

Dísogget

Costeando Diseño



Pontificia Universidad
JAVERIANA
Cali

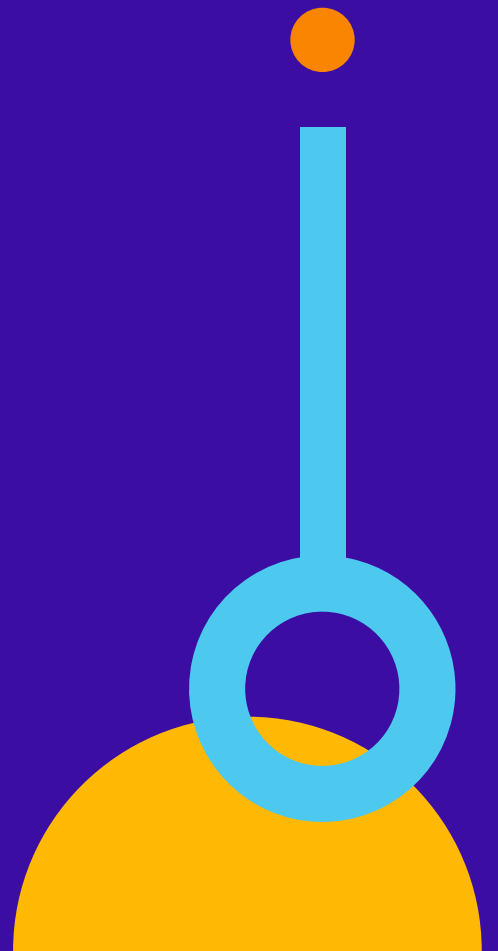
Diseño de Comunicación Visual

Departamento de Arte, Arquitectura y Diseño

Facultad de Creación y Habitat



*«La información solo es útil cuando es comprendida.»
— Muriel Cooper*



Isabella Valencia Guzmán

Énfasis en Marca, Doble Programa con Negocios Internacionales

Asesor Mg. Jhoiner Cuéllar

El costeo en el diseño

Título del proyecto

Disoget, Costeando Diseño

Título del proyecto de investigación

Producto gráfico para mejorar los conocimientos sobre tiempos, costos y presupuesto del proceso de diseño de proyectos de marca, en estudiantes de diseño de la PUJ en el 2023.

2023-1, Séptimo Semestre



Fortalecimiento de conocimientos en tiempo, costos y

presupuestos para diseñadores



Agradecimientos

Quisiera agradecer especialmente a las siguientes personas que hicieron posible esta investigación. En primer lugar, les agradezco a mis padres que siempre me han brindado su apoyo incondicional para poder cumplir todos mis objetivos; los que con su cariño, me han impulsado siempre a perseguir mis metas y a enseñarme que a pesar de las adversidades que enfrente nunca las abandone.

A mis amigos, especialmente a Dani, Ari, Pau, Isa, Aleja, Juanes y Juan Camilo por estar ahí, cada que sentía que no lo iba a poder lograr, gracias por sus consejos y las horas compartidas durante el desarrollo de este proyecto.

A mi asesor, Jhoiner Cuéllar, por guiarme y orientarme en este proceso, a mis profesores Ángela Sánchez, Diego Bermúdez, Diego Narváez y Claudia Barrios por brindarme herramientas y recursos para el desarrollo de esta investigación, a todos los profesores del comité de proyecto por cada consejo, recomendación y comentario que me ayudó a seguir construyendo Disoget hasta este momento.

Tabla de Contenido

Introducción	4
Planteamiento del problema	5
Pregunta problema o de investigación	7
Objetivo General y Objetivos Específicos	7
Justificación	8
Aliados	9
Perfil del Usuario	9
Marco Referencial	10
Benchmarking	14
Marco metodológico de investigación	20
Requerimientos de Diseño	25
Análisis de Resultados	26
Producto	30
Validación	38
Conclusiones y Recomendaciones	42
Referencias	43
Anexos	46



“ Introducción

Este proyecto nace con la necesidad que tienen los diseñadores de saber constantemente cómo pueden realizar sus presupuestos y cuáles son los factores que deben tener en cuenta a la hora de realizarle un cobro a sus clientes, debido a que no se sienten lo suficientemente preparados para salir al mercado laboral. Según autores como Salanova (2015), los diseñadores trabajan para sobrevivir, todo esto porque han tenido que bajar los precios que cobraban o porque no lo saben hacer y aunque existan tarifarios para establecer una línea base para dicho cobro, éstas no garantizan que lo estén haciendo de manera adecuada. El **tema** es el fortalecimiento de los conocimientos en tiempo, costos y presupuestos para los diseñadores y el **objetivo del proyecto** es plantear una estrategia de comunicación visual como un modelo para mejorar los conocimientos sobre tiempos, costos y presupuesto del proceso de diseño de proyectos, en estudiantes de diseño de la PUJ en el 2023.

La presente investigación se realizó de acuerdo al diseño metodológico basado en el “DCU” (Diseño centrado en el usuario) y la de Bruno Munari porque por medio de estas se puede conocer a mayor profundidad las necesidades que tiene el usuario.

Debido a lo anterior, es por lo que nace este proyecto, que busca empatizar y responder a esta necesidad que tienen actualmente los diseñadores que están a punto de graduarse como los recién egresados.

Planteamiento del problema

Alrededor del diseño gráfico constantemente los diseñadores se plantean acerca de cómo realizar sus presupuestos y cuáles son los factores que se tienen en cuenta a la hora de realizar dicho cobro, de acuerdo a las palabras de Calvo (2016) estas son solo algunas dudas que el diseñador se realiza ante su primer presupuesto, en donde es imposible aplicar tarifas sin saber el tiempo que toma realizar los proyectos. En algunas partes del mundo como en España, Ecuador y Estados Unidos, desde el punto de vista de Salanova (2015), los diseñadores actualmente trabajan para sobrevivir, debido a que han tenido que bajar los precios que cobraban o simplemente por el hecho de que las nuevas generaciones no lo saben hacer, a pesar de que se hayan creado tarifarios para establecer una línea base para dicho cobro, estas no garantizan que lo estén haciendo de manera adecuada.

Hay autores como Porras (2019) que plantean que se debe tener en cuenta dentro del medio profesional algunos aspectos como lo son:

Un diseñador profesional debe estar lo suficientemente seguro del valor de su trabajo, ya que en el presente el presupuesto diseño gráfico varía de acuerdo a las características de éste. Sin embargo, cuando se inicia un diseño se debe tomar en cuenta los costos básicos del mismo ya que todo tiene un valor, también la capacitación, los estudios y el tiempo empleado lo tienen. (Porras, 2019)

En Colombia de acuerdo al trabajo de grado de Vargas & Avendaño (2014), ellas realizaron un estudio donde usaron dos criterios: el tipo de competencia y la información en economía y finanza, para medir la variable que se estableció en el plan de prueba (Tabla 1), donde participaron 410 estudiantes de primer y segundo semestre de una institución universitaria de Bogotá (237 de jornada diurna y 173 de nocturna), con edades comprendidas entre 16 y 39 años, un promedio de 21 años y una desviación estándar de 4 años.

TABLA 1
Plan de prueba

Competencia	Categorías Orientadoras				Total ítems	%
	Macro-economía	Globalización	Finanzas	Derechos del Consumidor Financiero		
Solución de Problemas	2	1	10	2	15	60
Interpretativa	5	1	2		8	32
Argumentativa	2				2	8
Total ítems	9	2	12	2	25	100
%	36	8	48	8	100	

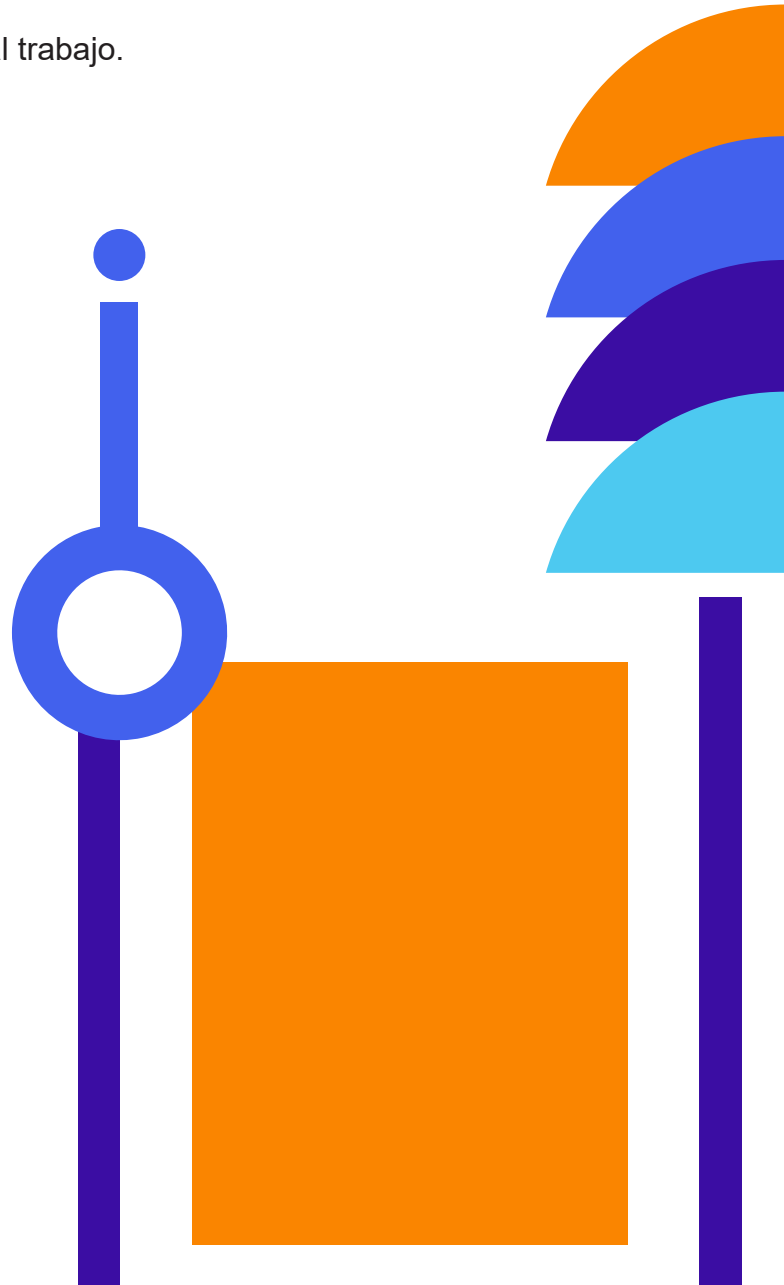
Fuente: Tesis de Mónica Vargas Prieto y Bertha Lucía

Avendaño Prieto

Es importante mencionar que los estudios previos que se han realizado y tenerlos como referencia pues tienen relación con el tema; se utilizó una metodología de enfoque cualitativo y alcance descriptivo, donde se realizaron tres entrevistas a profesionales del Diseño Gráfico, que permitieron evidenciar que se contrata con mayor facilidad a los diseñadores que tienen poco conocimiento o cobran poco. Con este estudio se concluye que los profesionales en esta área no son contratados y en su lugar contratan personas Empíricas. (Borja-Villalba, 2018, p.21)

En las palabras de Bonwell & Eison (1991), cuando se realizan actividades por medio del aprendizaje activo, se pueden desarrollar habilidades de orden superior, así como lo es análisis, síntesis, aplicación, explicación y evaluación por otro lado, acorde a las palabras de Silva, Macedo, Teixeira, Lanzer & Graziani (2017) el aprendizaje activo genera que se obtenga una mayor comprensión de los conceptos teóricos adquiridos durante la vida académica que se aplicaran más adelante en situaciones profesionales cotidianas, es decir que cuando ingresen al mercado laboral, si cuentan con un conocimiento sobre economía y finanzas se logra tener una línea clara y concisa para valorar el trabajo que estén realizando.

Mientras tanto en el Valle del Cauca, en Cali más específicamente muchos estudiantes se guían más que todo por los tarifarios, pero este al ser solo una base para los cobros, no garantiza que los estén usando de la manera adecuada, por ende se pretende, entonces, ayudar a dar a conocer sobre la importancia, de dar a conocer durante la formación académica sobre los conocimientos básicos de finanzas, lo cual ayudará a saber cómo manejar el mercado laboral, teniendo en cuenta unas directrices claras de cómo darle valor al trabajo.





Pregunta problema o de investigación

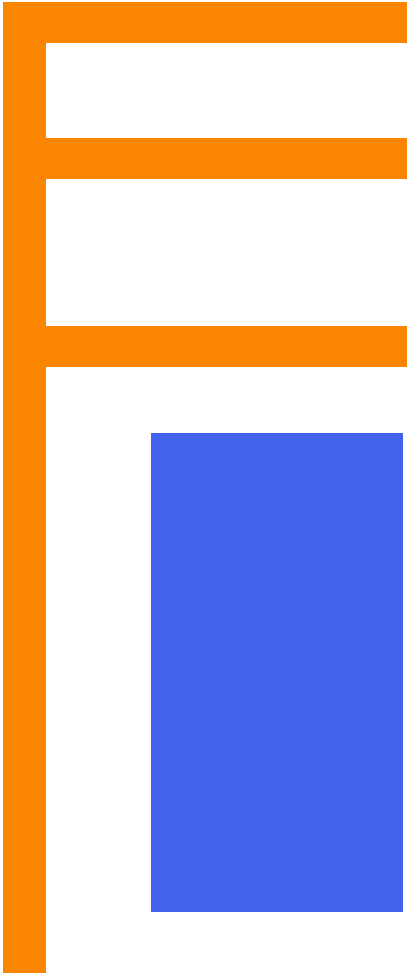

¿Cómo mejorar los conocimientos sobre tiempos, costos y presupuesto del proceso de diseño de proyectos, en estudiantes de diseño de la PUJ en el 2023?



Objetivo General y Objetivos Específicos

Plantear una estrategia de comunicación visual como un modelo para mejorar los conocimientos sobre tiempos, costos y presupuesto del proceso de diseño de proyectos, en estudiantes de diseño de la PUJ en el 2023.

Específicos

- 
- Caracterizar tiempos, costos y presupuestos del desarrollo de proyectos de diseño del mercado
 - Reconocer la percepción actual de los estudiantes y egresados de la Facultad sobre costos y presupuesto en proyectos de diseño
 - Diseñar un sistema que permita enseñar tiempos, costos y presupuesto de un proyecto de marca.
- 



“ Justificación

De acuerdo a las investigaciones realizadas se ha demostrado que los diseñadores no cuentan con las bases sólidas para cobrar por un trabajo o proyecto que se encuentren realizando, a pesar de contar los tarifarios estos siguen siendo una guía. Este declive coincide con la percepción que tienen, incluso aun las personas sobre el diseño.

Por esta razón, se ha propuesto mejorar los conocimientos sobre tiempos, costos y presupuesto del proceso de diseño para que así los diseñadores sepan darle un valor a su trabajo. Para llevar a cabo esta investigación nos permitiría dos cosas: por un lado, detectar una de las causas posibles del problema. Por el otro lado, generar por medio del diseño una nueva estrategia para así atender a las necesidades de los diseñadores.

Aliados

Mambo Studio

Mambo Studio, se encuentran ubicados en la Calle 16 Norte # 9n-10, Edificio centro granada - Oficina 402, Cali, Valle del Cauca

Mambo es una agencia de video marketing, que se encuentra en el mercado desde el año 2013, esta agencia se encuentra enfocada en ayudar a las compañías a lograr sus metas a través del video centrado en las historias. La persona con la que se ha establecido comunicación es con Juan Manuel Duque, quien es el CEO de Mambo Studio



Perfil del Usuario

Estudiantes y Egresados de Diseño de Comunicación Visual

Toda esta investigación se encuentra principalmente dirigida a los estudiantes de la carrera de Diseño de Comunicación Visual de la Pontificia Universidad Javeriana Cali que tengan entre 17-25 años, sin hacer discriminación de género, estudiantes con estrato económico entre 3 y 6, además, que se encuentren en sus últimos semestres de la carrera o que sean egresados de la misma. Los diseñadores de comunicación visual son pensadores creativos altamente capaces de resolver problemas de comunicación mediante soluciones visuales inteligentes, claras y atractivas. Es un creador de expresiones originales que genera propuestas novedosas de identidad visual, lo que lo hace capaz de llevar el diseño de una organización de forma estratégica.





Marco Referencial



“Marco Referencial

A continuación, se presentarán los pilares teóricos y conceptuales los cuales enmarcan esta investigación, además de presentar los antecedentes con objetivos que tienen una afinidad con el proyecto. Por ende, este marco de referencia se utiliza con la finalidad de encontrar las ideas o pistas claves para de esta manera darle una solución al problema planteado, teniendo en cuenta el contexto del problema, las necesidades y estrategias para así satisfacer dichas necesidades.

Marco Contextual

Dentro de este marco es importante destacar que todo el proyecto estará desarrollado dentro de la Pontificia Universidad Javeriana Cali, que a continuación se describe:

Pontificia Universidad Javeriana Cali

La investigación se desarrollará con los estudiantes y egresados del programa de Diseño de Comunicación Visual fundado en 2008 en la Pontificia Universidad Javeriana Cali, perteneciente a la Compañía de Jesús fundada en 1970. Se encuentra ubicada en la ciudad de Cali, Valle del Cauca, Colombia en la Calle 18 No. 118-250. El programa pertenece a la facultad de Creación y Hábitat, con más de 2500 estudiantes. Cuenta con ocho semestres de formación profesional los cuales permiten a los estudiantes desarrollar sus competencias y llevarlas a un entorno profesional para ejecutarlas de la manera adecuada. El programa de Diseño de Comunicación Visual aparte de la creación de imágenes, se enfoca en realizar un trabajo de análisis, organización y definición de métodos para crear soluciones integrales que impacten positivamente en la sociedad (Pontificia Universidad Javeriana Cali, s.f). La investigación se encuentra centrada en los estudiantes y egresados del programa académico.

Marco Teórico

Para desarrollar la investigación de este proyecto, se van a tener en cuenta unos conceptos claves, los cuales se encuentran relacionados al trabajo académico para el desarrollo autónomo, por ende, es necesario plantear los límites de la investigación que funcionen como los ejes conceptuales sobre los cuales se podrá conocer de forma correcta la temática.

Diseño

Según Campi (2020), el diseño es una profesión que se debe tomar con seriedad, debido a que las actividades realizadas por la misma han generado una cultura visual innovadora, que se ha sabido diferenciar de lo artístico.

Procesos de Comunicación y Diseño

Para definir los procesos de comunicación y diseño, la autora Tavera (2021) plantea que como bien es conocido el diseño puede ser encontrado en todas partes, además de tener una gran importancia debido a cómo esta influye en la vida de las personas, por lo cual genera que se faciliten los procesos de comunicación.

Marca

Según la superintendencia de industria y comercio una marca se encuentra dentro de la categoría de signo distintivo que tiene como finalidad identificar los productos o servicios de una empresa o empresario. También podemos encontrar que la autora Giraldo (2016) plantea que una marca es la forma en la se identifica, más que todo cuando se habla de los aspectos comerciales, es decir, la identidad simbólica de una empresa, producto o servicio.

Proyecto de Marca

De acuerdo a la autora Muñoz (s.f) plantea que para realizar un proyecto de marca es necesario pasar por ciertas fases, debido a que al ser procesos largos y por ende complejos se intenta reducir las tareas lo máximo posible que ayudar a que la marca tenga éxito, además que se debe hacer un estudio de todo lo que la rodea, para así poder continuar con el proyecto.



Costos y presupuestos

De acuerdo al autor Sandino (2017) los costos son todos los egresos en los que una empresa incurre para la producción, comercialización y distribución de todos sus bienes y o servicios. Mientras que los presupuestos son definidos como la determinación y asignación de aquellos recursos que son requeridos para lograr los objetivos de una empresa.

Valor del diseño

Podemos encontrar que el autor Rodríguez (2015) plantea que el diseño es un medio para de esta manera poder incrementar el valor de empresas, objetos o informaciones, pero cabe resaltar que muchas veces lo ven por el lado económico, el valor es uno de los parámetros con los que el usuario o consumidor tienen sobre algún objeto, servicio o de un diseño de información visual. Además, el autor Hernández (2020) plantea que para darle un valor al diseño es necesario pensar de manera anticipada la experiencia que van a tener el usuario o las personas, para así de esta manera ponerse en el lugar de ellas a la hora de crear o tomar decisiones sobre el producto o servicio que se va a ofrecer.

Reconocimiento del diseño

De acuerdo a la autora Pacheco (2018) el diseño con el paso de los años ha ayudado a transformar el mundo, así como también se ha vuelto parte del día a día de las personas, esto es debido a que cada producto que se conoce, contiene un color, forma, tipografía y todo lo que compone un diseño, esto se puede encontrar en el producto. Por tal motivo es importante el papel de un diseñador en la vida diaria, porque sin él, no se podría plasmar las ideas de todas las personas que buscan transmitir un mensaje a través de una serie de diseños.

Por otro lado, los autores Gómez & López (2020) plantean que para el reconocimiento del diseño para formar a ser parte de la comunicación el concepto se amplía, además que uno de los objetivos que tiene el diseñador es que el diseño de soluciones a situaciones por medio de la comunicación.

Modelos de negocios

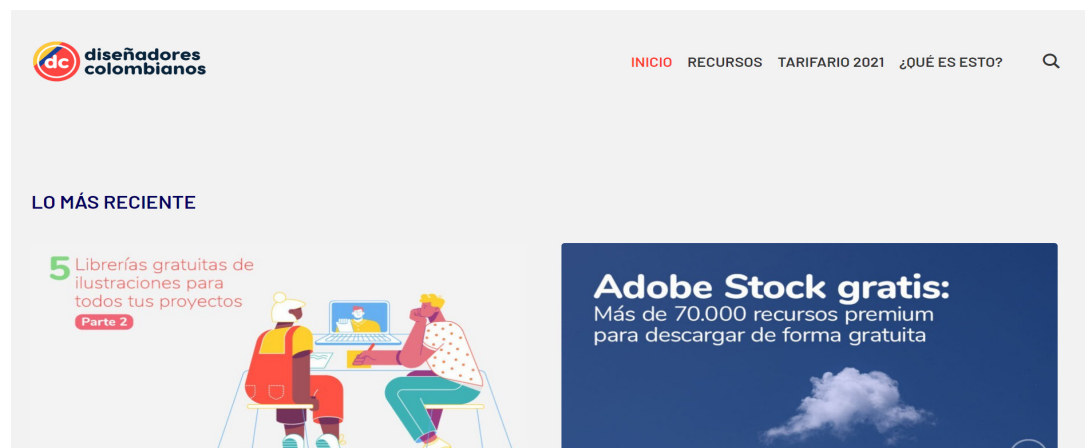
De acuerdo a los autores Redacción Emprendedores (2021) los modelos de negocios son herramientas previas al plan de negocio, el cual le permitirá tener una claridad de que se va a ofrecer al mercado, de qué manera lo va a hacer, a quién se lo va a vender, cómo se lo vas a vender y de qué forma va a generar ingresos. Por ende, es una herramienta de análisis la cual permitirá saber cómo empresa quién eres, cómo lo haces, a qué coste, con qué medios y qué fuentes de ingresos se van a tener.

“ Benchmarking

La siguiente herramienta es importante para el documento, debido a que se puede realizar una comparación en los diferentes sectores, empresas o instituciones que abordan las mismas variables de investigación de un proyecto como este. Dentro del benchmarking encontramos que este puede ser sectorial y no sectorial

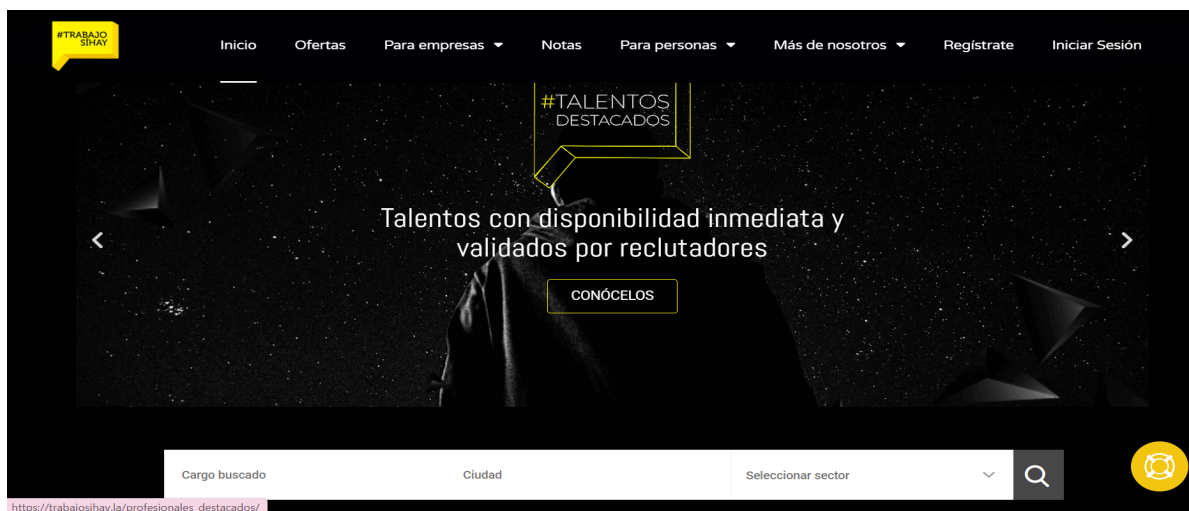
- ❖ Diseñadores colombianos es una plataforma la cual tiene como objetivo mejorar la comunidad y el panorama creativo dentro de Colombia, con el fin de presentar el talento colombiano sin importar el área creativa en la que se desempeñen en el mercado, se relaciona con el proyecto debido a que ofrece una base tarifaria para que los usuarios se guíen en base a esta a la hora de cobrar por un proyecto. Inicio. (2023, 5 enero). Diseñadores Colombianos.

<https://www.disenadorescolombianos.co/>

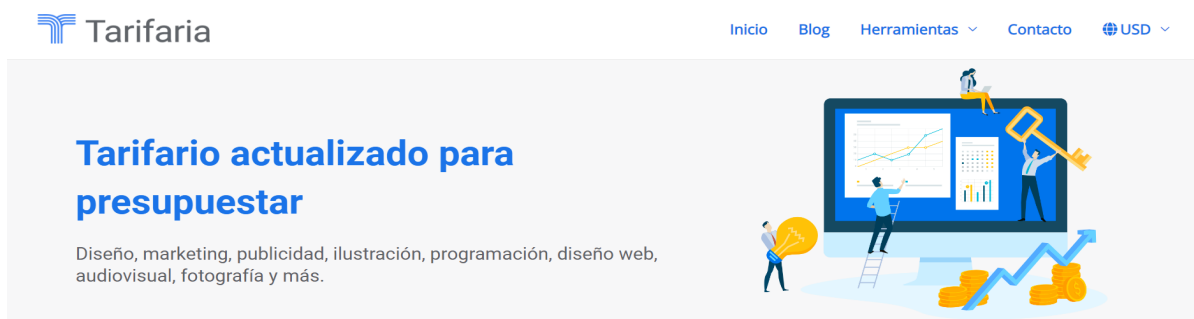


The screenshot shows the website 'diseñadores colombianos' with a navigation menu including 'INICIO', 'RECURSOS', 'TARIFARIO 2021', and '¿QUÉ ES ESTO?'. Below the navigation, there is a section titled 'LO MÁS RECIENTE' featuring an article titled '5 Librerías gratuitas de ilustraciones para todos tus proyectos Parte 2' and a promotional banner for 'Adobe Stock gratis' with the text 'Más de 70.000 recursos premium para descargar de forma gratuita'.

- ❖ #Trabajo Sí Hay es una plataforma muy completa la cual tiene como objetivo apoyar a todos los creativos de Colombia para que te puedas establecer como profesional dentro del sector y así tener un concepto de cómo cobrar tu trabajo. Esta plataforma se encuentra relacionado con el proyecto debido a que ofrece una base tarifaria para que los usuarios se guíen en base a esta a la hora de cobrar por un proyecto. #TrabajoSíHay. (2023, 18 febrero). Bienvenidos. TrabajoSíHay. <https://trabajosihay.la/>



- ❖ Tarifaria es una plataforma la cual cuenta con herramientas que te ayudarán a tener una referencia a la hora de presupuestar y cobrar por su trabajo, y también a clientes que buscan saber cuánto pagar por estos servicios. Esta plataforma se encuentra relacionado con el proyecto debido a que ofrece una base tarifaria para que los usuarios se guíen en base a esta a la hora de cobrar por un proyecto. T. (2022, 2 noviembre). Tarifaria | Lista de precios de diferentes servicios. Tarifaria. <https://www.tarifaria.com/>



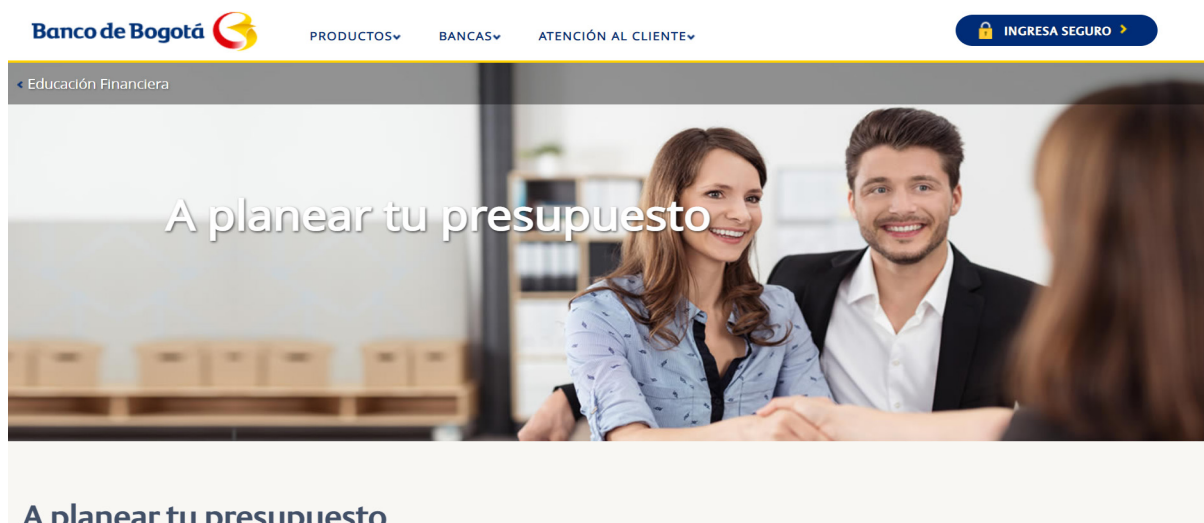
Listado de precios

Recuerda que estos precios son montos de referencia para ayudar a profesionales a presupuestar y cobrar por su trabajo, y también a clientes que buscan saber cuánto pagar por estos servicios. Cada proyecto debe ser presupuestado basado en sus

- ❖ Tributi es una plataforma de una entidad financiera, la cual tiene como objetivo ayudar al usuario a planear cuánto dinero de sus ingresos destinarán a cada una de tus necesidades, obligaciones, impuestos, gastos y ahorro con nuestro simulador de Planeación de Presupuesto. Tributi S.A.S. (s. f.). Planea tu presupuesto y finanzas (plantilla gratuita). <https://www.tributi.com/finanzas-personales/planeador-de-presupuesto-y-finanzas-personales>



- ❖ Banco de Bogotá es una entidad financiera dentro de la cual cuenta con una categoría dentro de su plataforma la cual se llama educación financiera, de esta forma buscan ayudar a su usuario planear con anticipación sus ingresos y gastos para lograr sus metas, convirtiéndolo en un hábito. Bogotá, B. de. (s. f.). A planear tu presupuesto. Recuperado 28 de febrero de 2023, de <https://www.bancodebogota.com/wps/portal/banco-de-bogota/bogota/educacion-financiera/articulos-educacion-financiera/presupuesto-personal/a-planear-tu-presupuesto>



- ❖ Banco AV Villas es una entidad financiera donde dentro de la misma subió una guía para que sus usuarios conozcan mejor sus ingresos y gastos en un tiempo determinado te permite identificar en qué estás gastando el dinero y conocer cuánto puedes ahorrar para el cumplimiento de tus metas. Villas, A. V. (s. f.). 5 pasos simples para construir tu propio presupuesto. Banco AV Villas. <https://www.avvillas.com.co/avvillas/contenidos/Aprender-sobre/construir-presupuesto>

The screenshot shows the top navigation bar of the Banco AV Villas website with the logo and buttons for 'BANCA VIRTUAL' and 'REGÍSTRATE'. Below the navigation bar are links for 'La Sala', 'Beneficios durante la coyuntura', 'Aprende a usar AV Villas Digital', and 'Tómate un café y entérate'. The main content area features the title '5 pasos simples para construir tu propio presupuesto' with social media icons for Facebook, Instagram, and YouTube. A sub-header reads: 'Saber cuáles son tus ingresos y gastos en un tiempo determinado te permite **identificar en qué estás gastando el dinero y conocer cuánto puedes ahorrar** para el cumplimiento de tus metas.' The author is listed as 'Por: Jorge Enrique Fajardo'. A 'CHAT' button is visible in the bottom right corner.

Sectorial


	Plataformas o Aplicaciones	Comunicación	Diseño Visual	Interfaz del Usuario	Total
	5	4	3	4	16/20
	5	5	4	5	19/20
	4	3	3	4	14/20
Total	14/15	12/15	10/15	13/15	

Para la plataforma diseñadores colombianos dentro de los criterios que se usaron, se puede observar como en el primero que es el de plataformas o aplicaciones, funciona muy bien debido a que la información que contiene es clara y fácil de entender, en cuanto a comunicación aunque es muy asertiva parece que deberían organizar mejor la información debido a que en sus tarifas siguen apareciendo primero las del año pasado 2022, de igual manera en la parte de diseño visual, podría mejorar para que sea un poco más llamativa y en cuanto a las experiencias aunque muchos usuarios les gusta el funcionamiento de la plataforma, existen otros que discrepan en cuanto al manejo de las tarifas.

Por otro lado, en la plataforma #Trabajo Sí Hay, dentro de sus criterios, se puede observar que, en plataformas o aplicaciones, funciona muy bien debido a que se encuentra bien categorizado permitiendo que el usuario que ingrese pueda encontrar toda la información que necesita, además de que es clara y fácil de entender, del mismo modo la plataforma cuenta con ofertas laborales para cada sector. En la parte de diseño gráfico es muy acertada pues refleja los valores de la plataforma y en las experiencias todas son muy satisfactorias. Mientras que dentro de la plataforma Tarifaria podemos encontrar dentro de los criterios, en cuanto a comunicación la información es muy completa, pero podría mejorar en cuanto a la organización de la misma, así mismo en la parte de diseño gráfico podría mejorar para que llame la atención de los usuarios de la página y en las experiencias la plataforma podría mejorar.

No Sectorial

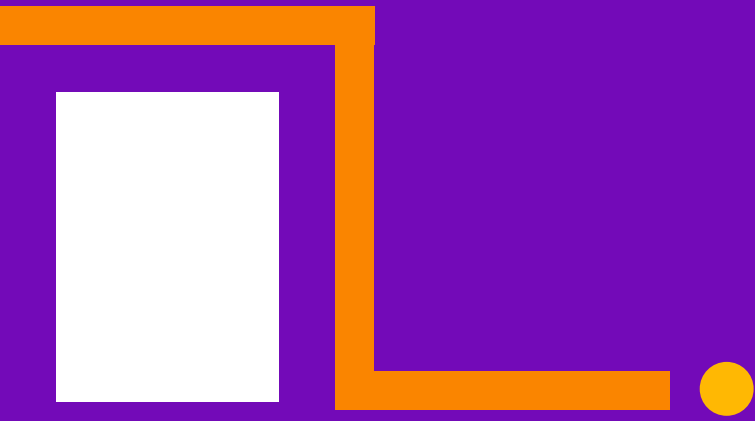
	Plataformas o Aplicaciones	Comunicación	Diseño Visual	Interfaz del Usuario	Total
	5	3	3	4	15/20
	5	4	3	4	16/20
	5	4	3	4	16/20
Total	15/15	11/15	9/15	12/15	



Dentro de los referentes no sectoriales podemos encontrar plataformas como la de Tributi al ser una plataforma de una entidad financiera cuenta con mucha información de este tipo, por ende, va a ser muy completa y clara, eso sí para personas que tengan más conocimiento de estos temas, por el lado de diseño visual si podría mejorar pues al contener mucha información puede generar que las personas se cansen de ver tanta información y en las experiencias de los usuarios todas han sido buenas.

Mientras que la plataforma del Banco de Bogotá, además de contar con los servicios que ofrece normalmente, cuenta con una “categoría” la cual se encuentra denominada como educación financiera, que ayuda a los usuarios a planear su presupuesto, de igual forma al ser información de una entidad financiera es muy completa y clara de entender, en cuanto a diseño visual podría mejorar para que sea más amigable con los usuarios y en las experiencias por parte de los usuarios han sido buenas.

Así mismo en la plataforma del Banco Av. Villas, se encontró un artículo donde te dan unos pasos para que puedas construir tu presupuesto, la información que brinda es clara y entendible debido a que es dada por una entidad financiera, en cuanto a su diseño visual puede ser mejor para que sea más amigable con el usuario y en las experiencias por parte del usuario han sido buenas.



Marco Metodológico





Marco metodológico de investigación

A continuación, dentro en este apartado se presenta el diseño metodológico que busca dar solución a los objetivos específicos.

Tipo de investigación

En este apartado encontraremos el tipo de investigación que se usará en el proyecto, donde podemos ver que se refiere al grado de profundidad con que se aborda un objeto o fenómeno. De este modo podremos ver qué tipo de investigación trata esta investigación, la cual se puede clasificar en:

- ❖ Investigación descriptiva, de acuerdo al autor Baher (2008) plantea que este tipo de investigación sirve para analizar cómo es y cómo se manifiesta un fenómeno y los componentes que lo rodean; los cuales permiten precisar el fenómeno que se está estudiando por medio del estudio de uno o más de sus propiedades. Es importante dentro del proyecto porque permitirá estudiar y analizar todo aquello que rodea el tema que se está desarrollando.
- ❖ Investigación explicativa, de acuerdo al autor Baher (2008) plantea que por medio de este tipo de investigación se busca encontrar las razones o causas que ocasionan ciertos fenómenos, cuyo objetivo al final es explicar por qué ocurre cierto fenómeno y las condiciones en que se dan. Es importante dentro del proyecto porque de esta manera se puede identificar las razones o causas por las cuales los usuarios del proyecto se encuentran pasando dentro del tema, así como las condiciones en las que este se presentan.

Enfoque de investigación

Para el desarrollo de la investigación se usará un enfoque cualitativo y cuantitativo, por ende, será con enfoque mixto, el cual cuenta con la definición de:

- ❖ El enfoque mixto de acuerdo a los autores Medina, Quintero & Valdez (2013) plantean que es un proceso que recolecta, analiza y vincula tanto datos cuantitativos como cualitativos en un mismo estudio o en una serie de investigaciones para responder al planteamiento. Es importante para el proyecto porque en esta investigación, se tiene que, conocer a los usuarios, las percepciones y situaciones sobre el tema, hay que adentrarse en la realidad de estos usuarios y cómo viven día a día en el desarrollo de sus actividades académicas o en el campo laboral.

Herramientas de investigación

Las herramientas que se van a usar durante el desarrollo del proyecto son:

- ❖ Entrevista que de acuerdo al autor Baher (2008) es una herramienta que busca formular preguntas al usuario que busca generar cierta interacción para que sea capaz de aportar datos de interés, estableciendo un diálogo peculiar, asimétrico, donde el entrevistador busca recoger información, mientras que el entrevistado es la fuente de información. Esta herramienta es importante para el proyecto, porque por medio de esta se logrará identificar los conocimientos que tienen expertos sobre el tema.
- ❖ Encuesta que de acuerdo al autor Baher (2008) plantea que es una herramienta que busca recolectar datos e información del público objetivo al cual va dirigido la investigación. Esta herramienta es importante para el proyecto, porque por medio de esta se logrará identificar los conocimientos que tienen expertos sobre el tema, así como también conocer mejor al usuario al que está dirigido el proyecto.

- ❖ Focus group que de acuerdo al autor Baher (2008) plantea que es una herramienta que tiene como objetivo conocer más a profundidad al usuario, así como entender las dificultades que tienen con respecto al tema. Esta herramienta es importante para el proyecto, porque por medio de esta se logrará conocer mejor al usuario al que está dirigido el proyecto.

Metodología proyectual

La metodología proyectual se propone para que de manera constante se vayan desarrollando etapas de trabajo, donde los objetivos se irán alcanzando gradualmente.

Para la realización de la metodología de esta investigación, se decide crear una metodología propia a partir de dos (2) metodologías de investigación:

La metodología "DCU" (Diseño centrado en el usuario) de acuerdo al autor Galeano (2008) el objetivo es conocer las características del usuario, para que de esta manera se puedan reflejar en la interacción y apariencia que ofrece la interfaz y de esta manera aumentar su efectividad. Se tiene como primer referente para el desarrollo del proyecto, para que de esta manera se obtenga una adecuada interacción

entre los elementos, como lo son los gráficos y las estrategias que se van a utilizar durante el desarrollo del proyecto.

La metodología de Bruno Munari de acuerdo al autor Sánchez (2011) consiste en una serie de operaciones las cuales son necesarias y que se encuentran dispuestas en un orden lógico dictado por la experiencia. Cuya finalidad es conseguir un máximo resultado con el mínimo esfuerzo. Se tiene como segundo referente para el desarrollo del proyecto, porque al seguir unos valores y objetivos que se convierten en instrumentos para el desarrollo de este.

Metodología Procesos de Diseño

Fase de Definición

Durante esta primera fase el objetivo es tener un acercamiento con los expertos del tema, para así analizar su contexto frente a la problemática que plantea esta investigación, por ende, es fundamental el acompañamiento de los expertos en el tema, en este caso, aliado del proyecto y los egresados de la carrera para obtener información desde un punto de vista profesional. Dentro de esta fase podemos encontrar 3 categorías:

1. Definición del problema
2. Investigación y recolección de información
3. Búsqueda de ideas

Donde se utilizarán herramientas tales como lo son:

- Entrevista a los expertos (Aliados y Egresados de la carrera)
- Encuesta

Fase de Desarrollo

Para esta segunda fase, luego de haber pasado la de análisis e investigación del usuario, continua con la fase de desarrollo, donde se seguirá con un proceso de ideación basado en conceptos para determinar la solución que más se adapte a las necesidades del usuario. Dentro de esta fase podemos encontrar 2 categorías:

4. Elaboración de propuestas
5. Creación de Prototipos

Donde se utilizarán herramientas tales como lo son:

- Moodboard
- Bocetación

Fase de Evaluación

Para el desarrollo de esta fase se hará uso de prototipos, los cuales contarán con pruebas piloto para así llevar a cabo ajustes y correcciones necesarias para la solución, debido a que un prototipo puede ayudar a construir un soporte para el producto mediante la muestra de algo concreto y ejecutable para los usuarios. Dentro de esta fase podemos encontrar 2 categorías:

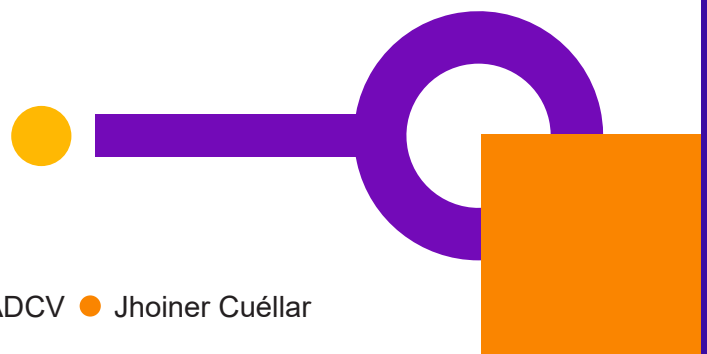
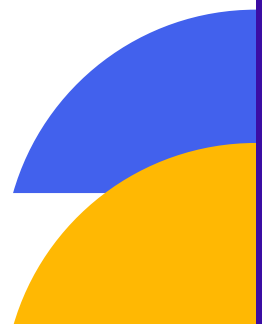
6. Experimentación y evaluación
7. Ajustes y mejoras

Donde se utilizarán herramientas tales como lo son:

- Prototipo
- Focus Group

Fase de Ejecución

Entrega



CRONOGRAMA															
		Marzo					Abril				Mayo				
Semana		1	2	3	4	5	1	2	3	4	1	2	3	4	5
Fase de Definición															
Objetivo conocer a los expertos: Aliados y egresados	Encuesta egresados	X													
	Entrevista aliados			X	X										
Fase de Desarrollo															
Objetivo de elaboración de propuestas	Moodboard					X									
	Bocetación						X								
Fase de Evaluación															
Objetivo realizar pruebas pilotos para realizar los ajustes necesarios	Prototipo								X						
	Focus Group									X	X				
Fase de Ejecución															
Entrega															X

“ Requerimientos de Diseño

NECESIDAD	REQUERIMIENTO	TIPO	D / O	DESCRIPCIÓN
Es necesario que el usuario entienda la información de manera clara	Usabilidad	F - O	O	La información sea clara, donde el tono de comunicación sea informativo
Es necesario que sea fácil de manejar, que no genere confusión y que sea intuitivo	Usabilidad	F - O	O	Utilizar indicaciones claras para que guíen al usuario al manejo del producto
Es necesario que la información que se va a presentar sea agradable visualmente para el usuario	Lenguaje gráfico	E - C	D / O	Utilizar material infográfico o ilustraciones que faciliten la información y el entendimiento del usuario
Es necesario sensibilizar sobre los conceptos de costos y presupuestos en los usuarios	Elementos gráficos que refuercen conceptualmente	E - C	D / O	Que exista una buena composición entre los textos informativos y los elementos gráficos
Es necesario romper con los esquemas establecidos sobre el tema.	Análisis y observación	E - C / F - O	D / O	Realizar una estrategia de comunicación para así llegar al usuario



Análisis de Resultados

Análisis de Resultados

Fase de Definición

Encuesta

Realizada a egresados de la carrera de Diseño de Comunicación visual, con un total de 16 preguntas. Tenía como objetivo recopilar información y obtener aspectos y datos de relevancia los cuales serán de utilidad para conocer las necesidades del público objetivo de esta investigación.

Insights:

- Es importante que el cliente sea consciente del valor del trabajo que se está desarrollando
- La mayoría de los encuestados utilizan recursos en línea para calcular el costo de su trabajo
- El tiempo es un factor que influye en el desarrollo de los proyectos

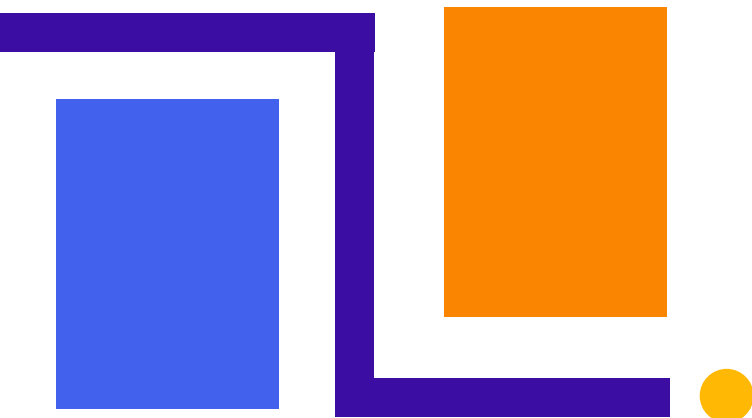
Entrevista

Realizada a Juan Manuel Duque, quien es el CEO de Mambo Studio con un total de 4 preguntas. Tenía como objetivo recopilar información y obtener aspectos y datos de relevancia los cuales serán de utilidad para conocer las necesidades del público objetivo de esta investigación.

Preguntas:

- ¿Qué tarifas puedo cobrar como diseñador?
¿Cuáles son las tarifas estándar de la industria?
- ¿Cómo puedo asegurarme de que mi tarifa refleje el valor de mi trabajo como diseñador?
- ¿Cuál es la mejor manera de presentar una cotización o propuesta de precios a un cliente?
- ¿Cómo debo manejar el proceso de pago y facturación como diseñador independiente?
¿Qué medidas debo tomar para garantizar que se me pague por mi trabajo en tiempo y forma?

Juan Manuel empezó contando un poco de su experiencia en Mambo Studio, cual es el proceso que ellos realizan durante el desarrollo de sus proyectos y como le presentan a sus clientes, para que así sean conscientes del trabajo que hay detrás de cada proyecto.



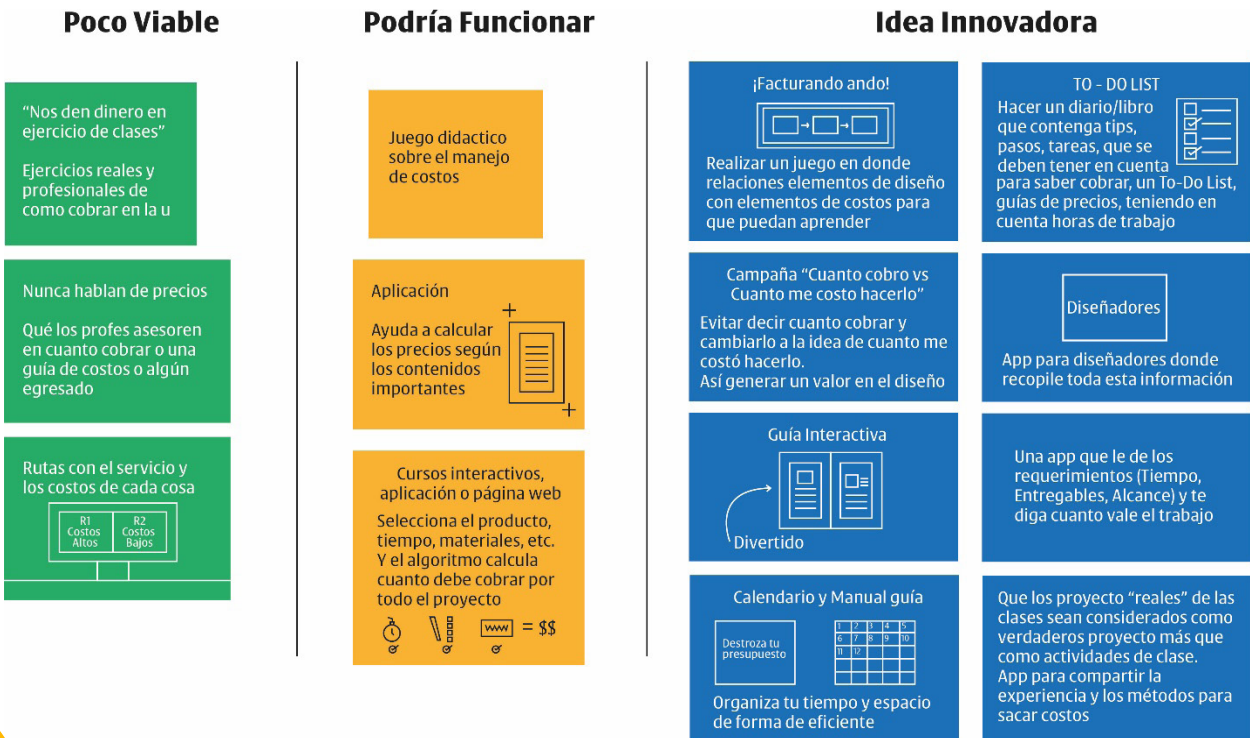
Hallazgos:

- Es importante que el diseñador cuando este presentando al cliente sus resultados del proyecto también incluya el proceso que llevo durante el desarrollo del mismo, para que así le esté dando el valor a su trabajo
- El factor tiempo es importante porque hay que saber cuánto se demora durante el desarrollo de los proyectos de diseño

Fase de Desarrollo

Brainstorming

Se realizó una actividad grupal, durante la hora de clase de Proyecto Avanzado de Diseño de Comunicación Visual, en donde en una hoja de papel se anotaba la problemática del proyecto y las personas iban rotando por diferentes lugares del salón, anotando ideas sobre los proyectos de los compañeros. Al finalizar la actividad, cada persona clasificó las ideas en las categorías pertinentes a cada proyecto de grado.



Se clasificó las ideas en tres categorías: poco viable, podría funcionar, idea innovadora. En la categoría poco viable podemos encontrar las ideas que menos se acercan a cumplir las necesidades de los usuarios o son poco factibles. En la categoría podría funcionar nos encontramos con ideas que pueden llegar a funcionar o a complementar las ideas principales, pero que se deben hacer unos ajustes de acuerdo a la necesidad del proyecto y los usuarios. Y por último en la categoría idea innovadora podemos encontrar ideas que se ajustan a las necesidades de los usuarios, a las conclusiones y requerimientos planteados en la fase anterior.

Propuesta de sistema:

- Página web, donde se pueda encontrar en una sección una guía interactiva con la explicación de los términos necesarios para saber sobre cómo cobrar y generar valor en los proyectos que están desarrollando, que además esta guía se pueda descargar para que los usuarios la puedan tener. En otra sección puede ser para que algunos expertos cuenten sus experiencias o los mismos estudiantes.

Focus Group

Se realizó un focus group, con el objetivo caracterizar los costos y presupuestos, además de entender la manera en que los diseñadores realizan sus cobros por proyecto. A los participantes se les hizo una serie de preguntas para entender mejor como manejan estos temas.

Participantes:

- Lucas Prieto
- Sofía Ortiz
- Lina Salcedo
- Mariana Valencia

Se reunieron a estudiantes de Diseño de Comunicación Visual, que se encuentran en sexto semestre con edades entre los 19 y 21 años, para entender mejor como ellos realizan los cobros de sus proyectos. En la sección de preguntas, la mitad de participantes comentaron que no saben cómo realizar un cobro a un proyecto, si lo han hecho ha sido porque han pedido ayuda a un amigo o familiar, del mismo modo usan tarifarios en línea para establecer el valor de lo que ellos creen cuesta un proyecto.

Hallazgos:

- Les gustaría encontrar esta información en una página web
- Les parece importante que también se incluyan la parte legal



Producto

El desarrollo del producto se encuentra dentro de la última fase del proceso de investigación.

Desarrollo gráfico

Durante el proceso de investigación se fue indagando sobre cuáles son los elementos visuales más indicados para el usuario. Al momento de conversar con el usuario se tiene en cuenta usar elementos

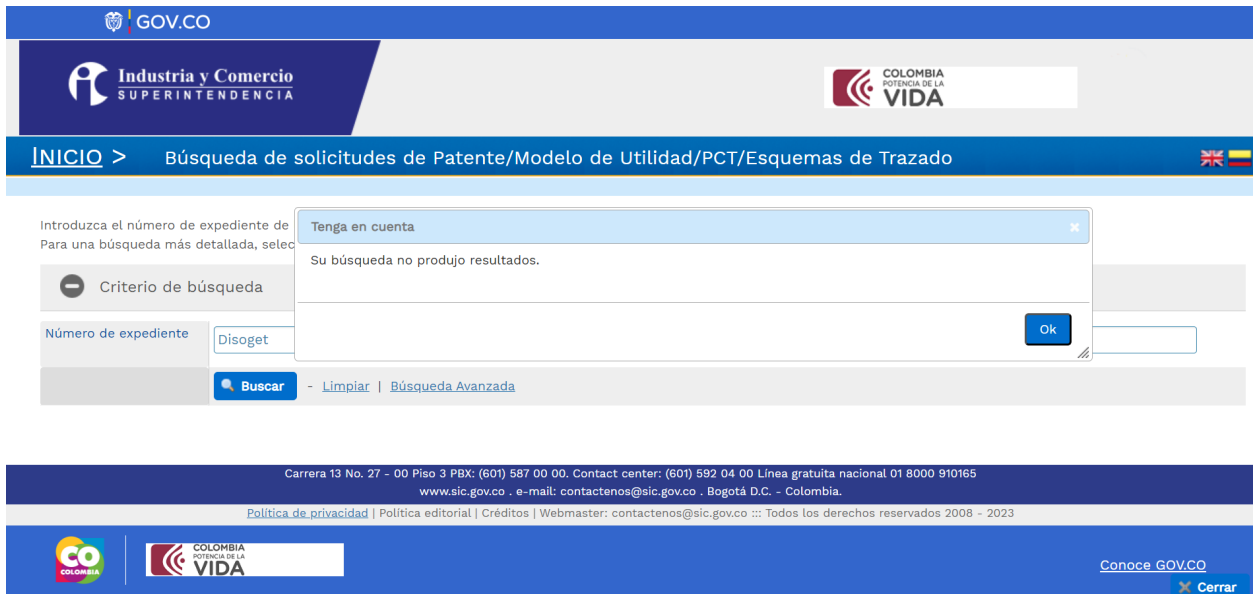
Naming

Para hacer la elección del nombre del producto. Se inicia haciendo una lista de propuestas que podrían ir acorde a la temática, dentro de las cuales se escogen 5 propuestas que se suben a un Google Forms y se envían al usuario en forma de encuesta.

En la encuesta respondieron 10 personas (estudiantes de diseño). De ese total de encuestados, respondieron que la opción que más relacionaban con el tema de fortalecimiento de conocimientos en tiempo, costos y presupuestos para diseñadores, era la opción: Disoget y Discost

Finalmente se decide ir por la opción de Disoget, Costeando Diseño para hacer el desarrollo de la propuesta gráfica. También se hizo una verificación del nombre en la cámara de comercio y en la superintendencia.

The screenshot shows the RUES website interface. At the top, there is a navigation bar with links for 'Consulta Beneficio a Empresarios', 'Guía de Usuario Público', 'Guía de Usuario Registrado', and 'Cámaras de Comercio'. A red button for 'Acceso privado' is on the right. The main content area features a search form titled 'Realice su consulta empresarial o social'. The form has two input fields: 'Disoget' and 'Número de Identificación', both with red search buttons. Below the 'Disoget' field, there is a green checkmark and the text 'Recomendaciones de uso'. Below the 'Número de Identificación' field, there is a note: 'Digite el número de identificación sin puntos, guiones ni dígito de verificación.' Below the search form, there is an 'Info' box stating 'La consulta por Nombre no ha retornado resultados'. At the bottom, there is a section for 'Información de sociedades no operativas' with a small image of a woman.

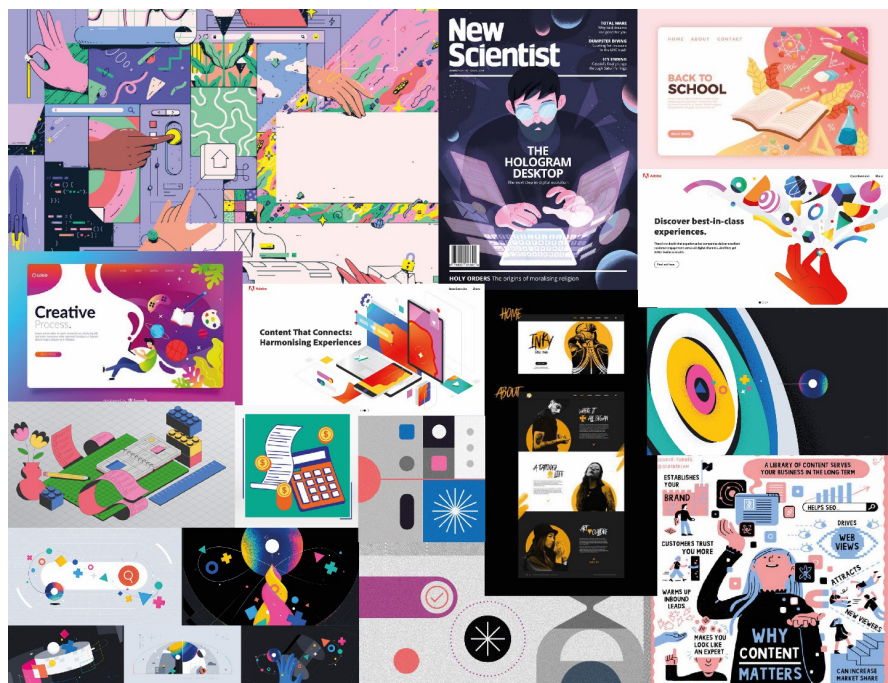


Página de la Superintendencia de Industria y Comercio

La palabra “Disoget” se construye a partir de las palabras Diseño, Costos y Budget (significa presupuesto en inglés), donde al unir las se llega al nombre de “Disoget”.

Moodboard

Se realiza un moodboard para definir las formas y texturas para la página web, así como para también definir el home page:



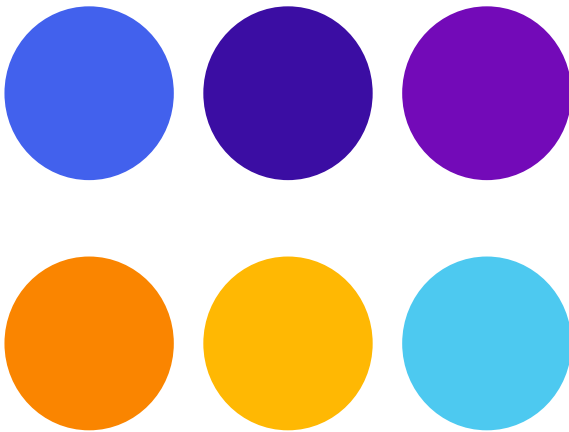
Propuesta de marca

Paleta de color

Para escoger la paleta de color se hace uso de la psicología del color donde se busca reflejar:

- Creatividad
- Comunicación
- Confianza
- Amigable

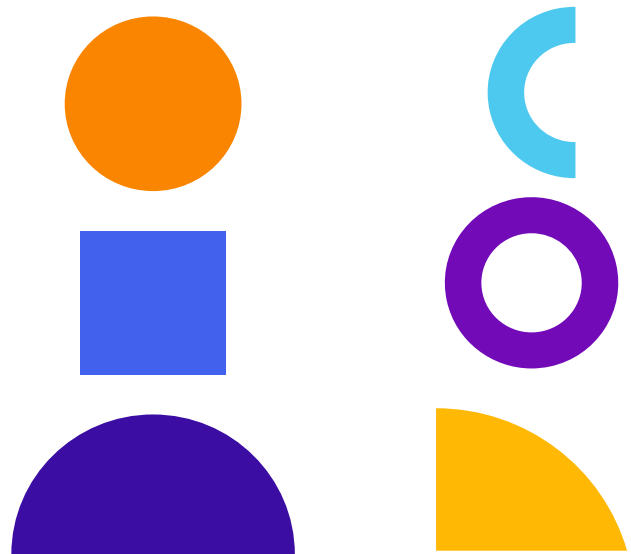
Por los cual los colores escogidos son:



Figuras

Figuras que forman parte de la identidad de la marca, las cuales se escogen porque por medio de estas se busca reflejar:

- Adaptabilidad
- Movimiento
- Confianza
- Seguridad



Tipografía Logo

Suezone

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk
Ll Mm Nn Ññ Oo Pp Qq Rr Ss Tt
Uu Vv Ww Xx Yy Zz
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Tipografía Descriptivo

Drephonic

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll
Mm Nn Ññ Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu
Vv Ww Xx Yy Zz
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Sistema de producto

Producto Digital

1. Redes Sociales

Generar contenido de valor y material publicitario que atraiga tráfico a la página web.



Se le agrego un Bio Link de Disoget para que los usuarios se puedan dirigir al prototipo de la página web, al Instagram y al Excel donde podrán elaborar su presupuesto.

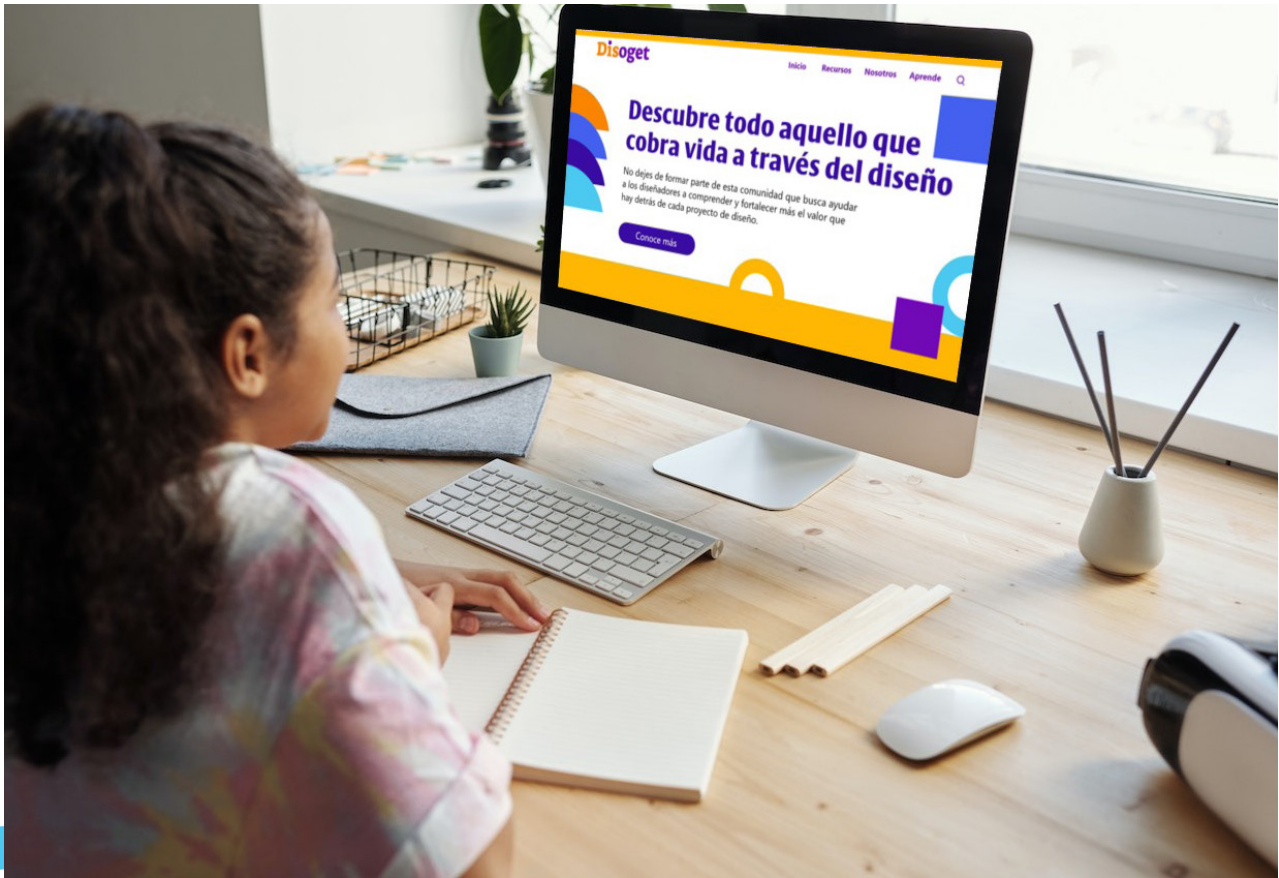
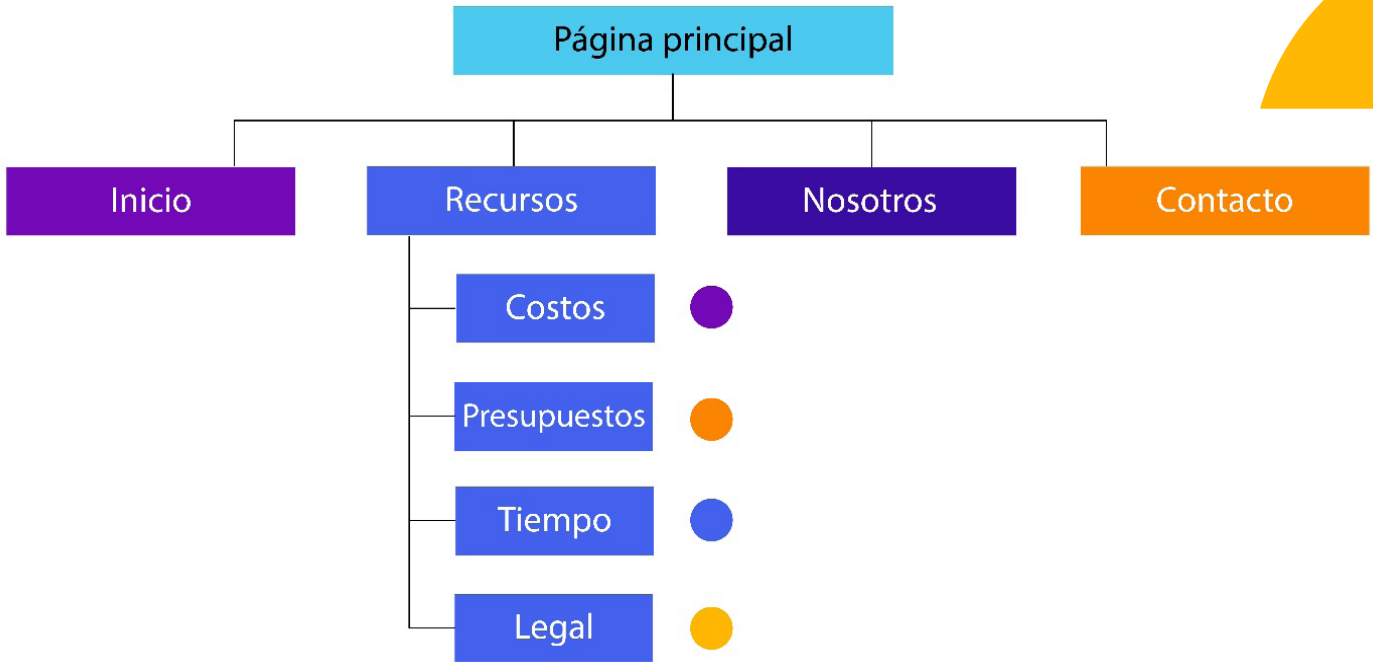
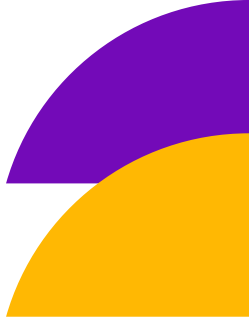
<https://bio.link/disoget>

2. Página Web

Contará con una guía donde el usuario pueda interactuar

Contenido de la página:

1. Introducción
2. Costos
 - a. Definición de Costos
 - b. Objetivos
 - c. Clasificación de los Costos
 - d. Elementos de los costos
3. Presupuesto
 - a. Definición de Presupuesto
 - b. Beneficios
 - c. Tipos de Presupuestos
4. Tiempo
 - a. ¿Qué es la gestión del tiempo?
 - b. ¿Por qué es importante para desarrollar tu proyecto?
 - c. Etapas
5. Temas legales (ARL, Impuestos de renta, IVA, Retención en la fuente, Contratos)



Producto Físico

3. Flyer

Se utilizan para hacer promoción del prototipo de la página web

- Acacias
- Puesto secretarias



4. Folleto

Explicación del sistema producto





Validación

Validación

Para el proceso de creación se realizaron dos validaciones, lo cual permitió tener mayor claridad de los requerimientos del producto y su cumplimiento.

Contenidos

Se realizó una validación de los contenidos de la página web con la profesora Claudia Barrios de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

- Tiempo estimado: 1 Hora
- Objetivo: Determinar que el contenido y los objetivos que tiene la página se cumplieran a cabalidad.



Hallazgos:

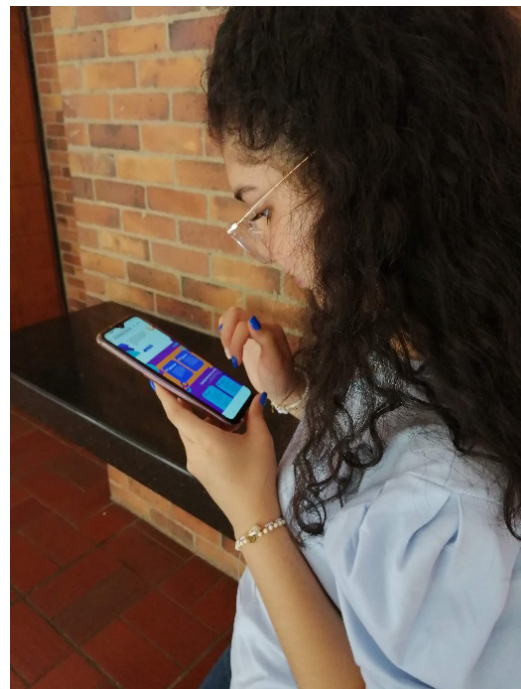
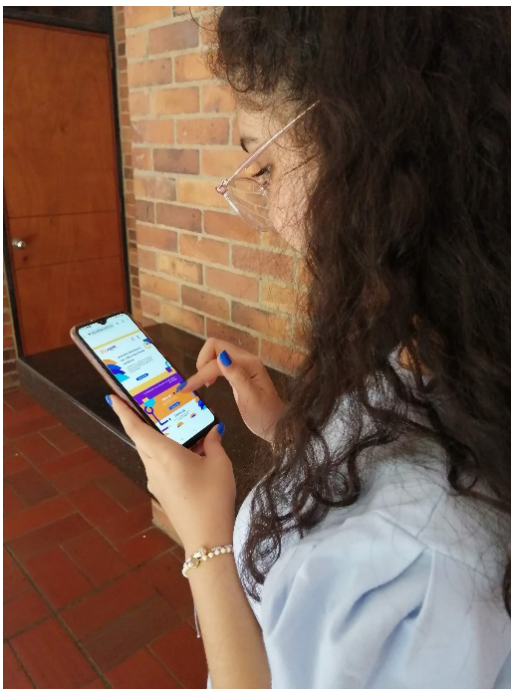
- Recomendó incluir unos temas que considera importante para los diseñadores, como lo son: ARL, Contratos
- El factor del tiempo es importante para el desarrollo de proyectos

Prueba de Usuario

Se realizó una prueba de usuario con dos estudiantes de la carrera de sexto semestre

Mariana Valencia

- Tiempo estimado: 30 Minutos
- Objetivo: Determinar que el contenido de la página fuera clara y saber que opinaban de la parte gráfica.



Hallazgos:

- Le gusto: Los colores, las formas y le parece dinámico
- Recomendó: En la parte de costos cuidar los bordes y mejorar la organización. Los tamaños de la tipografía en algunas partes ponerlo más grande

Diana Castaño

- Tiempo estimado: 30 Minutos
- Objetivo: Determinar que el contenido de la página fuera clara y saber que opinaban de la parte gráfica.



Hallazgos:

- Le gusto: Los colores, las formas y le parece dinámico
- Recomendó: Cuidar los espacios en los cuadros de texto y sugirió poner una tipografía diferente para los títulos.



“ Conclusiones

- El prototipo presenta de una manera innovadora y clara los temas de costos, presupuestos, tiempo y la parte legal.
- Los colores y formas usados generan un dinamismo dentro de la página y es amigable para comunicar la información al usuario.

“ Recomendaciones

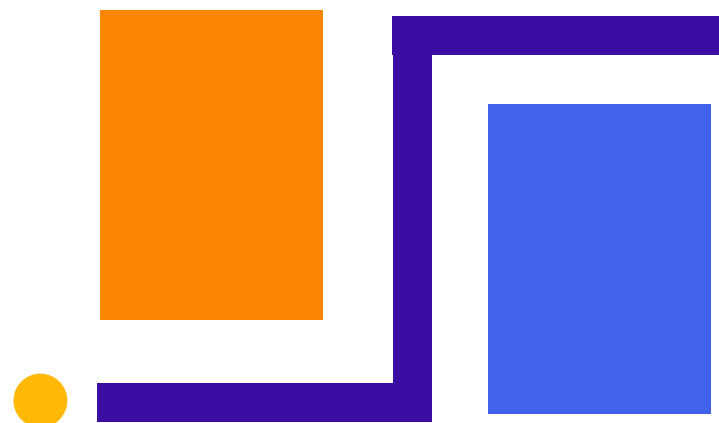
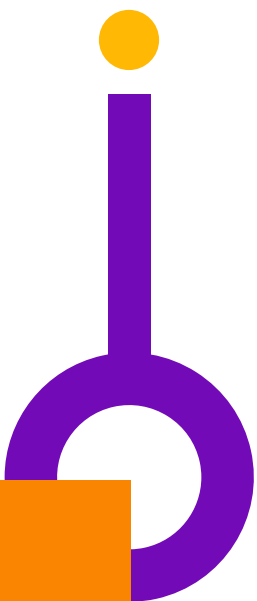
- Realizar futuros testeos para determinar las necesidades futuras de los estudiantes para continuar mejorando el prototipo
- Se recomendó incluir dentro del prototipo el Excel, para que el usuario no este saliendo de la página
- Evaluar si es posible hacer el lanzamiento del producto a futuro con las correcciones sugeridas

Referencias

- Diseño de una metodología de enseñanza, basada en el modelo de transferencia de conocimiento y su implementación en una clase masiva de finanzas. (2020). Pontificia Universidad Católica de Chile. https://repositorio.uc.cl/xmlui/bitstream/handle/11534/33334/-_TESIS_JJoublan_Firma%20Final.pdf
- Vargas Prieto, M., & Avendaño Prieto, B. L. (2014). Diseño y análisis psicométrico de un instrumento que evalúa competencias básicas en Economía y Finanzas: una contribución a la educación para el consumo. *Universitas Psychologica*, 13(4). <https://doi.org/10.11144/Javeriana.UPSY13-4.dapi>.
- Vignolo Huamaní, G. R. & Silva-Arrieta Ontaneda, D. M. (2021, mayo). La poca experiencia laboral de los diseñadores gráficos recién egresados. Toulouse Lautrec. [https://repositorio.tls.edu.pe/handle/20.500.12826/52 R](https://repositorio.tls.edu.pe/handle/20.500.12826/52_R)
- Moreno, A. P. (2019, 20 mayo). Presupuestos y costos en el diseño gráfico- presupuesto diseño gráfico. <https://www.linkedin.com/pulse/presupuestos-y-costos-en-el-dise%C3%B1o-gr%C3%A1fico-gr%C3%A1fico-porras-moreno/?originalSubdomain=es>
- Calvo, X. (2016, 12 junio). El valor del diseño, ¿cuánto cuesta? Cultur Plaza. <https://valenciaplaza.com/el-valor-del-diseno-cuanto-cuesta>
- Boletín Universidad Cuauhtémoc Querétaro. (s. f.). El Diseño Gráfico y su importancia en la sociedad. https://www.ucq.edu.mx/BUC/avisos_UC/aviso/El-Diseo-Grfico-y-su-importancia-en-la-sociedad
- Diseño de Comunicación Visual | Universidad Javeriana Cali. (s. f.). <https://www.javerianacali.edu.co/programas/carreras/dise-no-de-comunicacion-visual>
- Sandino, O. R. (2018, 6 diciembre). Costos y presupuestos. <https://digitk.areandina.edu.co/handle/areandina/1496>

- Ordoñez, F. D. M. G., & Colín, M. T. A. L. (2020). La identidad del Diseñador Gráfico del siglo XXI y la exigencia de la responsabilidad social universitaria. Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Ensayos, (120), 157-173.
- Becerra, O. E. H. (2020, 25 mayo). El valor del diseño desde la estrategia y la creatividad. <https://www.linkedin.com/pulse/el-valor-del-dise%C3%B1o-desde-la-estrategia-y-creatividad-oscar-enrique/?originalSubdomain=es>
- mambostudio.tv. (2023, 7 febrero). Mambo Studio | Creating animated videos for businesses. Mambo Studio. <https://www.mambostudio.tv/>
- Bloom Design Studio. (s. f.). Linkedin. <https://www.linkedin.com/company/bloom-design-studio/>
- Diseño y comunicación: formas de crear y recrear el lenguaje. (s. f.). UNLA. <https://www.unla.mx/blogunla/dise%C3%B1o-y-comunicacion-formas-de-crear-y-recrear-el-lenguaje>
- ¿Qué es una marca? | Superintendencia de Industria y Comercio. (s. f.). <https://www.sic.gov.co/node/77>
- ¿Conoces las fases de un proyecto de marca o branding? | El microblog. (s. f.). microbio. <https://www.microbio.tv/blog/fases-proyecto-branding/>
- Inicio. (2020, 12 diciembre). Diseñadores Colombianos. Recuperado 15 de octubre de 2022, de <https://www.disenadorescolombianos.co/>
- #TrabajoSíHay. (2022, 4 junio). Bienvenidos. TrabajoSíHay. Recuperado 15 de octubre de 2022, de <https://trabajosihay.la/>
- Tarifaria | Lista de precios de diferentes servicios. (2022, 3 octubre). Tarifaria. Recuperado 15 de octubre de 2022, de <https://www.tarifaria.com/>
- Tributi S.A.S. (s. f.). Planea tu presupuesto y finanzas (plantilla gratuita). Recuperado 15 de octubre de 2022, de <https://www.tributi.com/finanzas-personales/planeador-de-presupuesto-y-finanzas-personales>

- Bogotá, B. de. (s. f.). A planear tu presupuesto. Recuperado 15 de octubre de 2022, de <https://www.bancodebogota.com/wps/portal/banco-de-bogota/bogota/educacion-financiera/articulos-educacion-financiera/presupuesto-personal/a-planear-tu-presupuesto>
- Villas, A. V. (s. f.). 5 pasos simples para construir tu propio presupuesto. Banco AV Villas. <https://www.avillas.com.co/avillas/contenidos/Aprender-sobre/construir-presupuesto>
- Medina, M. I. R., Quintero, M. D. S. B., & Valdez, J. C. R. (2013). El enfoque mixto de investigación en los estudios fiscales. Tlatemoani: revista académica de investigación, (13), 8.
- Galeano, R. (2008). Diseño centrado en el usuario. Revista q.
- Blasco, L. S. (2020, 28 marzo). Metodología proyectual por Bruno Munari. COSAS de ARQUITECTOS. <https://www.cosasdearquitectos.com/2011/03/metodologia-proyectual-por-bruno-munari/>
- IBC estimado y tasa de cotizantes por programas - eportal. (s. f.). <http://bi.mineducacion.gov.co:8380/eportal/web/men-observatorio-laboral/ibcestimado-por-programa>
- Mapa perfil nacional - eportal. (s. f.). <http://bi.mineducacion.gov.co:8380/eportal/web/men-observatorio-laboral/perfil-nacional>
- Emprendedores, R. (2021, 28 julio). ¿Qué significa modelo de negocio? Emprendedores. <https://www.emprendedores.es/estrategia/que-significa-modelo-de-negocio/>



Anexos

Encuesta

Encuesta realizada a egresados de Diseño de Comunicación Visual, con el objetivo recopilar información y obtener aspectos y datos de relevancia los cuales serán de utilidad para conocer las necesidades del público objetivo de esta investigación

Preguntas

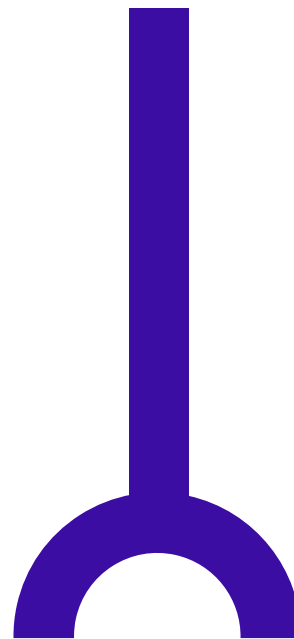
Preguntas de clasificación:

- ¿Con qué género te identificas más?
 - a) Femenino
 - b) Masculino
 - c) Prefiero no decirlo
- Edad
 - a) 16 a 20 años
 - b) 21 a 25 años
 - c) 26 a 30 años
 - d) 31 a 34 años
 - e) 35 años en adelante
- Estrato socioeconómico
- ¿Hace cuánto te graduaste?
 - a) 1 a 2 años
 - b) 3 a 4 años
 - c) 5 años o más

Preguntas con el objetivo de la investigación:

- De 1 a 5 califica, Que tanto te sirvió la información recibida en la universidad durante tu formación académica
- ¿En qué trabajas? (Línea de operación)
 - a) Freelancer
 - b) Agencia de diseño
 - c) Agencia de publicidad
 - d) Empresa
 - e) Educador
- ¿En qué campo del diseño trabajas?
 - a) Diseño gráfico
 - b) Diseño web
 - c) Diseño editorial
 - d) Diseño gráfico y audiovisual
 - e) Semiótica y espiritualidad
- ¿Cómo calculas el costo de tu trabajo?
 - a) Por hora
 - b) Por proyecto
 - c) Por resultados
 - d) No estoy seguro
- ¿Cómo estableces tu tarifa?
 - a) Con base a mi experiencia y habilidades
 - b) Con base a la competencia en mi mercado
 - c) Con base a lo que el cliente puede pagar
 - d) No estoy seguro

- ¿Has tenido problemas para establecer un precio justo por tu trabajo?
 - a) Si
 - b) No
 - c) A veces
- ¿Has experimentado que los clientes no estén dispuestos a pagar tus tarifas?
 - a) Si
 - b) No
 - c) A veces
- ¿Has considerado alguna vez tener una conversación con un cliente sobre el costo de tu trabajo?
 - a) Si
 - b) No
 - c) A veces
- ¿Crees que los clientes entienden el valor de tu trabajo y están dispuestos a pagarlo?
 - a) Si
 - b) No
 - c) A veces
- ¿Qué recursos o herramientas utilizas para ayudarte a calcular el costo de tu trabajo?
 - a) Software de gestión de proyectos
 - b) Calculadoras de tarifas
 - c) Recursos en línea (blogs, sitios web de diseño, etc.)
 - d) Consultores en negocios
 - e) No utilizo recursos o herramientas
- ¿Cuánto tiempo estimas que te lleva calcular el costo de tu trabajo?
 - a) Menos de una hora
 - b) Entre una y dos horas
 - c) Entre dos y cuatro horas
 - d) Más de cuatro horas
- ¿Estás satisfecho con la forma en que estableces el costo de tu trabajo?
 - a) Si
 - b) No
 - c) A veces



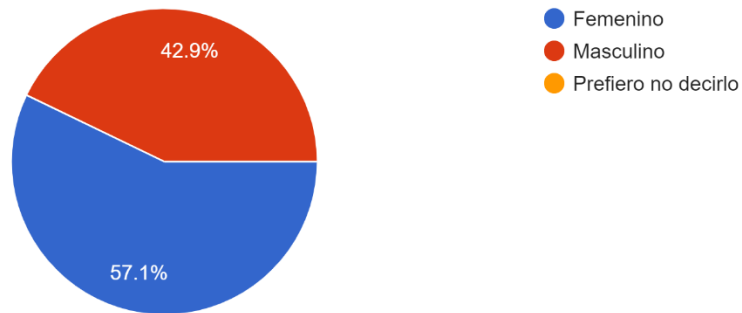
Conoces cuanto vale tu trabajo?

Hola, mi nombre es Isabella Valencia Guzmán, estudiante de séptimo semestre de la carrera de Diseño de Comunicación Visual en la Pontificia Universidad Javeriana Cali. La siguiente encuesta se realiza con la finalidad de obtener información sobre los conocimientos de los diseñadores sobre tiempos, costos y presupuestos del desarrollo de proyectos de diseño; las respuestas obtenidas en esta encuesta serán utilizadas para comprender mejor al usuario durante el desarrollo del proyecto de grado, el cual tiene como objetivo conocer acerca de los conocimientos sobre tiempos, costos y presupuesto en los procesos de diseño.

Esta encuesta es con fines académicos, anónima y para egresados de la carrera de Diseño de Comunicación Visual de la Pontificia Universidad Javeriana Cali

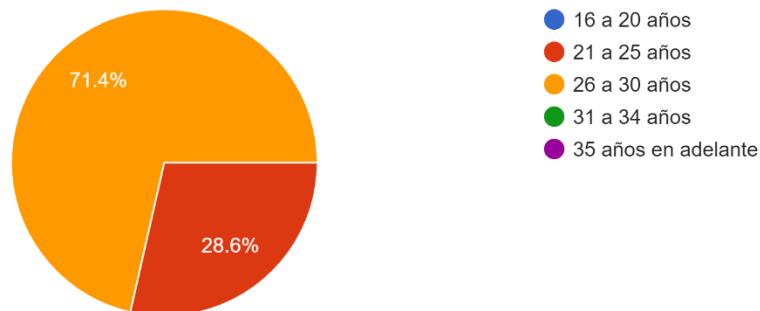
¿Con qué género te identificas más?

7 respuestas



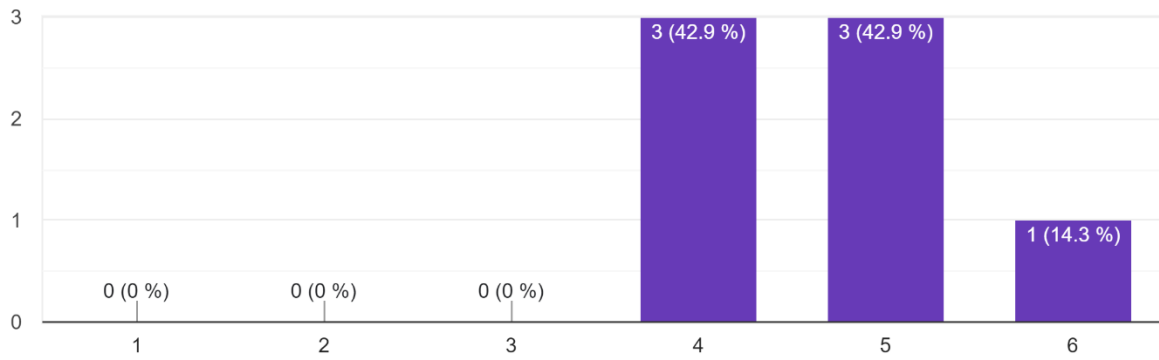
Edad

7 respuestas



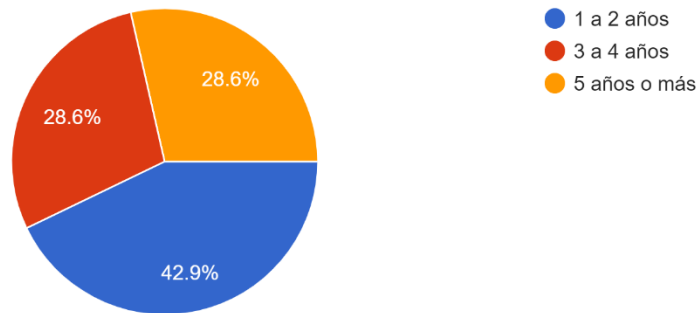
Estrato socioeconómico

7 respuestas



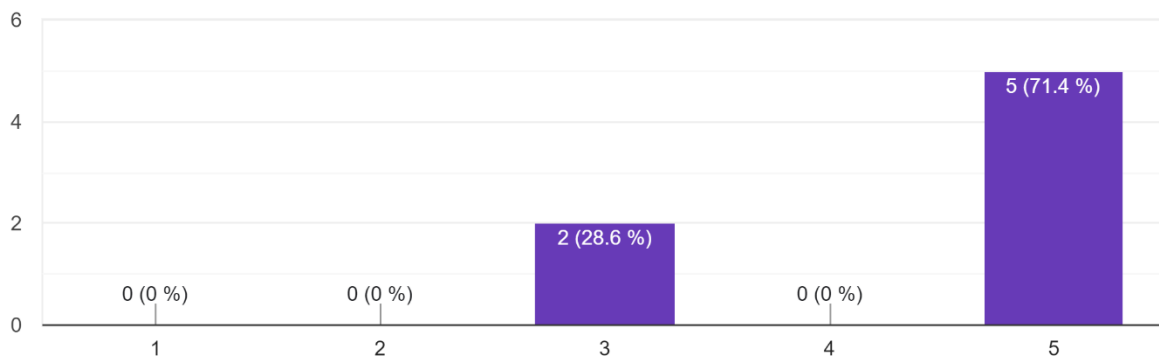
¿Hace cuanto te graduaste?

7 respuestas



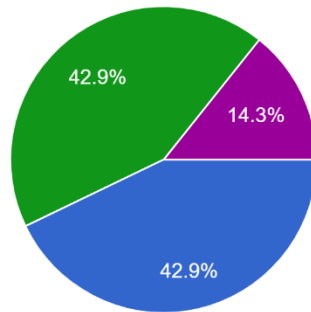
De 1 a 5 califica, Que tanto te sirvió la información recibida en la universidad durante tu formación académica:

7 respuestas



¿En qué trabajas? (Línea de operación)

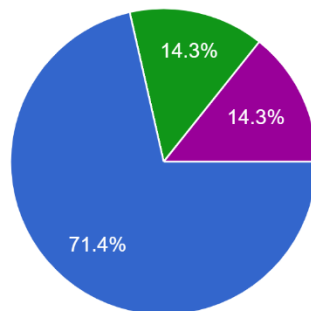
7 respuestas



- Freelancer
- Agencia de diseño
- Agencia de publicidad
- Empresa
- Educador

En que campo del diseño trabajas?

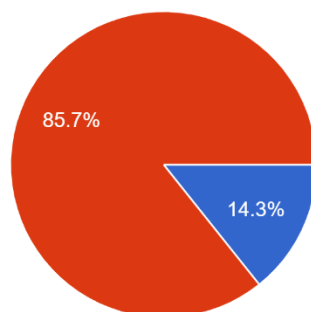
7 respuestas



- Diseño gráfico
- Diseño web
- Diseño editorial
- Diseño gráfico y audiovisual
- Semiotica y espiritualidad

¿Cómo calculas el costo de tu trabajo?

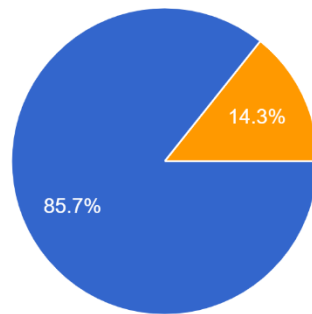
7 respuestas



- Por hora
- Por proyecto
- Por resultados
- No estoy seguro

¿Cómo estableces tu tarifa?

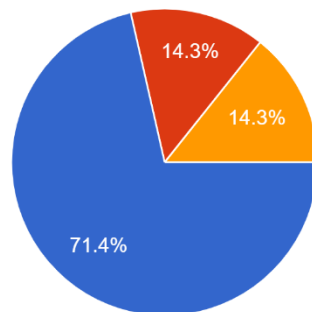
7 respuestas



- Con base a mi experiencia y habilidades
- Con base a la competencia en mi mercado
- Con base a lo que el cliente puede pagar
- No estoy seguro

¿Has tenido problemas para establecer un precio justo por tu trabajo?

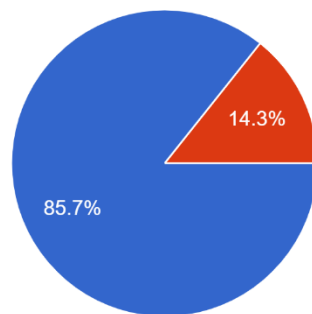
7 respuestas



- Sí
- No
- A veces

¿Has experimentado que los clientes no estén dispuestos a pagar tus tarifas?

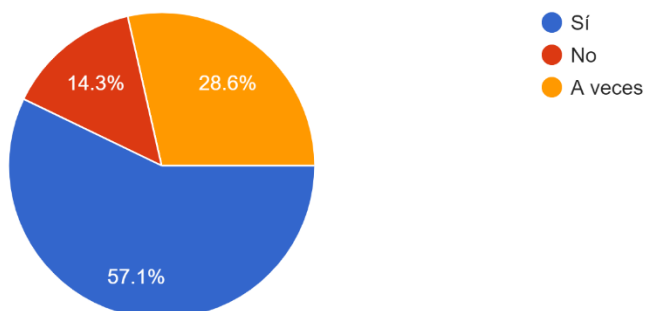
7 respuestas



- Sí
- No
- A veces

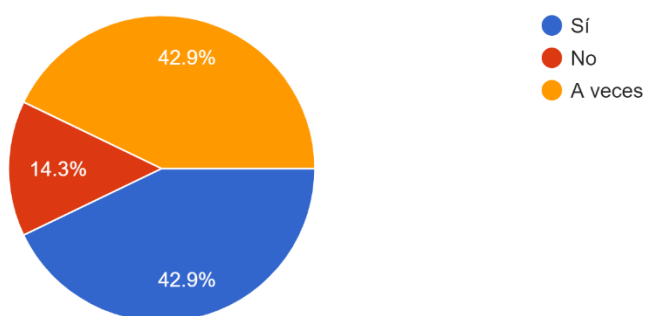
¿Has considerado alguna vez tener una conversación con un cliente sobre el costo de tu trabajo?

7 respuestas



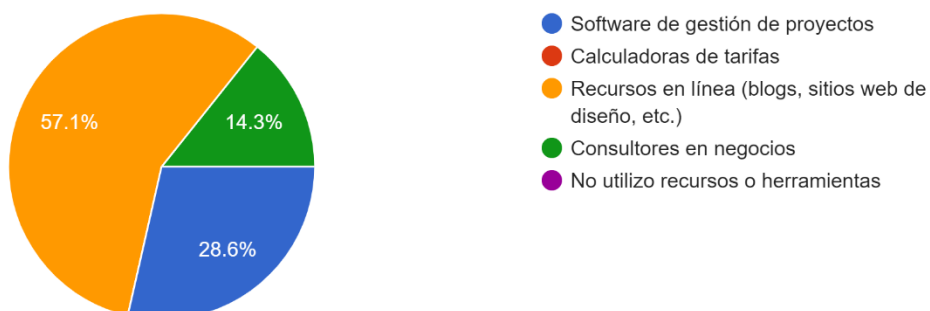
¿Crees que los clientes entienden el valor de tu trabajo y están dispuestos a pagarlo?

7 respuestas



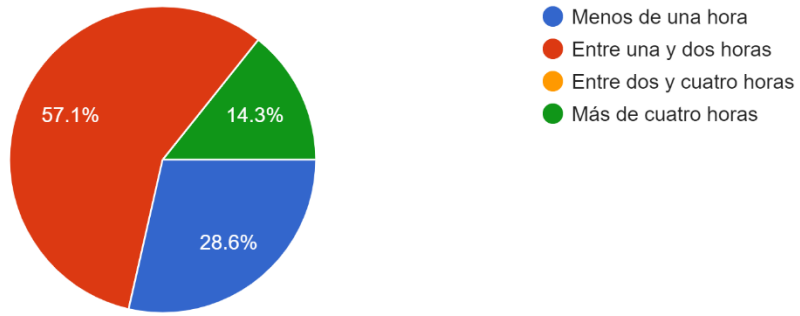
¿Qué recursos o herramientas utilizas para ayudarte a calcular el costo de tu trabajo?

7 respuestas



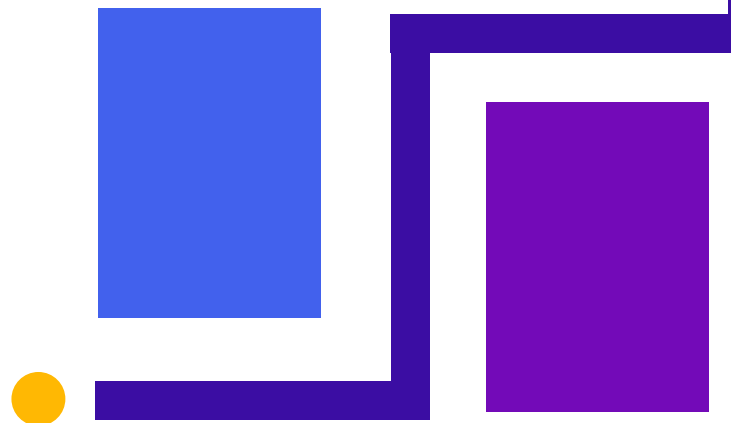
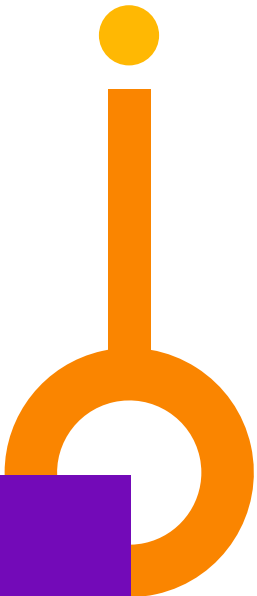
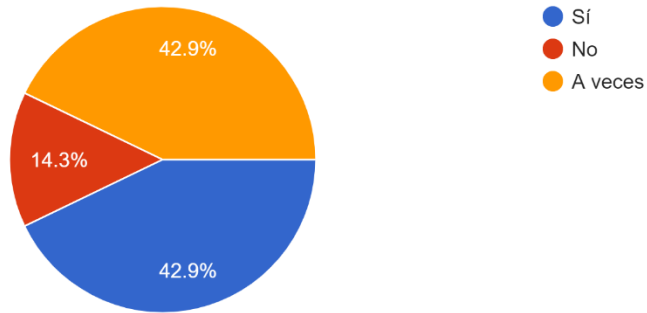
¿Cuánto tiempo estimas que te lleva calcular el costo de tu trabajo?

7 respuestas



¿Estás satisfecho con la forma en que estableces el costo de tu trabajo?

7 respuestas





Dísoget

Costeando Diseño