboralmente. Nuestra médula espinal es transmitir estrategias para lograr la autogestión tanto de uno mismo como de sus propios recursos.

Misión

Estamos comprometidos con nuestra tarea de educar a la sociedad acerca del impacto laboral que el diseño tiene y sus aportaciones económicas, por ello, buscamos brindar al diseñador un plan de negocio de él mismo para su efectivo desempeño laboral, empoderándolo para emprender, conocer de él mismo, definir su esencia como diseñador -y de su negocio-, y generar un plan de trabajo para alcanzar sus propios objetivos como trabajador independiente.

Visión

Ser reconocidos como una marca que ofrece un servicio de coaching personalizado para tener conocimientos de gestión del diseño de manera autodidacta, con un alcance a nivel nacional y con la colaboración de expertos que compartan sus conocimientos y experiencias como diseñadores - emprendedores mexicanos.

Pertinencia

Hoy en día el modelo de negocio de trabajo independiente o freelance es recurrente y sobre todo en el gremio del diseño, donde el diseñador egresado tiene la necesidad de

emprender un negocio propio con los conocimientos básicos que la universidad pudo aportar, sin embargo, es necesario complementar sus conocimientos con conceptos básicos de gestión, administración y planeación para que él mismo se desempeñe laboralmente de manera autosustentable y autoeficaz. Asimismo, a falta de datos duros confiables, se piensa de manera empírica desde este trabajo que en México no existe aún, una vertiente formal (diplomado, maestría, etc) acerca de la gestión de proyectos creativos, con contenidos establecidos para enseñar al diseñador a gestionar sus recursos.

Relevancia

Es necesario empoderar al diseñador para que él mismo vea su profesión como un negocio, impulsándolo a emprender y verse como una persona capaz de asumir las responsabilidades y retos que esto implique. Como diseñadores, tenemos la responsabilidad social de contribuir mediante proyectos que solucionen problemas reales y ser factores de cambio sin necesidad de pertenecer a una gran empresa.

Viabilidad

La generación millennial tiende a preocuparse por su crecimiento y desarrollo tanto personal como profesional, es por ello que se ofreció al usuario un Producto Mínimo Viable (MVP) para comprobar si este tipo de productos pueden ser prioridad en este desarrollo. Al ofrecerles una herramienta que les dé pauta para emprender, están dispuestos a invertir en un producto que les ayudará a ser laboralmente activos y exitosos.

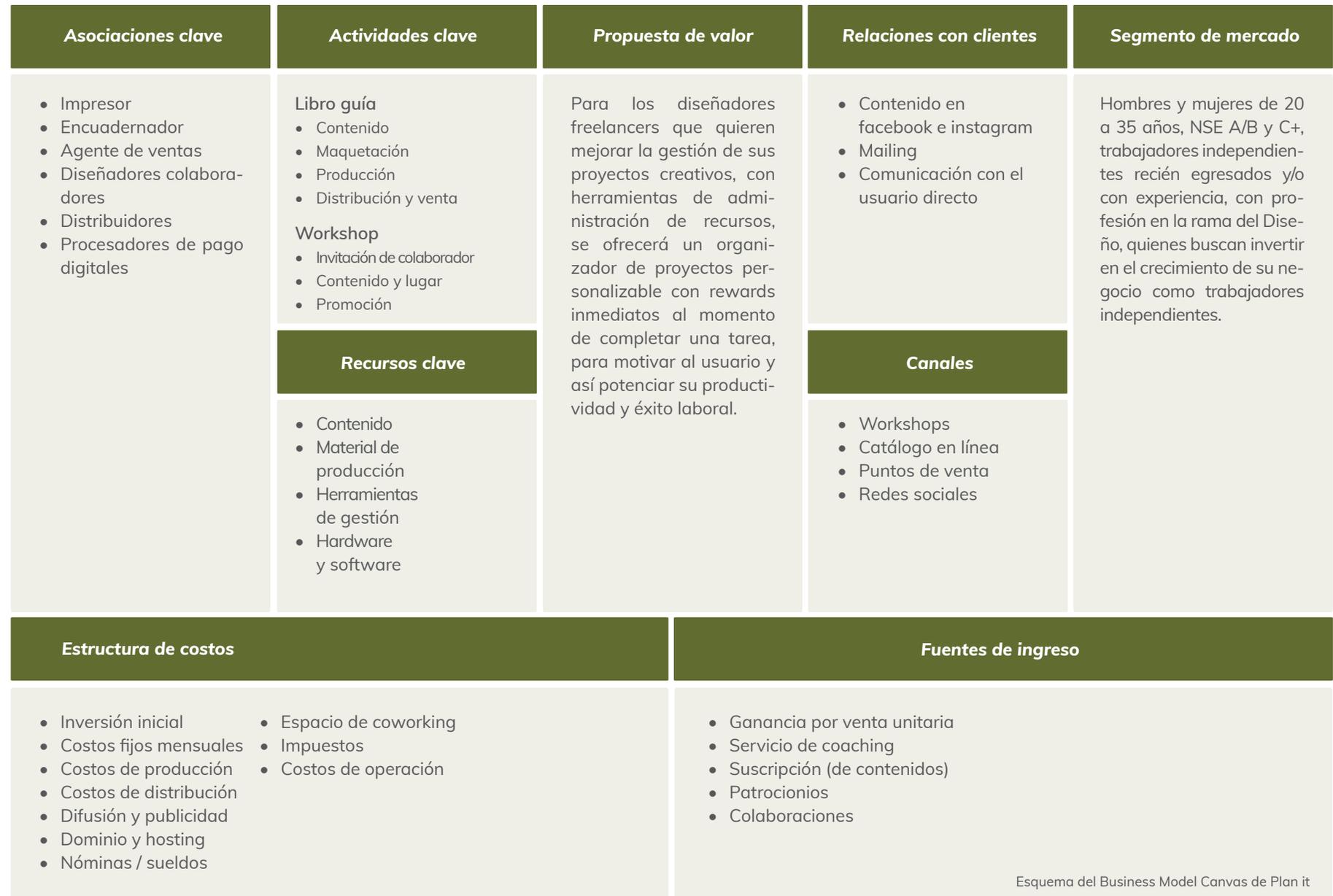
“*When something is
important enough,
you do it even if the
odds are not in your favor.*

Elon Musk

modelo y plan de negocios /

El Business Model Canvas es una herramienta diseñada por Alex Osterwalder en colaboración con Yves Pigneur, con el objetivo de visualizar cada parte de un modelo de negocios al plantear estrategias y objetivos para emprender de manera exitosa. Este canvas consta de 9 bloques donde se plantea cada una de las áreas clave para el funcionamiento de un negocio

Este modelo también funciona para descubrir una propuesta de valor que esté dirigida hacia el segmento de mercado deseado, para así cubrir las necesidades reales del usuario, construyendo dichas estrategias con cada área en mente. Asimismo, aquí se describe cómo una empresa crea, ofrece y captura valor a ella.



Esquema del Business Model Canvas de Plan it

costos /

Para los costos se visualizó una inversión inicial de \$145,892 que incluye los costos de producción de la primera edición del libro, así como el costo del proyecto de diseño tanto del libro como de la identidad corporativa de la empresa. En cuanto a los gastos fijos mensuales, se hará una aportación de \$13,556.66 cada mes los cuales incluyen gastos de operación y administración así como los gastos para cubrir dos workshops anuales. El precio de venta final del libro es de \$430 que incluye \$50 de envío nacional -por lo tanto se venderá como envío gratuito-. Habiendo determinado esto, se concluyó que el punto de equilibrio es de 37 unidades mensuales para cubrir gastos fijos y variables.

En la inversión inicial están contemplado la impresión de 1,000 piezas, por lo tanto si en un año se venden 444 piezas

para cubrir con los gastos fijos y variables mensualmente, restarán 556 piezas para vender al segundo año, de los cuales ya existirá una ganancia de \$239,080.

Inversión inicial	
• Registro de marca	\$3,000
• Equipo/tecnología	\$22,100
• Asesoría legal	\$800
• Papelería básica	\$3,912
• Inscripción en Workosfera	\$580
• Diseño producto e identidad	\$50,500
• Costo de producción	\$65,000
TOTAL	\$ 145,892

Costos fijos mensuales			
• Espacio coworking (Workosfera)	\$1,740	Workshop (2 talleres x año)	
• Transporte	\$1,480	• Lugar	\$500
• Contador (outsourcing)	\$800	• Sueldo colaborador	\$250
• Software (Adobe CC)	\$1,000	• Promoción adicional	\$208
• Dominio y servidor web	\$95	• Material	\$83
• Publicidad (Facebook)	\$800	TOTAL	\$ 1,041
• Bodega de inventario	\$600		
• Sueldo	\$6,000		
TOTAL	\$ 12,515	+ \$1,041.6:	\$13,556

Costos variables		Costo de venta	
• Cursos de actualización	\$3,500	• Producción	\$65
• Asesoría legal	\$800	• Operación	\$65
• Diseñador	\$3,000	• Intelectual (diseño e investigación)	\$250
		• Envío	\$50
TOTAL	\$ 7,300	TOTAL	\$430

Punto de equilibrio

(costo fijo / precio de venta - costo de producción)

$13,556.66 / 365 = 37$ unidades mensuales

$37 \times 12 = 444 - 1,000$ (un millar) = **556 unidades para el siguiente año**

$444 \times 430 =$ **\$190,920**

Esquemas de costos de la empresa en el primer año

proyecto de diseño /

Plan it tiene como propósito ser una guía para el usuario que tenga la necesidad de conocer herramientas de gestión y pueda aplicarlo a sus proyectos creativos. Es importante planear, estructurar y realizar distintas herramientas que puedan complementar un proceso de aprendizaje para el diseñador y de esta manera satisfacer sus necesidades.

Plan it es una empresa que busca ofrecer productos y servicios que vayan dirigidos al diseñador freelance para motivarlo y empoderarlo a emprender. A continuación, se describen las herramientas que engloban la marca y que serán realizados en la **primera fase** de este proyecto:

- **Libro guía**

Es la herramienta principal de contacto entre el usuario y el contenido que ofrecerá los conocimientos necesarios sobre gestión. Este libro guía se dividirá en tres secciones, donde la primera parte será para que el diseñador se conozca a sí mismo, defina sus propios objetivos así como su esencia. En la segunda parte, se planteará el modelo de negocios para que el resultado final sea un plan financiero tomando en cuenta los resultados de la primera parte. Por último, la tercera parte será un espacio para organizar y tener un seguimiento de proyectos, con la función de adaptarse a las necesidades del usuario.

- **Workshop**

Para generar un primer acercamiento a la marca y a las herramientas propuestas, se ha planeado impartir un workshop o taller donde un experto en el ámbito de diseño, freelance que tenga experiencia en negocios y emprendimiento, comparta sus conocimientos así como sus estrategias para la gestión de proyectos de diseño, de su administración financiera y la parte legal. Todo esto con el propósito de despertar interés por parte del usuario acerca del contenido del libro guía, de tal forma que motive al diseñador para comenzar a utilizar el libro guía y darle seguimiento.

Para la **segunda fase** del proyecto se pretende realizar la página web de propia de la empresa, que sirva como punto de contacto entre el cliente y el libro guía, así como con ciertos contenidos que se irán generando mediante colaboraciones con personas del gremio, interesados en compartir sus estrategias, métodos y experiencias.

Será importante generar la página web ya que, es el medio más viable para implementar un catálogo en línea donde

el usuario pueda comprar directamente el libro guía desde cualquier lado de la República Mexicana. No obstante, se proyecta que a largo plazo pueda traducirse el contenido al idioma inglés y por lo tanto, realizarse un envío internacional.

Por último, para la **tercera fase** del proyecto, teniendo en cuenta el éxito obtenido en las dos fases anteriores, se planea rediseñar el libro guía para implementar los rewards inmediatos (planteados en la propuesta de valor), de manera que el usuario tenga una motivación extra para utilizar la guía mientras gestiona sus proyectos de manera efectiva. Esto se podría lograr, buscando patrocinios de marcas que ofertan otro tipo de herramientas necesarias para los diseñadores freelance (pueden ser libros, hardware, artículos de papelería, etc.). Por otro lado, el servicio de coaching personalizado sería implementado para las personas que estén interesadas en obtener un plan mensual o anual para dar seguimiento a los proyectos deseados, junto con un experto del diseño y de gestión de proyectos, que ofrezcan asesorías personalizadas.

prototipos /

A continuación se visualizarán los prototipos definidos para la primera fase del proyecto, los cuales incluyen el prototipo final del libro-guía, aplicaciones de la identidad corporativa como tarjetas de presentación en sus diferentes versiones, hojas membretadas, folder, libreta de notas y una visualización de la página de facebook e instagram con la comunicación general de la marca.

Para la segunda fase del proyecto se plantea generar una página web para que sirva como catálogo en línea y en la tercera fase se proyecta llevar el libro-guía a una app con los contenidos así como productos de papelería propios de la marca.

Aplicaciones de identidad corporativa: tarjetas de presentación, folder y hoja membretada.





Maquetación de libro-guía



Portada versión naranja de libro-guía



Versión verde de libro-guía



Tarjetas de presentación versión horizontal y cuadradas



Versión horizontal de tarjetas de presentación



Libreta de notas

validación /

Se realizó una validación de la primera fase del proyecto, que constó de una prueba con usuarios del libro-guía en su versión digital para que pudieran evaluar desde los contenidos y herramientas propuestas hasta la composición editorial, tipográfica y el concepto general de la identidad corporativa de Plan it.

Se realizó la evaluación con 8 usuarios potenciales, siendo estos diseñadores egresados y laboralmente activos de manera independiente. Cada usuario tuvo la oportunidad de navegar por las páginas, leer el contenido, probar las herramientas e identificarse con el lenguaje general de la marca, siendo este un lenguaje coloquial, casual, divertido debido a que la informa-

ción tiende a ser un poco pesada. A nivel gráfico, cada uno tuvo comentarios pertinentes para hacer modificaciones necesarias que se corroboraron en las pruebas de impresión y posteriormente se hicieron los cambios para su reproducción adecuada.

Asimismo, los usuarios descubrieron varios insights de cómo complementar el proyecto a mediano y largo plazo. No obstante, en términos generales, fue una validación exitosa para la primera fase del proyecto y con el primer prototipo, concluyendo así que será necesario evaluar el libro-guía durante un periodo de tiempo prolongado para volver a evaluar la efectividad de las estrategias propuestas ya aplicadas en la vida laboral de los usuarios.

“Me gustó muchísimo. **La forma en que te comunicas**, “concéntrate, enfócate.. etc” **está súper padre**. Está muy muy **limpio**. Y como **sugerencia**, metería frases en grande como respiros.”

“Considero que la selección de la paleta de color es adecuada, ayuda a ir **segmentando los capítulos** además de connotar el **aspecto sobrio**.”

“Creo que tienes un proyecto que **puede crecer mucho**. O sea pensando que después puede evolucionar a una **app**.”

“Me parece interesante el uso de las texturas conformadas por la letra A. Me connota los **altibajos** que uno como **freelance** va teniendo a lo largo del **proceso de trabajo**”

“A nivel de composición y uso de las retículas me parece adecuada la propuesta. Es muchísima información y **se percibe ordenada lo que facilita la lectura y el recorrido visual**.”

“En cuanto a este formato, se me hizo **muy claro** y no te sientes aventado a estos retos, como usuario **te sientes guiado y acompañado..**”

“Me gustó bastante el editorial y el contenido siento que **está muy preciso**, me gustó!”

“La idea me parece genial, el hacer un planner que **va enfocado a freelancers se me hace genial**. Yo solo agregaría algún segmento de **proveedores** y recordatorio de pago a proveedores porque es lo que más se me olvida.”

conclusiones /

Conclusiones en relación con los objetivos

Tomando en cuenta que los objetivos fueron segmentados a corto, mediano y largo plazo, se puede concluir que durante esta primera fase del proyecto se cubrieron tanto el objetivo general como los objetivos específicos correspondientes a los que se definieron a corto plazo.

En primera instancia se diseñaron las herramientas que ayuden a potenciar los niveles de productividad de la comunidad creativa, sin embargo, este objetivo aún está en proceso de evaluación debido a que requiere tiempo para medir si realmente los niveles de productividad laboral, de

motivación y de gestión fueron los adecuados después de utilizar el libro-guía.

En cuanto al primer objetivo específico, sí se lograron identificar las necesidades de la comunidad creativa en cuanto a la gestión de proyectos de diseño, corroborando la problemática inicial y que efectivamente, existe esta necesidad por aprender dichas competencias de gestión y administración.

Para el segundo objetivo, se cubrió la necesidad de generar una estrategia de comunicación visual para dar a conocer los productos y servicios que Plan it ofrece, diseñando en primera instancia una identidad corporativa con aplicaciones pertinentes, herramientas y productos que sirvan

para dar a conocer la filosofía, misión y visión de Plan it, con un lenguaje adecuado para el segmento y público meta.

Y por último, se logró satisfactoriamente diseñar una herramienta de gestión de recursos como tiempo y dinero que cubriera las necesidades del diseñador freelance y que él mismo pudiera personalizar.

Conclusiones generales del curso y la carrera

Dimensión de Articulación Social (DAS)

A lo largo de mi carrera, descubrí el sentido real del diseño en la sociedad. Hoy creo firmemente que el diseño no es necesario, es inevitable, por tanto creo también que ser diseñador significa no sólo ejercer una profesión, sino tener una responsabilidad social para con los demás, de manera que, somos factores de cambio en la vida de quienes nos rodean. Identificarme con el sentido social del diseño ha sido una de las mayores motivaciones que he podido obtener para seguir desarrollando mis habilidades, mis virtudes y seguir aprendiendo de aquello que necesita tiempo y práctica para descubrir otras pasiones. Me siento muy afortunada de poder contar con dichos conocimientos para aportar y trascender, generando un bien común.

Dimensión de Formación Universitaria (DIFIU)

Estudiar en la Universidad Iberoamericana Puebla, terminó de forjarme como persona y me ayudó a descubrir otros valores im-

portantes para ser quien soy hoy en día. La filosofía jesuita es para mí, un pilar indispensable para seguir creciendo y aportando a una sociedad no sólo mis conocimientos, sino mi ilusión por **ser para los demás** y dar el Magis en todo aquello que pienso, ideo y creo. Transmitir de manera visual una solución, simultáneamente ayudando a los que más lo necesitan, es una misión de vida que he ido construyendo y cumpliendo gracias a los valores, principios y fundamentos que la Universidad me ha brindado a lo largo de mi carrera.

No creo ser una egresada más, sino una ciudadana preparada para ser mejor y dar lo mejor no sólo para mí, sino para los demás.

Dimensión de Formación Profesional (DFP)

Concluyo mi carrera ilusionada y con la seguridad de que tendré las herramientas suficientes para afrontar cualquier reto de la vida laboral. El diseño ha sido ese punto de contacto no sólo entre las ideas, soluciones y usuarios sino también entre otros diseñadores, enriqueciendo los proyectos y haciéndolos mucho más innovadores.

Este proyecto específicamente, me dio una perspectiva distinta a la que tenía antes de realizarlo. Ahora creo firmemente que tengo la capacidad de emprender un negocio de manera responsable y exitosa, siempre con un objetivo en mente y nunca dejando de lado a los demás.

referencias y bibliografía /

- **Adams, G. A., & Jex, S. M.** (1999). Relationships between time management, control, work-family conflict, and strain. *Journal of Occupational Health Psychology*, 1, págs. 72-77.
- **Adolfo Álvaro Martín.** (2015). HORIZONTE 2020: ¿esperanza o advertencia?. *Revista de estudios de juventud*, 108, 9-18.
- **Alegre, A. A.** (2013). Autoeficacia y procrastinación académica en estudiantes universitarios de Lima Metropolitana. *Propósitos y Representaciones*, 1(2), 57-82. doi: <http://dx.doi.org/10.20511/pyr2013.v1n2.29>
- **Alejandro Zetina Díaz.** (2011). *El Diseñador Gráfico independiente y sus clientes*. Argentina: Universidad de Palermo.
- **Alex Osterwalder, Yves Pigneur, Greg Bernarda, Alan Smith.** (2014). *Diseñando la propuesta de valor*. Estados Unidos: Deusto.
- **Claessens, B.J.C., van Eerde, W., Rutte, C.G., & Roe, R.A.** (2004). A Review of the Time Management Literature Perceived Control of Time: Time Management and Personal Effectiveness at Work (edt. Brigitte J.C. Claessens), *Printservice Technische Universiteit, Eindhoven*, págs. 9-35.
- **Davis, M. A.** (2000). Time and the nursing home assistant: Relations among time management, perceived control over time, and work-related outcomes. Paper presented at the Academy of Management, Toronto, Canada.
- **Eilam, B., & Aharon, I.** (2003). Students' planning in the process of self-regulated learning. *Contemporary Educational Psychology*, 28, págs. 304-334.
- **Forbes Staff.** (2014). *Diseño gráfico, ¿carrera prometedor?*. 2017, de Forbes México Sitio web: <https://www.forbes.com.mx/cual-es-el-panorama-del-diseno-grafico-en-mexico/>
- **Francisco Sáez.** (s.f). *¿Gestión del Tiempo o Autogestión?*. 2018, de FacileThings Sitio web: <https://facilethings.com/blog/es/self-management>
- **Fuschia Sirois and Timothy Pychyl.** (2013). Procrastination and the Priority of Short-Term Mood Regulation: Consequences for Future Self. *En Social and Personality Psychology Compass*(115-127). N/A: Blackwell Publishing Ltd.
- **Gautschi, T. F.** (1988). "Time Management: An Attitude or A Discipline?". *Tappi Journal*, 71 (7), pág. 199.
- **Haug, C and Uen J** (2012) Team Temporal Norm, perceived control of time, and employee adaptive performance: cross level moderation effects of temporal management practice. *Institute of Human Resource Management National Sun Yat-sen University*. Doctoral paper.
- **Juan Leonardo Inga Jaramillo.** (2016). *Desarrollo de un manual para el ejercicio profesional del diseñador gráfico freelance en la ciudad de Esmeralda*. Ecuador: Pontificia Universidad Católica del Ecuador.
- **Kristin Holmberg-Wright, Tracy Hribar, Jennifer Tsegai.** (2017). More Than Money: Business Strategies to Engage Millennial. *Business Education Innovation Journal*, 9, 14-23.
- **Lucía I. Zamora Rivera.** (2015). *¿Dónde están los baby boomers?*. 2018, de Forbes México Sitio web: <https://www.forbes.com.mx/donde-estan-los-baby-boomers/>
- **Macan, T.H.** (1994). Time management: test of a process model. *Journal of Applied Psychology*, 79, págs. 381-391.
- **Orlikowsky, W. J., & Yates, J.** (2002). It's about time: Temporal structuring in organizations, *Organization Science*, 13, págs. 684-700.
- **Paypal Latam.** (2018). [México] PayPal es el método preferido para pagos a freelancers. 2018, de Paypal Sitio web: <https://www.paypal.com/stories/latam/mexico-paypal-es-el-metodo-preferido-para-pagos-a-freelancers>
- **Richard Koch.** (2009). *El líder 80/20*. N/A: PAIDOS IBERICA.
- **Sana Azar.** (2017). Time Management Behaviors Sanction Adoption of Flexible Work Arrangements. *En Journal of Economic Development, Management, IT, Finance and Marketing* (12-24). Pakistan: Lahore School of Economics.
- **Sue Shellenbarger.** (2009). No Time to Read This? Read This. 2018, de The Wall Street Journal Sitio web: <https://www.wsj.com/articles/SB10001424052748704538404574541590534797908>

anexos /

Anexo 1. Ocean Blue

	Momentum Planners	Full Focus Planner	Productivity Planner	Freedom App	Trello	Rescue Time
Digital	●			●	●	●
Análogo	●	●	●			
Aplicación				●		
Página web					●	●
Gratis					●	●
Cuesta	●	●	●	●		●
Personalizable	●					
Incluye técnicas de concentración		●	●	●		●
Tracker productivo (tiempo)	●	●	●			●
Tracker financiero (dinero)						
Tracker de hábitos		●	●			
Portafolio/directorio clientes						
Organizador anual	●					
Organizador trimestral	●	●				
Organizador mensual	●					
Organizador semanal	●					
Organizador diario	●	●	●		●	
Reviews anuales						
Reviews mensuales						●
Reviews semanales		●	●			●
Coaching		●				
Herramientas complementarias						
Sistema de rewards		▼				

Anexo 2. Insights

Motivaciones (causa)
Soy freelance porque...

- veía que un trabajo que hacía en media hora o una hora pagaba prácticamente mi salario de un mes.
- empecé a ganar 4 veces más de freelance que en agencia.
- para tener propios tiempos y hacer otras cosas.
- gano el mismo dinero o más, por menos tiempo y horarios flexibles.
- ha sido la manera más rápida y sencilla de insertarme en el mercado laboral.
- puedo trabajar desde mi casa o cualquier otro lado y tengo libertad en mis horarios y tiempos de trabajo

How to creativo (estrategia de diseño)

- creo que una estrategia es indispensable para poder diseñar.
- la verdad nunca he pensado en mi proceso de diseño, simplemente diseño y ya.
- soy mucho más espontáneo que metódico pero creo que la estrategia es importante.

How to emprendedor (plan de negocios)

- Un plan de negocios es importante porque...
- para aprender a administrar mejor los ingresos.
- me da un mejor panorama a mí de lo que es mi trabajo, lo conozco pero siempre es bueno aterrizar todo para también saber qué mejorar y ser más profesional.
- tener más orden y control.
- un plan general a mediano o corto plazo puede ayudar a aclarar los pasos a seguir para conseguirlo, también a llegar a metas concretas.

Anexo 3. Detonantes

Motivar (causa)

- ¿Cómo puedo demostrar los beneficios económicos que tiene trabajar como freelance?
- ¿Cómo educar al diseñador freelance a ser autogestor de su negocio?
- ¿Cómo alentar a los diseñadores a emprender y crear su propio negocio?

anexos /

Compartir (informar)

- ¿Cómo puedo informar a otros diseñadores que el modelo de trabajo independiente es más conveniente hoy en día?
- ¿Cómo puedo compartir las herramientas necesarias para emprender un negocio de diseño?
- ¿Cómo puedo brindar información acerca de la gestión de recursos a los creativos?

Solucionar

- ¿Con qué herramientas puedo ayudar a un diseñador freelance a que su negocio prospere?
- ¿Cómo puedo comunicar la importancia de un plan de negocios en el ámbito creativo?
- ¿Cómo puedo lograr que el diseñador freelance llegue a ser autosustentable con su propio trabajo?

Anexo 4. Resultados Survey

¿Por qué eres freelancer o trabajador independiente?

11 respuestas

porque me gusta trabajar en donde sea con mis tiempos
Trabajo de las dos. En agencia medio tiempo y freelance el otro medio tiempo.
Empecé a ser freelance porque veía que un trabajo que hacía en media hora o una hora pagaba prácticamente mi salario de un mes. Y obviamente en la agencia no te suben de salario dependiendo de la carga de trabajo. Por eso empecé a ser freelance y empecé a ganar 4 veces lo que ganaba antes. No he dejado la agencia por qué también es algo estable.
Es un trabajo recurrente, las personas no se quieren involucrar con estudios.
Para tener propios tiempos y poder hacer otras cosas
Porque gano el mismo dinero o más, por menos tiempo y horarios flexibles
Por mi disponibilidad de tiempo
Porque ha sido la manera más rápida y sencilla de insertarme en el mercado laboral
Porque en mi trabajo no me pagan lo suficiente
Flexibilidad de tiempos y lugares

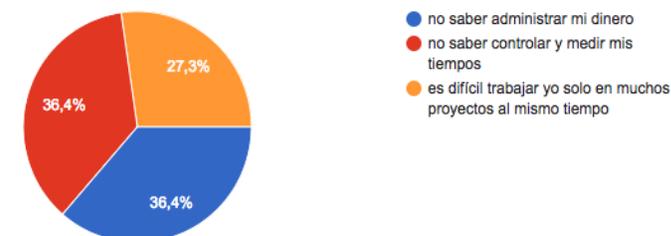
¿Qué es lo que más te gusta de ser un diseñador freelance?

11 respuestas



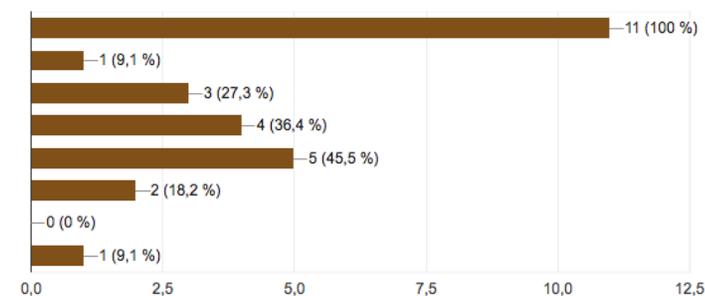
¿Cuáles son los retos más difíciles de ser diseñador freelance?

11 respuestas



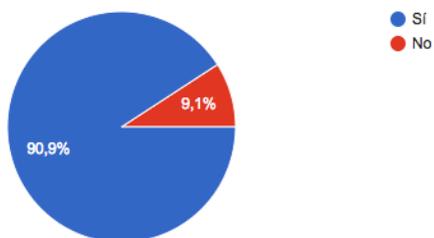
¿En qué tipo de proyectos o rama del diseño te gusta trabajar como freelance?

11 respuestas



¿Cuentas con una estrategia o metodología propia al momento de realizar un proyecto creativo?

11 respuestas



Describe paso por paso en qué consiste tu estrategia

10 respuestas

1. Hablar con el cliente y de sus necesidades 2. investigar 3. hacer tres propuestas después de varios bocetos

Me gusta que haya reuniones constantes con el cliente.

En una primera reunión platico que es lo que quiere. Y luego siempre pregunto cuál es el objetivo de esto. Para analizar si las piezas que el cliente solicita solventan la necesidad. Todo esto es verbal. Luego recomiendo estrategias que pueden manejarse.

Luego de esto hago un brief ya más estructurado. Y con base a eso defino objetivos clave. Que estos me ayudan a evaluar luego si se logra lo que se necesitaba.

Luego hago investigación de todo lo que tiene que ver con el cliente (ahí va competencia también), luego del tema porque obviamente uno como diseñador no conoce todos los temas y obviamente análisis del grupo objetivo. Esto siempre depende del presupuesto baja porque obviamente todo se cobra, pero a pesar de que no haya mucho dinero lo creo conveniente porque facilita el proceso de diseño.

Luego de esto se hace la estrategia completa de comunicación, se definen piezas, la forma en que deben implementarse etc. En este punto hago un cuadro con el contenido de material gráfico, Este lo llena el cliente con la info que llevarán las piezas (ingredientes, contenido neto por ejemplo) datos que obligatoriamente son proporcionados con el cliente.

Luego a esto hago conceptualización, hago varios procesos para elegir el concepto ideal, hago la codificación del mensaje, moodboard, visualización.

Luego boceto boceto, válido, boceto. Este es un proceso super iterativo.

Las propuestas elegidas se le presentan al cliente, usualmente hay fase de cambios. Y ya cuando aprueba se procede a preparar artes finales. (Y a cobrar 🍷)

Platicar con el cliente sobre lo que tiene en mente, para ser más claros contesta un brief, con base en el brief empieza la investigación, aclarar los conceptos que transmiten lo que se busca, bocetar, definir, revisión con cliente, correcciones, presentación.

Briefing, investigación, conceptualización, bocetaje, propuestas, entrega, cobro (a grandes rasgos)

Contactar cliente
Que me platicuen sus necesidades e ideas
Enviar cotización
Anticipo
Una vez aprobada empiezo el desarrollo del proyecto
Primera revisión
Correcciones
Entrega con justificación y liquidación

1. Contactar al cliente
2. Hacer cotización
3. Anticipo
4. Crear el brief
5. Desarrollo creativo
6. Entrega
7. Cambios
8. Entrega final y pago final

Contacto- análisis-brief- investigación- adaptación- boceto-materialización- revision-cambios y entrega

1. Entrevista con cliente
2. Brief
3. Investigación
4. Bocetaje
5. Desarrollo diseño
6. Desarrollo de aplicaciones
7. Entrega al cliente de las propuestas
8. Detalles finales
9. Entrega de originales/ impresiones/ digitales

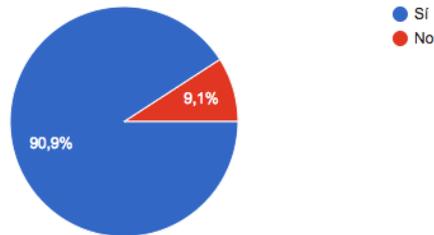
1. Reunirme con cliente,
2. Analizar problemas,
3. Plantear verdadero problema y enviar cotización,
4. Iniciar proyecto

primero escucho qué es lo que quiere el cliente, después le mando un brief para que responda y complemente la información que me dio anteriormente. pido un anticipo. a partir del brief empiezo a investigar su necesidad real, conceptualizo el proyecto en general. busco inspiración para empezar a plasmar mis ideas ya sea en papel o digital. mando tres propuestas, espero la retroalimentación del cliente. se hace el segundo pago. se hacen correcciones y finalmente preparo archivos finales para enviarlos y pedir el pago final

anexos /

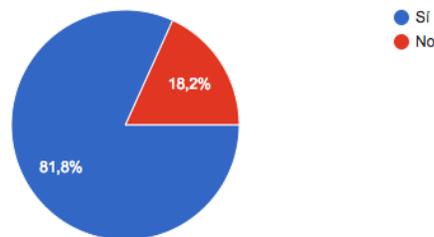
¿Te has encontrado procrastinando algún proyecto importante a pesar de que te guste mucho trabajar en él?

11 respuestas



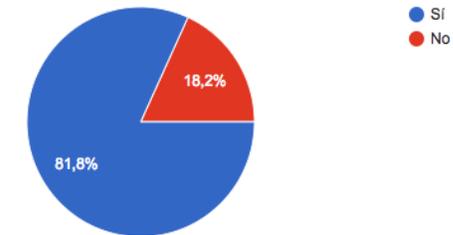
¿Sabes cuántas horas son realmente productivas para ti al momento de trabajar?

11 respuestas



¿Tienes alguna estrategia para concentrarte y ser productivo cuando realizas un proyecto?

11 respuestas



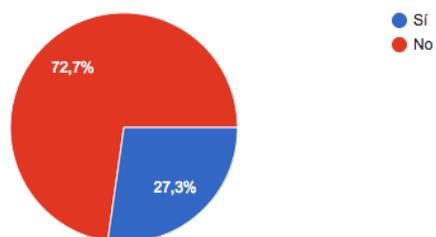
¿Cuál es?

9 respuestas

- escuchar música con audifonos
- Hacer listados y tenerlos siempre a la vista
- limitar mi tiempo un día antes de la entrega, preever en el deadline verdadero.
- Buscar inspiración, tener siempre música o comida, trabajar con alguien
- Horario de actividades
- mi motivación es simple, se basa en mis necesidades de vida
- Organizarme
- Escuchar música relax y desconectarme de las redes sociales, prender una vela.
- desconectarme de redes sociales, poner música, estar en MI escritorio

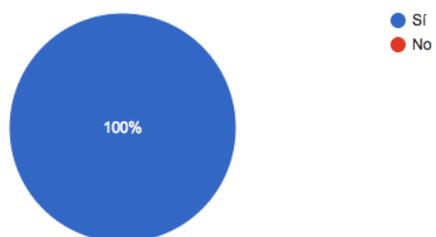
¿Cuentas con un plan de negocios* como diseñador freelance?

11 respuestas



¿Crees que es importante contar con uno?

11 respuestas



¿Por qué?

11 respuestas

- te da una meta a lo que quieres llegar
- Para aprender a administrar mejor los ingresos. Uno tiende a gastarse (o bueno, yo.) el dinero que hago em cosas personales: pagar l gas, el servicio del carro, pagar la u, el parqueo de la u, materiales, impresiones (para entregas de la u) comprar ropa, comida (mucho comida :))
- Me da un mejor panorama a mí de lo que es mi trabajo, lo conozco pero siempre es bueno aterrizar todo para también saber qué mejorar y ser mas profesional.
- Tener más orden y control
- Mayor flujo de clientes y mayor exposición
- Para tener mas independencia económica
- Porque un plan general a mediano o corto plazo puede ayudar a aclarar los pasos a seguir para conseguirlo, también a llegar a metas concretas
- La organización lo es todo
- Porque así se tiene un plan de contingencia y un colchón
- Porque son metas medibles que es importante tener

freelance. a guide
to how about

Plan it.

Se terminó de imprimir en mayo de 2018 en Puebla México. Para su composición se utilizaron las fuentes tipográficas Muli y American Typewriter. El tiraje constó de un ejemplar.

