



POSGRADOS

MAESTRÍA EN GESTIÓN CULTURAL

RPC-SO-22-NO.350-2022

OPCIÓN DE TITULACIÓN:

PROYECTO DE GESTIÓN CULTURAL

TEMA:

PROPUESTA DE PLATAFORMA WEB PARA
CONECTAR SERVICIOS CREATIVOS
PROFESIONALES CON CLIENTES DEL
SECTOR CULTURAL.

AUTOR:

LENIN DIONISIO ORTIZ HARO

DIRECTOR:

RAFAEL CAMPOVERDE DURÁN

CUENCA – ECUADOR
2024



Autor:**Lenin Dionisio Ortiz Haro**

Licenciado en Ilustración y Animación Digital.
Candidato A Magíster en Gestión Cultural por la
Universidad Politécnica Salesiana – Sede Cuenca.
animation@leninortiz.pro / lortizh1@est.ups.edu.ec

Dirigido por:**Rafael Augusto Campoverde Durán**

Doctor en Patrimonio Arquitectónico.
Máster en Diseño Innovación y Tecnología.
rcampoverde@ups.edu.ec

Todos los derechos reservados.

Queda prohibida, salvo excepción prevista en la Ley, cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública y transformación de esta obra para fines comerciales, sin contar con autorización de los titulares de propiedad intelectual. La infracción de los derechos mencionados puede ser constitutiva de delito contra la propiedad intelectual. Se permite la libre difusión de este texto con fines académicos investigativos por cualquier medio, con la debida notificación a los autores.

DERECHOS RESERVADOS

2024 © Universidad Politécnica Salesiana.

CUENCA – ECUADOR – SUDAMÉRICA

LENIN DIONISIO ORTIZ HARO

Propuesta de plataforma web para conectar servicios creativos profesionales con clientes del sector cultural.

TABLA DE CONTENIDO

Resumen	5
Abstract.....	6
1. Introducción.....	7
2. Determinación del Problema	8
2.1 Identificación, descripción y diagnóstico del problema	8
2.2 Análisis oferta y demanda.....	13
2.2.1 Oferta	13
2.2.2 Demanda.....	14
2.3 Identificación y caracterización de la población objetivo.....	16
3. Objetivos del proyecto.....	19
3.1 Objetivo General.....	19
3.2 Objetivos Específicos	19
4. Marco teórico referencial.....	19
5. Materiales y metodología	27
5.1 Metodología.....	27
5.2 Marca y desarrollo	31
5.2.1 La marca	32
5.2.2 Desarrollo funcional y estético de la plataforma.....	33
5.3 Apartado financiero	35
5.3.1 Consolidación financiera	36
5.3.2 Sostenibilidad	39
6. Resultados y discusión	40
7. Conclusiones.....	50
Referencias	52

PROPUESTA DE PLATAFORMA WEB PARA CONECTAR SERVICIOS CREATIVOS PROFESIONALES CON CLIENTES DEL SECTOR CULTURAL

AUTOR(ES):

LENIN DIONISIO ORTIZ HARO

RESUMEN

En un mundo digital, la tecnología y la creatividad se unen en los entornos comerciales de forma innovadora, aquí es donde aparece esta propuesta, una plataforma web diseñada para unir los diversos talentos del mundo creativo, profesionales con clientes del sector cultural que buscan revitalizar y mejorar sus procesos. Este proyecto nace de la comprensión y la empatía de los complejos desafíos que enfrentan los creativos en la economía actual, así como de las necesidades dinámicas de las industrias culturales que buscan de renovación e innovación.

Nos adentramos en un viaje investigativo, una exploración de los problemas y las necesidades que persisten en el sector cultural, particularmente entre los profesionales creativos que buscan un espacio y reconocimiento en una industria en vías de desarrollo, con una riqueza a ser explorada por su diversidad y el potencial escondido. En este espacio identificamos los desafíos cruciales como la falta de visibilidad, acceso limitado a las oportunidades del mercado y la dificultad en establecer conexiones significativas y seguras entre los creativos y los clientes del sector.

Esta propuesta culmina en una plataforma integral, diseñada para resonar con autenticidad, con un propósito claro en el sector cultural. Esta no solo se presenta como un espacio para los profesionales creativos, sino como un ecosistema digital encaminado a fomentar relaciones profesionales robustas y significativas. La plataforma se manifiesta como un entorno dinámico y enriquecedor, donde los profesionales a más de presentar sus servicios puedan interactuar, colaborar y construir conexiones que fomenten el desarrollo continuo de la industria.

Palabras clave:

Plataforma web, Profesionales creativos, Trabajo remoto, Industrias culturales, Industrias creativas, Innovación.

ABSTRACT

In a digital world. Technology and creativity merge innovatively in business environments. Here is where this proposal appears, a web platform designed to connect various talents from the creative world, professionals with clients in the cultural sector looking to revitalize and improve their processes. This project is born from the understanding and empathy for the complex challenges faced by creatives in today's economy, as well as the dynamic needs of the cultural industries seeking renewal and innovation.

We delve into an investigative journey, exploring the problems and needs that persist in the cultural sector, particularly among creative professionals seeking space and recognition in a developing industry, rich to be explored for its diversity and hidden potential. In this space, we identify crucial challenges such as lack of visibility, limited access to market opportunities, and difficulty in establishing meaningful and secure connections between creatives and sector clients.

This proposal culminates in a comprehensive platform, designed to resonate with authenticity, with a clear purpose in the cultural sector. It presents itself not only as a space for creative professionals but as a digital ecosystem aimed at fostering robust and meaningful professional relationships. The platform emerges as a dynamic and enriching environment where professionals can, beyond showcasing their services, interact, collaborate, and build connections that encourage the continuous development of the industry.

Keywords:

Web platform, Creative professionals, Remote work, Cultural industries, Creative industries, Innovation.

1. INTRODUCCIÓN

La evolución de la era digital permite concebir una plataforma que constituya un puente innovador entre los profesionales y la industria creativa. El proceso de investigación y el desarrollo crea un tejido digital diseñado para potenciar las conexiones, fomentar la innovación y proporcionar un entorno óptimo para la colaboración y el crecimiento profesional en el sector cultural.

Exploramos a profundidad los desafíos que enfrentan los profesionales creativos en las industrias culturales, reconociendo la marcada necesidad de un espacio que promueva la visibilidad y el acceso a nuevas oportunidades en el mercado. Se identifica riqueza en la diversidad y el potencial existente sin ser explotado en el sector, un entorno que tiene soluciones personalizadas por ofrecer.

La plataforma se presenta como una respuesta a los desafíos actuales, una web que se manifiesta como un ecosistema digital dinámico, diseñado para mostrar la autenticidad y el propósito de los profesionales que habitan el sector cultural. El centro está en establecer un entorno donde los usuarios creativos no solo presenten sus servicios, sino que también interactúen, colaboren y construyan relaciones robustas y significativas que impacten en el desarrollo económico del sector.

El enfoque se basa en una comprensión profunda de las dinámicas cambiantes del sector, las habilidades variadas de los profesionales y las múltiples facetas de la creatividad que caracteriza a la población cultural. Como la implementación de modelos de negocio diversos, con una plataforma que se destaque por su compromiso con la innovación y la sostenibilidad, reconociendo los múltiples talentos, experiencias y el potencial de los usuarios con una herramienta que busca fortalecer y revitalizar el sector cultural.

2. DETERMINACIÓN DEL PROBLEMA

2.1 IDENTIFICACIÓN, DESCRIPCIÓN Y DIAGNÓSTICO DEL PROBLEMA

En la relación de la cultura y las tecnologías, surgen muchas oportunidades que permiten el desarrollo y el fortalecimiento del sector cultural en el Ecuador. La innovación se convierte en un hito que abre un abanico de posibilidades. Mientras que Ecuador entra en el panorama digital se presentan cambios en la creatividad con un horizonte lleno de potencial, pero también amenazas que podrían golpear al sector que tiene mucho talento.

El estado ecuatoriano con sus entidades públicas implementa programas con políticas enmarcadas en el fomento de las artes y la cultura. Sin embargo, existe una desconexión de las acciones y la realidad que viven los actores del sector creativo. Muchos de los programas existentes son obsoletos y no abordan los desafíos actuales que enfrentan los profesionales en los entornos digitales, como la necesidad de plataformas o sitios web enfocados al sector, capacitación en temas digitales y adaptación a las nuevas dinámicas que se presentan con la inteligencia artificial, el trabajo remoto y la colaboración internacional.

La informalidad laboral es un tema que interviene en todos los sectores productivos del país, pero esta cuestión es más compleja para los profesionales del sector creativo que la enfrentan. Las cifras indican que más del 70 % de los trabajadores se encuentran en condiciones de informalidad (Cardoso et al., 2020). Esto presenta una carencia de acceso a temas de seguridad y estabilidad laboral, datos que sugieren que la mayoría del recurso humano podrían estar siendo explotados y mal remunerados.

En Ecuador, la transición de los graduados de las instituciones de educación superior al mercado laboral es un proceso lleno de dificultades y obstáculos, especialmente a los profesionales que se gradúan de las carreras de artes y humanidades. Según el (INEC, 2020) solo el 35 % de los graduados encuentran un empleo en un periodo de un año después de culminar los estudios. Es alarmante que más de un 60 % no logró encontrar empleos en su área de especialización. Los jóvenes enfrentan niveles de competencia altos, la mayoría de este capital humano

no dispone de redes profesionales y en la mayoría de los casos carecen de viabilidad en el sistema laboral tradicional.

El mercado laboral ecuatoriano es un espacio que evidencia un deterioro impactado por las economías extranjeras y una pandemia que intervino en el desarrollo de las actividades, el sector cultural no cuenta con herramientas específicas en torno a la prestación y comercio de servicios, el sector creativo carece de sinergia, las entidades públicas, los gestores culturales y los profesionales no cuentan una red digital que permita mejorar las relaciones mercantiles. Las herramientas digitales ayudarían a temas de empleo y subempleo, serían un referente para mejorar las condiciones actuales con más visibilidad del trabajo creativo.

La digitalización trae consigo la diversificación y la expansión de las capacidades del sector cultural. En el contexto digital los artistas, diseñadores, escritores, músicos y otro tipo de profesionales comparten su trabajo en plataformas digitales, esto a más de ser una ventaja presenta también desafíos en temas estructurales que impiden una sinergia óptima. Existen muchos medios digitales para la muestra de trabajos. Sin embargo, no todas las plataformas son eficientes para la amalgama de servicios creativos que existen actualmente. Mientras que un profesional gráfico puede mostrar su portafolio en Instagram, un escritor o músico no tendría la misma ventaja en una red de enfoque visual. Una plataforma especializada podría dar espacio a otras actividades que permanecen menos visibles.

En el ecosistema digital existe una gran variedad de plataformas para profesionales creativos, estos sistemas web están enfocados a un mercado global y su desarrollo viene de países como Estados Unidos, Australia, España o México. En Latinoamérica destacan países como Argentina donde el desarrollo tecnológico en materia laboral creativa es evidente en comparación a Ecuador, en el año 2012 nace en Buenos Aires, Workana. Una de las plataformas de trabajo freelance más grandes del mundo con 3 millones de freelancers, es decir profesionales independientes, un sistema sólido donde empresas y usuarios publican proyectos, se estima que existen más de 30 mil búsquedas al mes (Bracciaforte, 2020).

A pesar de la gran oferta de talento creativo, la falta de un medio centralizado para mostrar y comerciar ese talento coloca a Ecuador en una situación crítica, sin plataformas enfocadas en la industria creativa, esa condición ausente lleva a muchos profesionales del sector a operar en condiciones poco favorables en un ambiente de informalidad, desaprovechando el potencial de una industria que

podría generar un gran impacto en la economía sin oportunidad de un crecimiento sostenido en el sector cultural.

Ecuador se ha caracterizado por ser un país orientado a la exportación de materias primas, los productos agrícolas, recursos base como el petróleo y minerales como el oro, representan la base económica del país. Esta tradición orientada a ese enfoque determina la matriz productiva. Conduciendo a una especialización y la consolidación de los recursos a esos sectores, donde la política económica, la inversión estatal y las estrategias de desarrollo favorecen al fortalecimiento de esos rubros dejando de lado a otros sectores emergentes como el tecnológico, el digital, el creativo y el cultural.

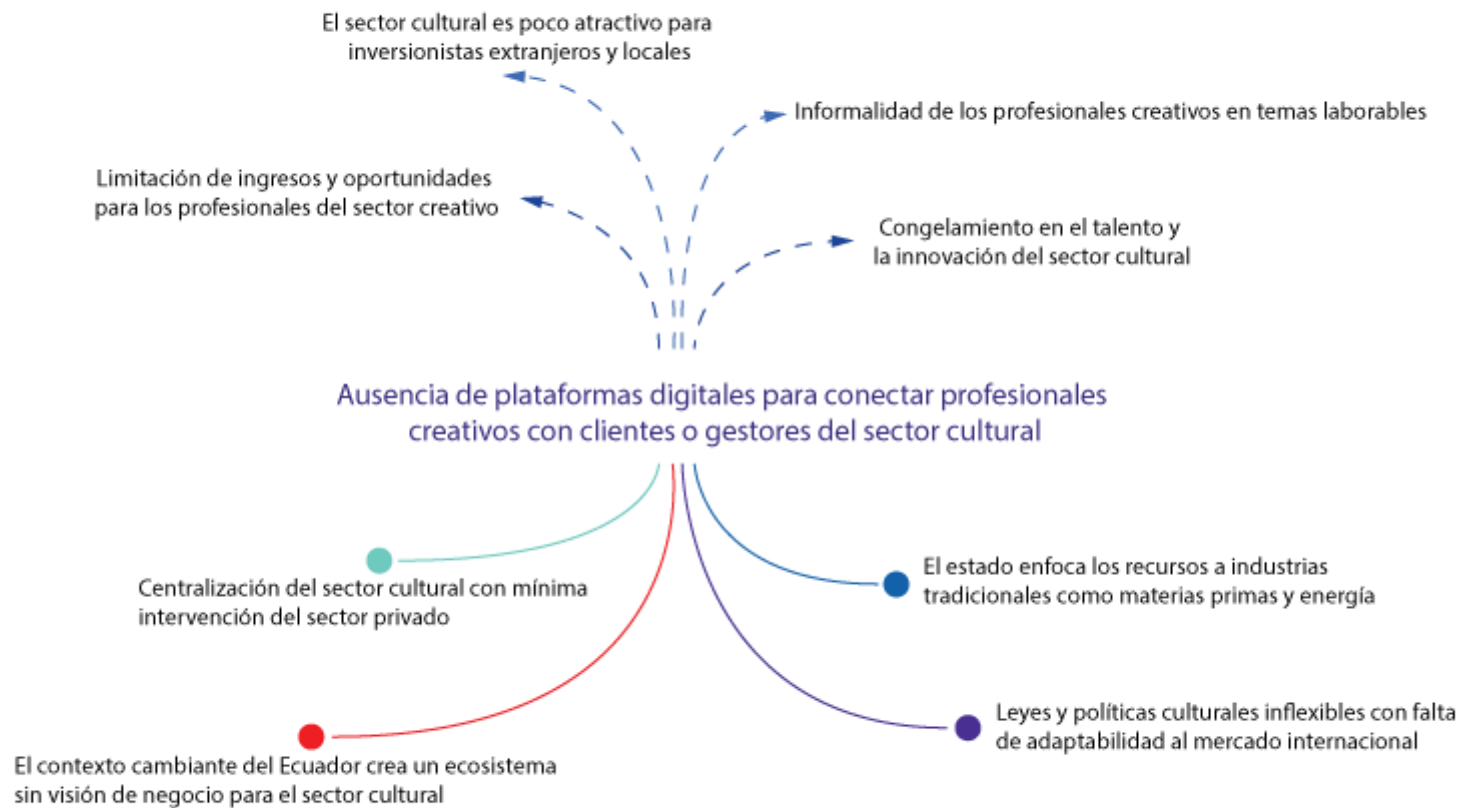
Al centrar los mercados en los productos tradicionales, la diversificación en las exportaciones no se enfoca en productos o servicios digitales, existe una constante oferta de talento, pero la desatención de estos sectores provoca un estancamiento en el mercado, retraso tecnológico y poca innovación.

Uno de los factores que más afectan al sector cultural y retrasan el desarrollo de estas industrias, es el marco regulatorio con las políticas públicas impuestas por las instituciones y las autoridades de turno. La existencia de regulaciones y las leyes de cultura en su afán de proteger y conservar la identidad son restrictivas en cuanto a las tendencias globales. Estas restricciones no permiten a las empresas extranjeras entrar con capital de inversión y limitan la capacidad de los profesionales a innovar y adaptarse a los mercados internacionales.

Si bien, La ley Orgánica de cultura es un instrumento que promueve y financia la cultura, esta financiación en términos prácticos encuentra muchos problemas y por lo general se ve atrapada en temas burocráticos y enredos administrativos que desalienta a muchos artistas y gestores culturales, en especial al talento emergente y a los que experimentan con las nuevas formas de expresión. Apenas en este año se introdujo a los fondos concursables del Ministerio de Cultura y el Instituto de Fomento a la Creatividad y la Innovación (IFCI) la modalidad de producción de videojuegos para dispositivos móviles, es decir que las instituciones públicas van rezagadas al mercado. El IFCI (2023) asignó un monto que llega a 1,171,000 dólares americanos apenas el 0,00371 % del presupuesto general del estado para el 2023.

En Ecuador la cultura ha sido predominantemente dirigida por el aparato gubernamental, aunque la centralización garantiza que los proyectos encaminados

en las políticas públicas tengan presupuestos, también limita la diversidad y la innovación de todo el sector creativo. La escasa intervención del sector privado y la percepción de inestabilidad en el estado, hacen que la industria no sea atractiva para inversores, locales y extranjeros. Como resultado el estado patrocina proyectos que se limitan a las audiencias locales, desconectados de las dinámicas globales. La dominancia del sector público en el ámbito cultural ha generado un desapego del sector privado en estos temas. Al no visualizar a la cultura como un sector lucrativo con un gran potencial de negocio debido al control gubernamental, mucha de las empresas e inversores minimizan su aportación en este mercado. Este escenario provoca que la industria no fomente la participación de profesionales creativos.



2.2 ANÁLISIS OFERTA Y DEMANDA

Ecuador literalmente representa el centro del mundo, pero es más que un importante punto geográfico; es un territorio donde convergen, tradiciones, historias y arte con una gran diversidad cultural. Esta posición lo coloca en el epicentro de la creatividad y la cultura. Ecuador se presenta al mundo como un país de gran oferta creativa como un punto de convergencia de artistas, escritores, músicos y creadores de diversas disciplinas.

Es imposible no reconocer al Ecuador como un mercado dinámico con riqueza cultural por ofrecer. Desde las edificaciones imponentes del centro histórico de Quito, hasta el comercio de obras y productos de origen andino. Ecuador es un gran mercado que tiene un legado por ser explotado. Lo tradicional y lo contemporáneo hacen del país un terreno ideal para la innovación y el comercio cultural. Un mercado que al igual que su ubicación geográfica tiene el potencial de conectar el mundo digital, sus ideas y las nuevas visiones creativas.

2.2.1 OFERTA

El sector creativo es un mosaico que abarca un gran número de actividades, un sector con una variedad de disciplinas y manifestaciones de todo tipo. Desde las artes visuales como la pintura, escultura, la fotografía hasta las artes escénicas como el teatro, la música, el baile, y no olvidemos las nuevas disciplinas audiovisuales como el cine, los videojuegos o el cómic.

Parte de la oferta se origina en las instituciones públicas o privadas que aportan a la formación de profesionales, en la actualidad las universidades y los institutos cuentan con programas más amplios en el área de artes y humanidades, nuevas carreras que fomentan la creatividad y el talento. No obstante, en un análisis realizado por el SENESCYT (s.f.) refleja datos preocupantes en la oferta profesional, se registra una disminución de los títulos emitidos en el campo de artes y humanidades pasando de alrededor de 4,200 títulos en el año 2018 a unos 2,800 en 2021. Estos resultados sugieren una reducción de los profesionales que ingresan al mercado laboral.

Dentro del Registro Único de artistas y gestores culturales encontramos un total de 22,620 inscritos con la esperanza de acceder a los fondos públicos proporcionados por el Ministerio de Cultura y Patrimonio, solo un promedio de 10 proyectos logra

tener el beneficio de acceder a ese capital con más de 400 aplicaciones por categoría (De la Vega, 2022). Esta cifra a más de resaltar la competitividad, también refleja la existencia de una gran cantidad de proyectos que están listos a ser ejecutados que no cuentan con oportunidades y recursos para materializarse. Por otro lado, en el panorama laboral tenemos estadísticas que reflejan que el 78,53% de los profesionales del sector tienen actividades culturales como secundarias (Cardoso et al., 2020). Esta tendencia puede ser interpretada como una respuesta a la dinámica cambiante del mercado laboral y la adaptabilidad de los individuos. Con plataformas digitales como Facebook o LinkedIn, los profesionales ecuatorianos han encontrado un espacio para ofrecer sus servicios, ampliar sus conexiones y no solo a niveles locales sino a nivel internacional. Las plataformas y la digitalización democratizan el acceso al mercado global y permite que los ecuatorianos puedan competir e incluso colaborar con profesionales de otras regiones.

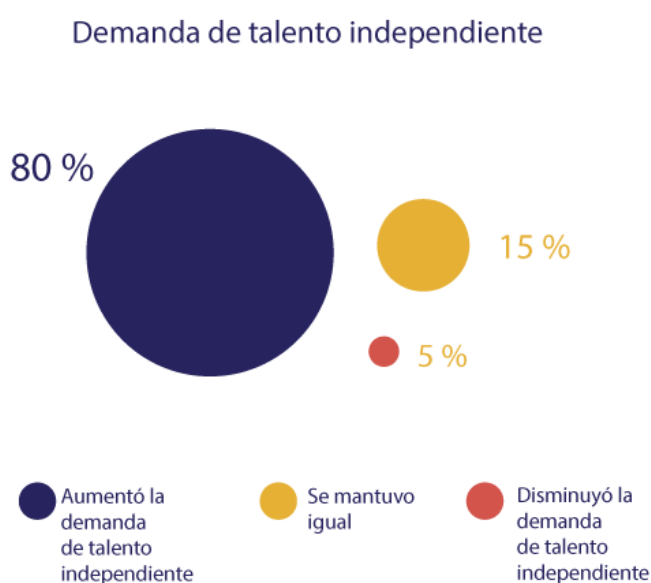
2.2.2 DEMANDA

En el Ecuador, el sector cultural tiene unas dinámicas especiales y estas requieren más atención en referencia a los temas laborales. Para el INEC (2022) apenas el 34% de los graduados en el año 2019 consiguieron un empleo estable en el 2020, si bien es una cifra bastante baja podría señalar que existen oportunidades para innovar en la forma de conectar a los profesionales con el mercado. Los talentos emergentes, son profesionales que cuentan con una formación actual y especializada, es un capital humano que busca aplicar sus habilidades y contribuir al desarrollo creativo. Este panorama fomenta la demanda de plataformas y sistemas que faciliten la interacción de los profesionales con potenciales clientes como los gestores culturales o empleadores que valoren productos y servicios alternativos.

Dentro de las economías y el auge de las plataformas digitales, la contratación de personal independiente resalta en este contexto. Ecuador con su gran potencial y su talento emergente, no está alejado de esa realidad. Pero, al mirar el estado de la región se observa que otros países han acelerado la adopción de estas dinámicas más rápido. Un ejemplo es Workana, una de las principales plataformas de trabajo en línea de origen argentino, en su reporte del 2021 destaca la tendencia creciente

en América Latina respecto a la contratación de talento independiente con un incremento del 80 % en empresas que buscan contratar talento por medio del internet (Workana, 2022). Cifras que demuestran la gran demanda de profesionales cualificados en la región. Ecuador cuenta con un enorme potencial, el caso de Workana evidencia la necesidad de impulsar herramientas similares para satisfacer la demanda de talento independiente en el país y que permitan a los profesionales ecuatorianos conectar con oportunidades locales o internacionales.

Figura 4



Nota. Adaptado de Demandas de talento independiente, de Workana, 2022, fuente: Reporte Workana 2021.

A pesar de la falta de datos específicos sobre la demanda cultural en Ecuador, es evidente que el país presenta una demanda latente en el sector creativo.

Anualmente, se registran más de 45,000 descargas de datos en internet, con un mayor consumo en entretenimiento, juegos de video, apuestas y compras en línea. Lo más relevante es que el 24,25 % de los usuarios ecuatorianos de LinkedIn están conectados laboralmente a una empresa a través de la plataforma. La mayoría de estos profesionales digitales tienen entre los 24 y 34 años, representando el 59 % de los usuarios, subrayando la tendencia creciente de las nuevas generaciones a buscar conexiones en entornos digitales. Esta demanda que valora las experiencias digitales podrían ser una oportunidad para que los profesionales, las herramientas

digitales y la cultura sean un motor de desarrollo y encuentro en el Ecuador (Del Alcázar, 2023).

2.3 IDENTIFICACIÓN Y CARACTERIZACIÓN DE LA POBLACIÓN OBJETIVO

Ecuador se caracteriza por ser un país de gran diversidad en muchos temas. La riqueza cultural está reflejada en una población variada en sus actividades y las manifestaciones. La cultura es un tejido social que tiene una vasta gama de profesionales que aportan con su talento, su pasión al desarrollo del país. A pesar de ello los profesionales del sector cultural requieren de una mejor comprensión sobre sus necesidades y aspiraciones.

La diversidad y la gran variedad de actividades dentro del ámbito cultural en el país es amplia y compleja. En la distribución de estos roles encontramos que el 20 % de los profesionales desempeñan un papel como gestores culturales, un nicho que garantiza la existencia de las expresiones artísticas y culturales, un puente que une la cultura con las audiencias. Por otro lado, el grueso de los profesionales está en el 52 % que se identifican como creadores, aportando a la producción de nuevas obras, productos o servicios, una comunidad activa que forja un camino con sus aportaciones a la cultura (Cardoso et al., 2020).

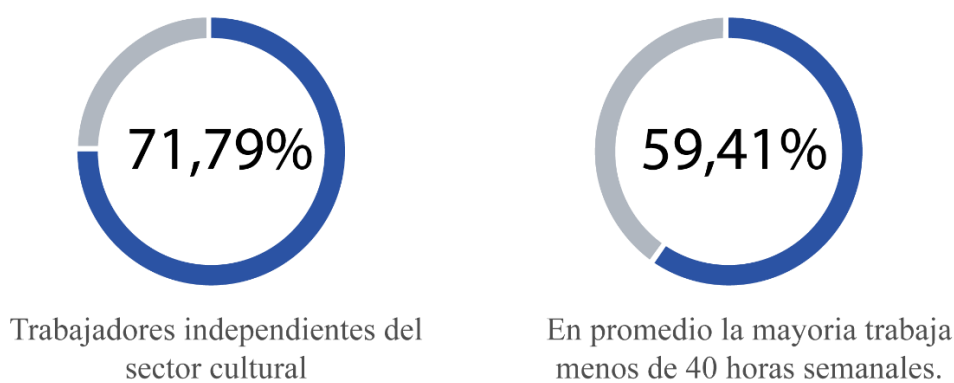
La diversidad no solo está en las actividades, sino también en las condiciones geográficas de los profesionales. Según datos del RUAC (2023) aunque las provincias de pichincha y Guayas concentran la mayor cantidad de expertos, existe una notable dispersión de profesionales en diversas regiones del país. Esta distribución del talento al desglosar a los profesionales por su rol específico, en la plataforma del RUAC se registran 5,403 gestores culturales, 2,537 productores y 10,408 creadores.

Las cifras presentan claridad sobre el sector cultural, pero es solo una parte de un contexto que requiere más investigación por la complejidad que representa a los profesionales de esta industria. Detrás de los porcentajes y los valores números, hay experiencias, trayectorias, necesidades y aspiraciones individuales. La riqueza de esta comunidad está en su talento y las particularidades que presentan cada profesional. Por ende, es crucial a más de identificar, el caracterizar a fondo esta población, comprendiendo sus realidades y las circunstancias que rodean su quehacer profesional.

En el panorama actual y las condiciones económicas cambian las dinámicas del trabajo con un marcado incremento de profesionales que optan por trabajar de forma independiente, especialmente en el rubro cultural. En Ecuador el 71,79 % de los trabajadores pertenecen al sector autónomo o independiente, y solo el 24,15 % entran en la categoría de personal con salario fijo (Cardoso et al., 2020) un sector dominado en un porcentaje alto por la informalidad se presenta como una industria frágil, muy dependiente de los ciclos económicos y la gestión gubernamental.

Figura 5.

Situación del trabajo en el sector cultura.



Nota. Adaptación de trabajadores de la cultura, de Cardoso et al., 2020, Trabajadores de la cultura: condiciones y perspectivas en Ecuador.

La informalidad laboral es una realidad que atraviesa a todos los sectores económicos del país. El ámbito cultural y creativo no está alejado de esa realidad que atraviesa a todos los profesionales. Para el Registro único de Artistas y Gestores culturales (RUAC) en su boletín de junio 2021, el 64,58 % de los inscritos cuenta con un seguro social, el 53,62 % están dentro del régimen voluntario (De la Vega, 2022). Esta situación evidencia la necesidad de políticas y plataformas que promuevan el trabajo de estos profesionales, plantearía una contribución que mejore las condiciones laborales.

Los profesionales de la cultura tienen características especiales, con una naturaleza polifacética que se evidencia en que el 70 % de los trabajadores diversifican sus habilidades, ya que sus ingresos provienen de al menos dos empleos culturales diferentes. Esta capacidad de realizar múltiples tareas refleja la flexibilidad y

adaptación de los profesionales al diversificar sus fuentes de ingresos (Cardoso et al., 2020).

Estas condiciones se ven reforzadas por otros datos que muestran la fragilidad económica del sector. Es preocupante que el 73 % de los profesionales de la cultura declara tener ingresos que no superan los 751 dólares mensuales. Algo que es más revelador es que de ese porcentaje solo el 42 % no logra llegar al salario básico. Esto ilustra un escenario con grandes dificultades económicas a pesar del esfuerzo y la contribución que entregan a la riqueza cultural (Cardoso et al., 2020).

La sostenibilidad financiera y el ahorro son indicadores del bienestar económico. Lamentablemente dentro del sector el 59,21 % de los profesionales indica no tener la capacidad o el hábito de ahorrar. Esto devela las dificultades económicas que manifiestan vulnerabilidad al largo plazo. 59 % señala no tener seguro médico y solo el 21 % cuanta con seguridad social (Cardoso et al., 2020).

Los datos revelan una complejidad latente para los profesionales del sector cultural ecuatoriano. A pesar de ser una comunidad con gran talento, adaptabilidad y con roles diversificados enfrentan desafíos económicos notables. La dependencia de múltiples fuentes de ingreso, junto con recaudaciones que se encuentran por debajo del salario básico, demuestra una delicada situación financiera en la industria. La escasa capacidad de ahorro impacta de forma negativa en el largo plazo de los trabajadores. Es necesario fortalecer este sector económico, mejorar las condiciones laborales de los actores y desarrollar alternativas para el desarrollo cultural.

3. OBJETIVOS DEL PROYECTO

3.1 OBJETIVO GENERAL

Desarrollar una plataforma web como alternativa que permita conectar servicios creativos profesionales con clientes del sector cultural.

3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Analizar el mercado, las características, necesidades y desafíos de los profesionales del sector cultural.
- Desarrollar la marca y la plataforma con una identidad orientada a la cultura y la creatividad.
- Publicar la plataforma en la web para su uso en un entorno de pruebas.

4. MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

La digitalización demuestra ser un proceso que interviene en todos los aspectos sociales, desde las comunicaciones hasta los hábitos de consumo. La tecnología junto con la globalización trae transformaciones significativas en los servicios creativos y las industrias culturales. Las oportunidades son infinitas, pero también presentan nuevos desafíos, el consumo de arte y cultura experimentan una reconfiguración en su interacción con las audiencias. Antiguamente las conexiones se basaban en los contactos personales, en espacios físicos, los medios digitales abren un panorama distinto sin las limitaciones de las fronteras y los husos horarios.

Este nuevo panorama en un mundo de nuevos medios de comunicación no está alejado de los desafíos. Las oportunidades también surgen con los obstáculos que requieren de soluciones innovadoras. Las plataformas de trabajo plantean una alternativa al complejo mundo de las industrias culturales, la búsqueda de calidad

en los servicios genera la necesidad de usar herramientas más efectivas. Los creativos, las instituciones y los gestores culturales se ven en la obligación de adaptarse a las nuevas tecnologías garantizando la calidad de sus servicios en un ecosistema cada vez más digitalizado.

Las plataformas digitales son herramientas que revolucionan el mercado, son muchos los profesionales del sector creativo que ofrecen sus servicios, y más los actores del sector cultural que los buscan y los consumen. Los sitios web para profesionales, las redes sociales y las plataformas de trabajo gana espacio en los mercados actuales, pero existen brechas. Para la UNESCO (2021) la industria cultural aporta alrededor del 3 % del PIB a nivel mundial y se estima que genere un flujo de 2,25 billones de dólares al año, un sector que emplea cerca de 30 millones de personas, puestos de trabajo que son ocupados por personas de entre 18 a 25 años, más jóvenes que en otros sectores productivos.

Las economías creativas son un sector que tiene un crecimiento significativo a nivel mundial, son más los países que centran sus economías en las industrias creativas, como la exportación de productos digitales y servicios profesionales. La globalización junto con las nuevas tecnologías son herramientas que fomentan el comercio del sector en los mercados internacionales. Los países desarrollados son los que generan más exportaciones, China y la India destacan en esta industria por la producción de películas, México con las transmisiones televisivas, países como Corea y Japón con productos digitales de animación y comics (Camacho, 2022). Las exportaciones son una parte fundamental en los mercados emergentes y constituyen un sector fuerte en los países desarrollados, contribuyen significativamente a las economías, generan empleo, promueven el desarrollo y la innovación creativa. En estos tiempos la exportación de servicios y bienes culturales toman relevancia gracias a la digitalización y el avance de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC).

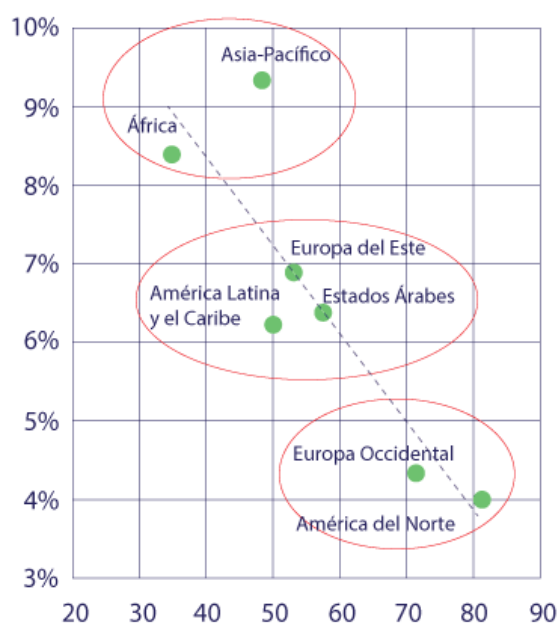
Mientras que los países desarrollados se adaptan a las nuevas corrientes tecnológicas, en América latina las industrias culturales tienen diferentes enfoques. Desde la pandemia del COVID-19 existe mayor atención hacia el sector creativo y el tecnológico. Este evento sin precedentes llevo a una aceleración en la digitalización de las tareas laborales e impulso a las sociedades a buscar nuevas herramientas para comunicarse. La adopción de banda ancha fija en Latinoamérica creció en un 9,8 %, llegando a un 58,54 % en los hogares (Jung & Katz, 2023).

Mientras que en Ecuador el Instituto de estadísticas y censos (INEC) registro un incremento del 2019 al 2022 del 30,7 % en la cantidad de hogares con acceso al internet.

El crecimiento de la infraestructura tecnológica permite que la región avance en la digitalización, este proceso es transversal y constituye un avance en las organizaciones públicas y la red empresarial, cambios que se dan en todo el entorno social e industrial. América latina y el Caribe se encuentran en un nivel medio en relación con otras regiones del mundo en términos de ecosistemas digitales, con un índice de 79,92 en una escala que va del 0 a 100, regiones como África tienen un registro de 35,05 mientras que Europa Occidental está en 71,06 la región más desarrollada es la de América del norte que está en 80,85 (Callorda et al., 2022).

Figura 1.

Índice de Desarrollo del Ecosistema Digital.



Nota. Adaptado del Índice de desarrollo del ecosistema digital de Telecom Advisory Services, 2018, Las Oportunidades de la digitalización en América Latina frente al COVID-19.

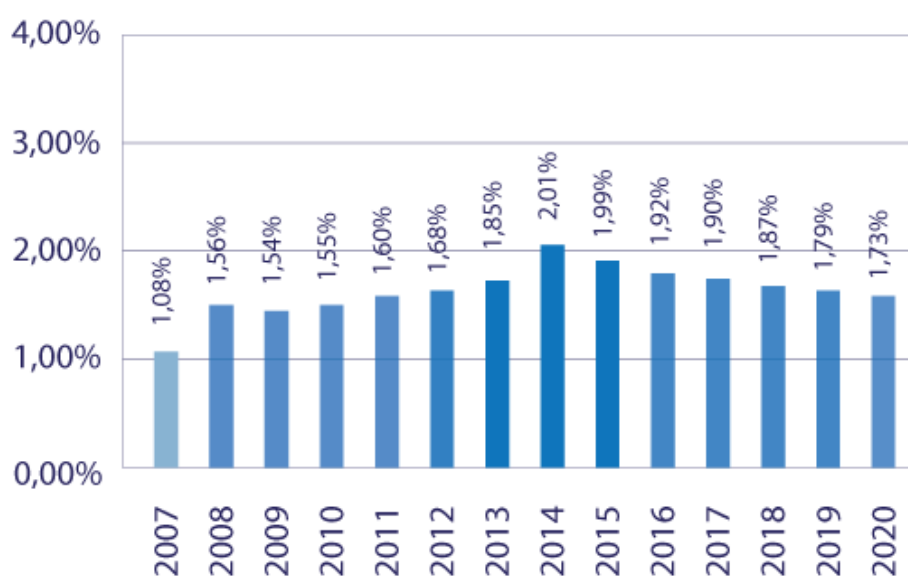
América latina sigue siendo una región en vías de desarrollo, los avances son considerables, pero a pesar de los esfuerzos, el desarrollo en temas culturales aún se encuentra con desafíos y Ecuador no es la excepción. En el país, el 76 % de la población tienen acceso al internet, se registra un incremento del 32,7 % en la

cantidad hogares con acceso al internet, 25 % en zona urbana y 76 % en zonas rurales (Del Alcázar, 2023).

Desde la creación del ministerio de cultura en el año 2008 y la publicación de la ley orgánica de cultura, el ente estatal observa regularmente el estado de las economías y su impacto en el producto interno bruto (PIB), en términos generales el promedio de ingresos en Ecuador representa el 1,72 % del valor agregado, esto equivalen a unos 1,078 millones de dólares (Ministerio de cultura y patrimonio, 2019). Sin embargo, ese porcentaje se mantiene estable, no existe una variación significativa en esos datos, la industria no presenta un crecimiento notable.

Figura 2

Contribución de las actividades culturales al PIB



Nota. Adaptado de la Cuenta Satélite de cultura, 2020, Ministerio de cultura y patrimonio (<https://siic.culturaypatrimonio.gob.ec/index.php/contribucion-del-pib-a-la-cultura/>).

La industria cultural funciona con dinámicas muy diferentes a las condiciones de otros sectores, se estima que en Latinoamérica el 58 % de los trabajadores del medio son autónomos. En Ecuador existen ciertas características que van relacionadas a la visión regional, muchos de los profesionales se enmarcan en el pluriempleo, actividades informales y esporádicas, muchos de los trabajadores

tienen una actividad principal y se mueven en actividades secundarias intermitentes para generar ingresos adicionales, apenas el 30 % del sector realiza actividades que derivan de una educación universitaria (Cardoso et al., 2020)

Con la digitalización los profesionales creativos encuentran nuevas formas de mostrar y comerciar con su trabajo. Las plataformas se han convertido en un aliado en la oferta de servicios y productos digitales, sitios web como Behance, Instagram, Artstation o DevianArt demuestran ser aliadas democratizando el acceso al arte y la cultura, permiten que artistas, diseñadores, programadores y todo tipo de creadores lleguen a audiencias globales por medio del internet. Esta revolución digital brinda oportunidades a los trabajadores.

Hay que tomar en cuenta que las transformaciones digitales también presentan desafíos. Al entrar con productos y servicios en la red, nos introducimos a un mercado saturado con niveles competitivos más altos, aunque publicar y compartir los trabajos es más fácil, el destacar con obras originales o servicios cualificados es increíblemente desafiante. La mayoría de las plataformas cuentan con algoritmos que determinan la visibilidad de los artistas en función de los consumidores, por lo general favorecen a los profesionales que cuentan con una popularidad alta, los nuevos talentos tienen más dificultad en tener visibilidad.

Por otro lado, las instituciones del sector cultural como las galerías, teatros, museos, editoriales buscan innovar y adaptarse a la era digital. Estos espacios que convencionalmente se ha apoyado en presencialidad y la experiencia física, actualmente se ven en la necesidad de integrar nuevas tecnologías en su modelo de negocio.

Los museos y las galerías de arte ahora cuentan con exhibiciones y recorridos virtuales, los teatros que antiguamente solo funcionaban con la venta de boletos presencial con presentaciones en vivo ahora exploran las transmisiones en redes sociales con la venta de entradas en la web. Las editoriales que transforman su oferta de libros en tiendas a entornos de venta y reproducción digital.

La digitalización y la cultura son dos planteamientos que ya se encuentran juntos, esto plantea muchas oportunidades y desafíos. Mientras que los profesionales creativos buscan aprovechar las nuevas tecnologías, el sector cultural con sus entidades públicas y privadas tienen que adaptar ecosistemas digitales que permitan desarrollar el talento creativo de cara a un escenario global.

Ecuador es un país con potencial que cuenta con un talento a ser explotado, la economía creativa, aunque tiene grandes oportunidades cuenta con barreras que históricamente han dificultado el desarrollo del mercado. Los profesionales creativos y las entidades culturales, a menudo, realizan conexiones en base a las redes personales o las recomendaciones cercanas, esto limita el alcance y la visibilidad de los actores que intervienen en la industria. Ante el aumento de la digitalización y la demanda de servicios en línea de nuevas habilidades, surge la necesidad de contar con un entorno digital que contemple estas carencias y presente soluciones eficientes a la comunidad cultural.

En este panorama establecer una base que presente nuevas dinámicas al mercado es fundamental. Nos proporciona una imagen detallada del punto de partida y nos permite evaluar con datos el impacto y la transformación que puede generar una plataforma que centre servicios y productos en un ecosistema digital donde los individuos y las organizaciones culturales interactúen y se beneficien mutuamente. El 52 % de los profesionales se identifican como artistas y son la base de la cadena productiva al aportar su creatividad a la industria. Por otro lado, un 20 % desempeñan un papel de gestores culturales garantizando que las obras y proyectos lleguen a las audiencias. Dentro de la docencia y la investigación está el 12 %, el 6 % al personal técnico, 4 % a los artesanos y cerca de un 7 % se dedica a otras actividades culturales. Resulta interesante que uno de cada cuatro profesionales se dedica a la creación de nuevas obras y conceptos (Cardoso et al., 2020).

Otra de las particularidades que definen a los profesionales de la cultura es su notable inclinación a condiciones de informalidad, esta tendencia se ve reflejada en el pluriempleo. Más del 51 % de los profesionales creativos se encuentran en esta situación, por lo general son individuos que ejercen más actividades en múltiples roles, esto denota una preocupante obligación de diversificar sus ingresos para satisfacer sus necesidades (Cardoso et al., 2020).

En Ecuador pese a la intervención del estado con el fomento de leyes e instituciones dedicadas a la cultura, se percibe un vacío en cuanto a plataformas exclusivas que fomenten el comercio o las relaciones contractuales dentro del ámbito cultural. Existen sitios web como el RUAC y mecanismos de registro para fondos concursables impulsados por el gobierno mediante el Ministerio de Cultura y Patrimonio, pero estos no facilitan la conexión, promoción o negociación entre

los profesionales y potenciales clientes. El RUAC cuenta con 22,620 usuarios de los cuales 10,402 son creadores y 5,403 son gestores culturales (RUAC, 2023)

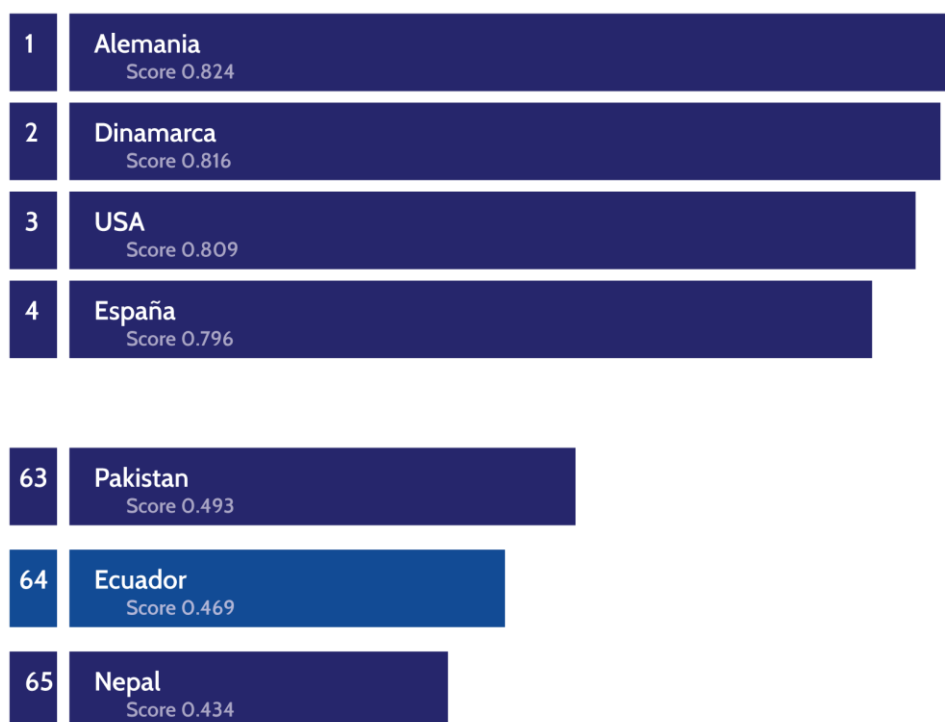
Por otro lado, plataformas digitales de origen internacional como LinkedIn, con una comunidad de 946,000 profesionales ecuatorianos, y Behance, enfocada en la presentación de portafolios creativos, ganan terreno en Ecuador (Del Alcázar, 2023). Son plataformas que ofrecen un espacio para los profesionales, sus trabajos con oportunidades comerciales. Sin embargo, el sector cultural necesita de una plataforma que entienda las necesidades locales y se ajuste a la particularidad del mercado ecuatoriano.

Con la digitalización, las tendencias laborales se inclinan hacia la diversificación de habilidades y la adaptabilidad al entorno digital. Desde el año 2020 con el surgimiento de la pandemia COVID-19, el trabajo remoto se ha posicionado como una alternativa para las empresas y los trabajadores. Pero ¿Qué es el trabajo remoto? El trabajo remoto o también conocido como teletrabajo, es la actividad laboral que se realiza mediante el uso de redes de telecomunicación fuera del espacio físico de la empresa (Real Academia Española, s.f.).

En Ecuador a pesar de los cambios que trae la globalización y la digitalización, las alternativas en temas laborales no se consolidan en comparación a otros países. De acuerdo con los datos del Ministerio del trabajo (2023) existen 170,698 personas registradas como teletrabajadores, esto demuestra cierta resistencia a la adopción de esta modalidad, el panorama se vuelve más complejo al considerar el posicionamiento del país en temas de trabajo remoto. Según la Global Remote Work Index (2023) Ecuador ocupa el puesto número 64, lo que indica que existe un camino largo en el mejoramiento de las condiciones del teletrabajo.

Figura 3

Clasificación por países de la calidad del entorno referente al trabajo remoto.



Nota. El score son las puntuaciones de varios estudios que van desde 0,000 a 1,000 donde el factor 1,000 hace referencia a resultados favorables, Global Remote Work Index, 2023, adaptado de <https://nordlayer.com/global-remote-work-index/#countries-score-table>.

Es necesario mencionar temas que se vuelven más populares en estos entornos digitales, como la “Gig economy” un término que hace referencia a la creciente modalidad de las empresas por contratar profesionales temporales. Las empresas cambian su demanda laboral con relación a las condiciones del mercado, sin recurrir en costos fijos asociados con la contratación de personal a tiempo completo. También los trabajadores tienen la posibilidad de escoger proyectos que se alineen con su disponibilidad sin estar atado permanentemente a una compañía. En el caso de Ecuador, la adaptación a condiciones diferentes en términos de economía se cruza con la transición a las nuevas modalidades de empleo. El reto del país se basa en como adaptarse a tendencias emergentes sin perder de vista la evolución, los derechos y el beneficio de todos los actores que intervienen en la industria cultural.

5. MATERIALES Y METODOLOGÍA

5.1 METODOLOGÍA

La plataforma de servicios profesionales tiene como principal meta el generar una alternativa al sector cultural, la siguiente propuesta se basa en un método cualitativo que tiene un enfoque deductivo, el cual se enmarca en la descripción de todos los elementos relacionados a plataformas digitales, la recopilación de información de sistemas web que buscan conectar al sector creativo con otros sectores económicos.

El diseño de la siguiente propuesta está centrado en la investigación acción, la recolección de datos por medio de entrevistas de un sector etnográfico que se enmarca en el área cultural, profesionales inmersos en el uso de aplicaciones digitales que muestran su oferta profesional a otros actores por medio de canales alternativos como las plataformas de trabajo. Para Orellana & Sánchez (2006) las técnicas de observación aplicadas a entornos virtuales tienen como característica un cambio continuo a lo largo de la investigación, es importante que al definirse como búsqueda en entornos digitales esta es más amplia y requiere de otras dinámicas, este proceso busca información que es claramente escasa a nivel nacional por lo tanto se dirige a experiencias de usuarios con plataformas extranjeras.

El desarrollo adopta un proceso cíclico, centrado en el usuario (UXD). Inicia con “idear”, donde se busca comprender el contexto y los desafíos que tienen los usuarios. Posteriormente, en “crear”, que establece el diseño y experimentación con prototipos para analizar la interacción en un entorno real. Y finaliza con “Evaluar” que se enfoca en revisar los resultados, esto se repite hasta obtener un producto satisfactorio (Campoverde et al., 2023) .

Parte del proyecto requiere cierta interacción con los grupos de interés, en este caso la propuesta se enfoca en un grupo de profesionales que tienen las habilidades necesarias para dar servicios profesionales en línea, se plantean un número muy pequeño de entrevistas donde los profesionales puedan destacar perspectivas y recomendaciones para el desarrollo de una plataforma de servicios a nivel nacional.

Este esquema de entrevistas se centra en profundizar las experiencias y las expectativas de los profesionales del sector cultural con relación a las plataformas digitales, mediante las siguientes preguntas.

Motivación.

¿Por qué elige trabajar a través de plataformas digitales?

¿Qué ventajas encuentra al ofrecer sus servicios en plataformas digitales?

Aspectos económicos.

¿Consideras que tus ingresos económicos mejoraron por trabajar en las plataformas?

¿Qué proporción de sus ingresos provienen de las plataformas digitales?

Valoración de las plataformas

¿Cuál cree usted que es la característica más importante que debe tener una plataforma de trabajo?

¿Qué elementos o funcionalidades le gustaría ver en una plataforma de servicios profesionales diseñada específicamente para el sector cultural del país?

Perfiles y resultados de la entrevista

Para adentrarnos en las respuestas de los entrevistados, es necesario entender el contexto y la experiencia que cada uno aporta al estudio. Los participantes seleccionados para la muestra son diseñadores y artistas que han demostrado sus habilidades y experticias en sus disciplinas. Un factor en común y distintivo en su trayectoria es la experiencia que tienen al trabajar de manera remota en plataformas extranjeras, específicamente de origen norteamericano, Estados Unidos. Estas plataformas son conocidas por su rigurosidad y la alta competencia, estas características dan una visión única sobre lo que significa operar en mercados digitales a nivel mundial.

Marco Cumba, es un ilustrador especializado en arte digital, con más de 7 años de experiencia. Su pasión y su habilidad lo llevaron a especializarse en la ilustración de comics. Marco ha extendido su talento más allá de las fronteras, destacando en plataformas internacionales como Fiverr y Upwork con clientes de diferentes regiones como Estados Unidos, Oriente Medio y Asia. Parte de sus clientes son

editores que colaboran con empresas y plataformas de comic como Webtoon y Patreon.

Carlos Poveda, con una formación en tecnología tridimensional, se ha convertido en un profesional del concept art especializándose en fondos y escenarios. Su experiencia abarca más de 5 años en el mundo del diseño, durante ese tiempo ha colaborado con clientes locales e internacionales. Un artista que ha extendido su talento a plataformas digitales como Upwork, Workana y Artstation. En estas plataformas, Carlos tiene la oportunidad de trabajar como diseñador gráfico, ilustrador y modelador 3D.

Edwin Correa, diseñador gráfico con más de 10 años de experiencia. Su especialización se centra en la creación de marcas, logotipos e identidad corporativa, con una cartera de clientes a nivel local e internacional. En el país ha trabajado con marcas como Hyundai y Ssang Yong Motor company. Pero gracias al internet su talento no se limita a nivel local, colabora con agencias de publicidad ubicadas en Estados Unidos e Inglaterra por medio de plataformas digitales como Upwork y Behance.

Motivación

¿Por qué elige trabajar a través de plataformas digitales?

Marco nos cuenta que trabajar mediante plataformas no fue una elección, sino más bien una adaptación a las condiciones del mercado. Su estilo comic muy alineado al manga japonés con un contenido adulto, no siempre fue bien percibido localmente. Sin embargo, descubrió las plataformas digitales y encontró clientes que buscaban un estilo similar, lo que le impulso a trabajar por medio del internet.

Para **Carlos**, siempre existió el deseo de ser un artista conceptual, en el contexto local y la oferta laboral era limitada en esa especialidad. Esta escasez lo llevo a explorar las plataformas digitales en busca de oportunidades. Así llego a las plataformas digitales para tener clientes extranjeros en esa área.

Mientras que, para **Edwin** la pandemia tuvo un impacto en sus ventas lo cual impacto negativamente el trabajo, este acontecimiento le impulso a ofertar servicios por redes sociales como Facebook e Instagram, pero la curiosidad y el interés de expandir su alcance le llevo a plataformas digitales como Upwork.

¿Qué ventajas encuentra al ofrecer sus servicios en plataformas digitales?

Marco Comenta que existen varias ventajas en el trabajo remoto por plataforma, como la flexibilidad de trabajar desde casa en sus propios términos y horarios. Además, comenta que le gusta las condiciones de pago ágil en dólares o en criptomonedas, con un margen de ganancia que no conseguiría localmente.

Carlos también encuentra ventajas al trabajar de manera remota en plataforma digitales, comenta que sus ingresos aumentaron y trabaja en proyectos que a su criterio le parecen más interesantes. En su caso puede ofrecer servicios de concept art y gana experiencia en el rubro de su especialidad.

Para **Edwin**, las plataformas digitales representaron una diversificación de sus fuentes de ingreso y una oportunidad para expandir su carrera profesional. Al trabajar de manera remota pudo contar con más tiempo para balancear su vida profesional con la personal.

Aspectos económicos

¿Consideras que tus ingresos económicos mejoraron por trabajar en las plataformas?

Marco, Carlos y Edwin experimentaron un cambio en sus finanzas personales desde que ingresaron en el mundo digital, experimentaron un notable crecimiento de sus fuentes de ingreso. Los tres profesionales consideran que la digitalización y las plataformas dieron más oportunidades para ofertar sus servicios.

¿Qué proporción de sus ingresos provienen de las plataformas digitales?

Las plataformas digitales como fuentes principales de ingreso varían considerablemente entre Marco, Carlos y Edwin. Para **Marco**, las plataformas digitales son su principal y única fuente de sustento económico, el 100 % de sus ingresos se originan en los entornos digitales. **Carlos**, por otro lado, centra sus actividades en el mercado local, sólo un 30 % de sus ingresos vienen de plataformas. **Edwin** tiene mayor inclinación al ámbito digital, con el 70 % de sus ingresos en plataformas digitales. Estas cifras corroboran la capacidad de los profesionales creativos a la versatilidad y la adaptabilidad en el mercado.

Valoración de las plataformas

¿Cuál cree usted que es la característica más importante que debe tener una plataforma de trabajo?

Marco comenta que la característica más importante en los entornos digitales son las alternativas de pagos y las de comunicación.

Para **Carlos**, lo más interesante de las plataformas de trabajo digital es la seguridad en los pagos.

Mientras que, para **Edwin**, el punto que es determinante en las plataformas digitales es el portafolio y su visibilidad.

¿Qué elementos o funcionalidades le gustaría ver en una plataforma de servicios profesionales diseñada específicamente para el sector cultural del país?

Para **Marco**, **Carlos** y **Edwin**, el mundo de trabajo digital va más allá de simplemente obtener proyectos y generar ingresos. Para estos profesionales lo más importante es generar conexiones a nivel local, establecer relaciones mercantiles sostenibles, enfocadas al largo plazo. Sumado a la red profesional y las conexiones, está la confianza en un sistema de pagos confiable y justo. En resumen, los profesionales buscan ampliar la red de contactos en un entorno local donde la seguridad financiera es la prioridad.

5.2 MARCA Y DESARROLLO

La construcción de una marca es fundamental en el desarrollo de cualquier negocio, proyecto o sistema, pensando en un concepto que perciba las necesidades y características que tienen los profesionales creativos y los clientes del sector cultural. La marca es la primera impresión, el saludo inicial y el embajador visual de los valores, la misión y la visión de la plataforma. Es la chispa que enciende el interés, la curiosidad y la lealtad de los usuarios.

Al diseñar la marca y unirla como concepto inicial de la plataforma, consideramos como podríamos difundir la riqueza cultural y creativa del Ecuador en una sola palabra. Desde el nombre hasta los aspectos funcionales, el concepto de la identidad nos ayuda a establecer una conexión inmediata con los usuarios, una idea que no solo se posiciona en la memoria, sino que está en las costumbres,

asegurando que tendrá una aceptación y será un espacio confiable para el sector cultural y sus profesionales.

5.2.1 LA MARCA

La marca es la búsqueda de un elemento de resonancia cultural, sin dejar de lado lo local y tradicional en la plataforma. Encontramos un nombre que encapsule y refleje la diversidad, la historia, la riqueza creativa y cultural de Ecuador y que al mismo tiempo se mostrara como un puente que conecte nuestras raíces y costumbres con el mundo digital y la realidad contemporánea.

Buscamos un nombre que sea más que una simple palabra, que evocara una declaración, un símbolo donde los ecuatorianos sientan respeto, reconocimiento y valorización de su cultura junto a los profesionales que entran en esa industria. Con esos principios nos embarcamos en un proceso reflexivo e intuitivo para seleccionar un nombre que tenga marca cultural, una sonoridad agradable, fácil identificación y una conexión emocional profunda.

Chaucha es el nombre que representa a la marca. Un nombre que tiene origen precolombino y es usado en la sierra ecuatoriana para describir un trabajo, una obra pequeña o temporal (CHAUCHA, s.f.). Como una plataforma con visión se escoge la palabra Chaucha porque en otras regiones de Latinoamérica “Chaucha” también hace referencia a una moneda. Nombre que da familiaridad y pertenecía, un nombre que se une con las realidades y aspiraciones de los profesionales creativos en busca de oportunidades flexibles.

Figura 4



Chaucha

5.2.2 DESARROLLO FUNCIONAL Y ESTÉTICO DE LA PLATAFORMA

Chaucha se presenta como una plataforma sencilla y visualmente atractiva, los materiales gráficos juegan un papel importante en la experiencia de usuario, envolvente y dinámica. El equipo de desarrollo está compuesto por profesionales que ocupan las siguientes actividades, un diseñador multimedia encargado de la funcionalidad y un diseñador gráfico que da un norte al contenido visual. Un equipo que trabaja conjuntamente en fusionar ambos elementos, garantizando un concepto que represente la identidad de la plataforma.

E logo de Chaucha es el pilar fundamental de la identidad visual de la plataforma. Inspirado en la cultura precolombina, combina elementos culturales ecuatorianos con una estética moderna, un emblema reconocible con mucho poder en el pensamiento colectivo.

Chaucha es la unión de varias tecnologías con el talento de profesionales trabajando en un entorno ágil y colaborativo. La operación central se dio en WordPress, un potente gestor de contenidos que ejerce de estructura tecnológica de la construcción y modelado de la plataforma. La flexibilidad y la gran variedad de herramientas del gestor, facilita a organización y publicación de los elementos y contenidos digitales.

Nuestro equipo también implemento un conjunto de herramientas de diseño muy utilizadas en el sector creativo, Adobe Creative Cloud, con el uso de programas como Photoshop e Ilustrador. Estas aplicaciones resultan ser esenciales para gestionar los aspectos visuales y la estética de *Chaucha*, permitiendo que los gráficos, las ilustraciones y ciertos elementos visuales resuenen y se acoplen a la esencia de la marca.

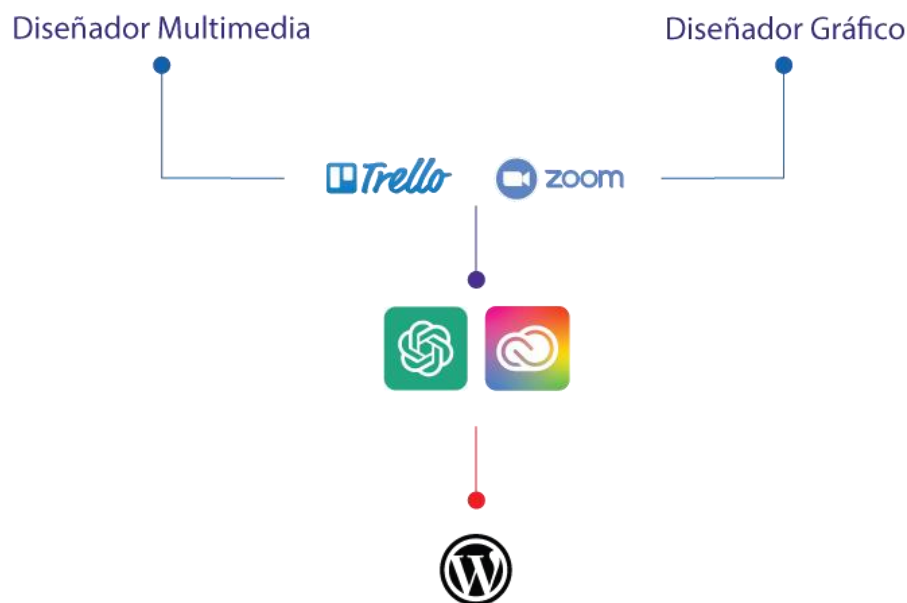
La colaboración y la coordinación del equipo de trabajo fue permanente, con una visión centrada en el trabajo remoto. Utilizamos plataformas como Zoom para las reuniones, asegurando que cada miembro del equipo estuviera sincronizado y alineado con los progresos del proyecto. LinkedIn fue la herramienta seleccionada para la mensajería instantánea, mientras que Trello nos permitió definir, planificar y monitorear los hitos, planteo una ventaja al administrar un cronograma de forma eficiente y efectiva.

La modalidad de trabajo remoto permitió ser ágiles, responder rápida y eficazmente a las demandas y desafíos que surgieron durante el desarrollo del proyecto.

Además, proporciono flexibilidad para adaptarse a los cambios y tomar decisiones oportunas manteniendo el momentum en el proyecto.

La naturaleza remota del trabajo permitió un ahorro considerable de recursos y tiempo, de otro modo, se habría invertido en aspectos logísticos y operacionales. Este enfoque dio libertad a los profesionales de concentrarse en las tareas más esenciales y creativas del proyecto.

Figura 5



Es interesante destacar que los nuevos negocios tienen una ventaja enorme con las tecnologías emergentes, la inteligencia artificial (IA) se presenta como una herramienta fundamental en la innovación. En *Chaucha* incorporamos la IA en la asistencia de ciertos contenidos con la ayuda de ChatGPT, para simplificar los procesos creativos. Esta colaboración con la IA permitió agilizar la creación de contenido más simplificado.

5.3 APARTADO FINANCIERO

El desarrollo de la plataforma Chaucha se encamina a ser un puente que conecta varios servicios creativos profesionales con clientes del sector cultural, pero esta propuesta se respalda en una infraestructura financiera dinámica, robusta y centrada en la planificación. Las decisiones financieras se ejecutan con un proceso alineado a la visión final del proyecto, una plataforma operativa, intuitiva, con una estética funcional, agradable, enfocada en el usuario, el mercado cultural, la industria creativa.

La inversión inicial es el punto de partida de todo proyecto tecnológico. Chaucha inicia con una idea clara y visionaria, pero en la ejecución efectiva es en donde reside el verdadero valor. En esta etapa concretamos las intenciones de la plataforma con la compra de un dominio que identifique la marca, una herramienta muy utilizada en el diseño web, el dominio y el hosting.

El dominio es el nombre único que identifica a la marca en un entorno digital, es la dirección que permite a los usuarios encontrarlos en el Internet. Chaucha inicia en la red con el dominio de chaucha.xyz. El costo promedio de los dominios es de 9,98 dólares, chaucha.xyz costó 1,98 dólares, con un descuento del 80,16 %. Además, aseguramos un hosting que es un alojamiento web, a un costo anual de 59,76 dólares. El hosting actúa como el hogar virtual de nuestra plataforma, un espacio donde toda la información como los datos y los contenidos son almacenados.

Figura 6

Costo Inicial			
Concepto	Cantidad	Precio	Costo
Dominio <i>Extensión .xyz</i>	1	1,98 USD	1,98 USD
Hosting <i>Suscripción mensual</i>	12	4,98 USD	59,76 USD
			61,74 USD

En la conceptualización de la plataforma de servicios creativos, iniciamos con la adquisición de un dominio y un alojamiento digital, conocido como hosting, estos elementos son cruciales. Se invirtieron en etapa temprana una cantidad menor a 100 dólares americanos. Esta inversión inicial que aparentemente es modesta es un paso a muchas oportunidades, la materialización y la ejecución aseguran la existencia de la plataforma y su presencia en línea.

5.3.1 CONSOLIDACIÓN FINANCIERA

Chaucha se caracteriza por ser una plataforma con sus ejes principales definidos en la flexibilidad y adaptabilidad, características que están presentes en los aspectos financieros. Los profesionales que trabajan en el desarrollo de chaucha son compensados por honorarios, una decisión que refleja las condiciones actuales de muchos trabajadores en el sector cultural, esto permite una estructura ágil, orientada a resultados. Esta aproximación genera eficiencia económica en el desarrollo, con una orientación clara hacia los objetivos del proyecto.

Nuestra inversión está profundamente enfocada en la evolución continua de la plataforma. A través de colaboraciones y consultas externas, Chaucha cuenta con una diversidad de perspectivas y habilidades, esto permite que la plataforma sea fresca, innovadora y trabaje en un entorno en resonancia con las tendencias y necesidades cambiantes del sector.

La travesía de la plataforma fue guiada por la premisa de la agilidad y la adaptabilidad, enfocamos los procesos en mantener las inversiones precisas para una ejecución veloz y eficaz. En el ámbito de los proyectos tecnológicos con recursos limitados, la celeridad y la capacidad de obtener resultados rápidos se vuelve un factor determinante. La fase de planificación cuidó cada detalle en función de la estrategia y los recursos necesarios con el fin de optimizar cada proceso en la construcción de la web, esto fue determinante al garantizar que la ejecución se materialice en un marco temporal de dos a tres semanas. Esto equilibra una planificación exhaustiva y una ejecución acelerada que permitió limitar los gastos y maximizar la eficiencia.

Figura 7

Diagrama: Desarrollo de la plataforma

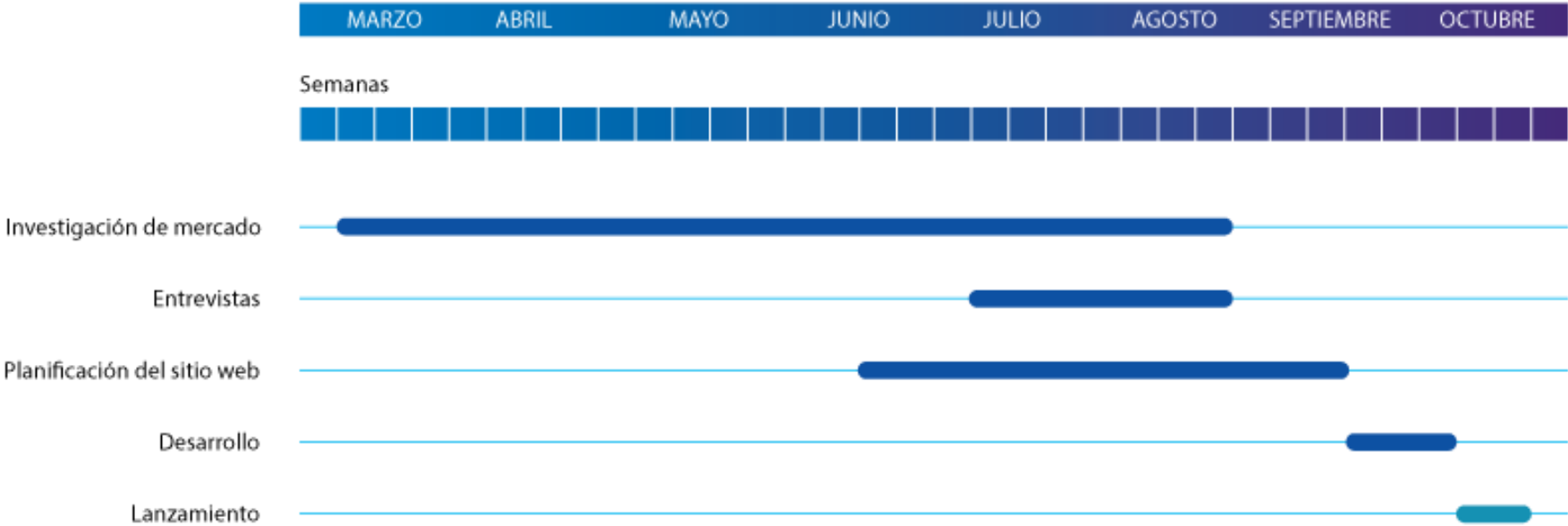


Figura 8

CRONOGRAMA VALORADO													
MONTO:			312,46										
TIEMPO:			8 MESES										
			2023										
DESCRIPCIÓN	VALOR		MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	%	100,00%	
RUBROS													
Recursos tecnológicos, dominio y alojamiento	61,74	61,74	61,74								20%		
Investigación de mercado	22,40	22,40						22,40			7%		
Contenido multimedia: gráfico e ilustraciones	68,32	68,32							68,32		22%		
Desarrollo del sitio web	120,00	120,00								120,00	38%		
Publicación a entorno de pruebas (a definir)	40,00	40,00								40,00	13%		
TOTALES PARCIALES			61,74	22,40	68,32				120,00	40,00			
TOTAL ACUMULATIVO			61,74	84,14	152,46				272,46	312,46			
PORCENTAJE PARCIAL			19,76%	7,17%	21,87%				38,40%	12,80%			
PORCENTAJE ACUMULADO				26,93%	48,79%				87,20%	100,00%			
										TOTAL	312,46		

5.3.2 SOSTENIBILIDAD

La plataforma surge como una alternativa innovadora para el mercado creativo, a diferencia de otros sitios web existentes en el sector que centran su función en el registro y el levantamiento de datos por medio de los registros. La propuesta de Chaucha se centra en conectar a profesionales del área cultural con gestores y potenciales clientes privados, un espacio donde las interacciones den frutos comerciales y genere proyectos colaborativos.

Chaucha se diseña para responder con agilidad a las diversas necesidades que presentan los trabajadores culturales, su enfoque se dirige a las preferencias de los usuarios y a la colaboración del sector cultural. La conceptualización del modelo de negocio es el resultado de analizar las condiciones actuales del mercado. La plataforma contara con dos modelos de negocio que permitan fortalecer y sostener el valor de las relaciones comerciales en los entornos digitales.

El modelo de **suscripción**, el cual se centra en construir una comunidad profesional con usuarios comprometidos con la plataforma. Con la suscripción los miembros que reconozcan a la plataforma como una herramienta útil se enriquecerán con las herramientas que potenciaran su participación en proyectos culturales más atractivos. La suscripción genera un flujo de ingresos recurrente que puede convertirse en uno predecible para la estabilidad financiera de la plataforma.

El modelo **por proyecto**, este sistema capitaliza con relación a la diversidad y abundancia de los proyectos creativos en la plataforma. Se centra en capturar un porcentaje de los fondos recaudados por cada proyecto ofertado dentro de la plataforma, alimentado así el fondo de sostenibilidad y permitiendo la ejecución de los servicios.

Destaquemos que estos modelos no son estáticos, están diseñados para cambiar en el tiempo en función de las tendencias emergentes, la colaboración de los usuarios con sus opiniones y el entorno competitivo del mercado. Las estrategias con visión proactiva serán la garantía de una plataforma dinámica que exista y sobreviva a las condiciones externas, y muy importante que prospere con fuerza en una industria como la creativa.

6. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Chaucha se muestra como el resultado de un proceso dinámico, rápido. Un proyecto que inicia con la conceptualización hasta la presentación tangible de una idea que se presenta como un servicio al sector cultural. Una investigación que encontró desafíos y los convierte en oportunidades, un viaje en el entorno digital que se convirtió en una jornada de reinención donde la visión es el punto estratégico del armado final del sitio web.

El desarrollo se presentó con varias encrucijadas donde las decisiones se tomaron con rapidez en función de la sostenibilidad, en resonancia con las necesidades y las aspiraciones de la comunidad cultural, siendo más específicos los profesionales del sector. Profesionales que según la investigación, revelo resultados interesantes y esclarecedores. La diversidad en diferentes aristas y el dinamismo, caracterizan a la población dentro de las industrias creativas.

Encontramos una comunidad de profesionales multifacéticos, donde la mayoría de los trabajadores tienen una variedad de habilidades y experticias. Esta característica distingue a una población que se mueve en un ecosistema vibrante, donde los individuos tienen múltiples actividades, negocios y emprendimientos para ser rentables.

Una de las cualidades más notables, es la capacidad de estos profesionales a trabajar en dinámicas cambiantes, personas con un enfoque fluido, sin formulas preestablecidas que permite a los individuos maniobrar en diferentes rubros con una versatilidad única. Esta condición altamente adaptativa es una fuerza que impulsa a una variedad de negocios y emprendimientos que son únicos como los individuos que los administran.

La investigación arrojó una notable ausencia de procesos estandarizados dentro del mundo creativo. En lugar de seguir procesos preestablecidos, el sector camina en un entorno de innovación espontánea y soluciones personalizadas. Los profesionales del sector creativo diseñan rutas únicas donde las habilidades particulares son el eje que empuja los proyectos. El sector tiene una riqueza que va más allá de la creatividad y el talento, como las experiencias y el conocimiento diversificado. Información que dio la comprensión necesaria para el desarrollo de la plataforma, basándonos en tres ejes. Necesidades, desafíos y oportunidades.

El desarrollo del proyecto dio como resultado, la creación de una marca que aspira a ser un icono representativo del dinámico sector cultural. Chaucha nace como un espacio que busca fortalecer las diversas actividades culturales, un punto de reunión confiable para los profesionales que ofertan servicios creativos y los potenciales clientes del mismo sector. Los elementos de la marca fueron diseñados para reflejar la unión de todas las peculiaridades del universo cultural. Con la marca aspiramos fortalecer la identidad profesional del sector, donde cada creativo sea representado y cultive un sentido de pertenencia dentro de una comunidad conectada.

Chaucha se materializa como una plataforma intuitiva y accesible, donde la simplicidad y la eficiencia son la base del entorno digital. Chaucha está diseñada para facilitar conexiones fluidas y significativas entre los servicios creativos profesionales con clientes que activa o eventualmente buscan talentos con competencias más especializadas dentro del sector cultural. Donde la visión se compromete a simplificar los procesos, impulsar la interacción y mejorar la colaboración de los individuos, liberando a los usuarios de barreras que puedan obstaculizar la creatividad. En este prototipo de la plataforma los clientes junto a los profesionales tendrán un espacio donde la colaboración será multidimensional.

Figura 9

Pantalla de inicio para móviles



Figura 10

Pantalla de inicio para tabletas

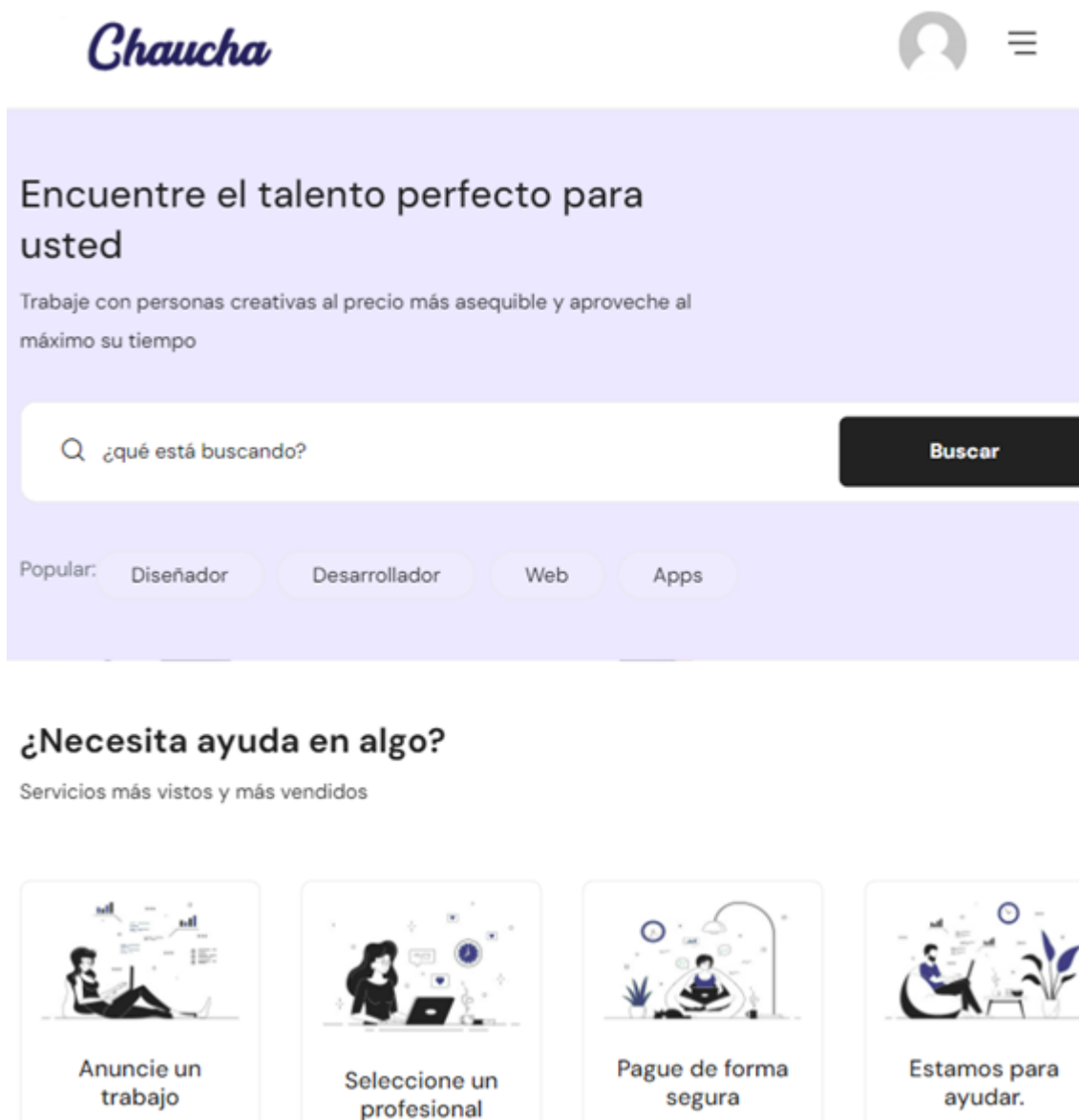
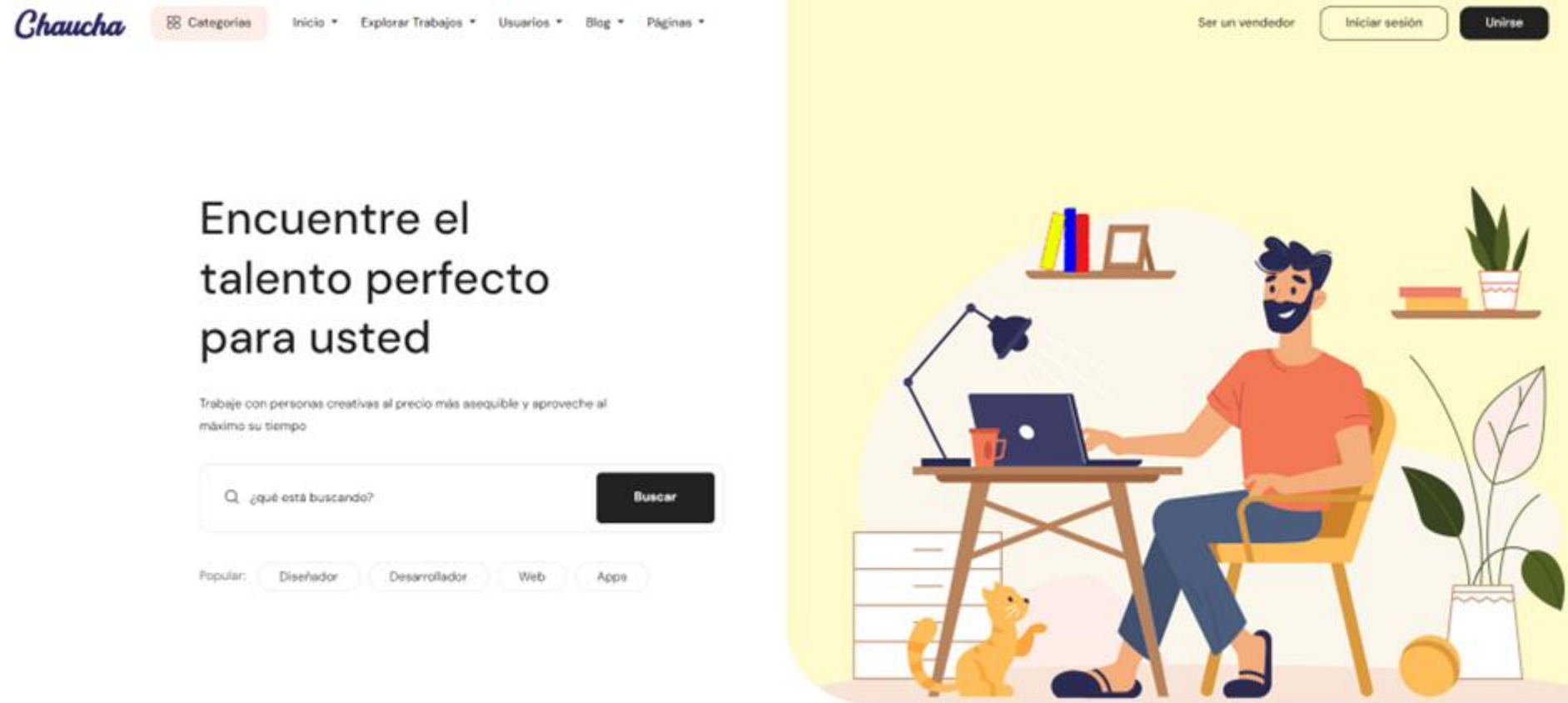


Figura 11
Pantalla de inicio para computadoras

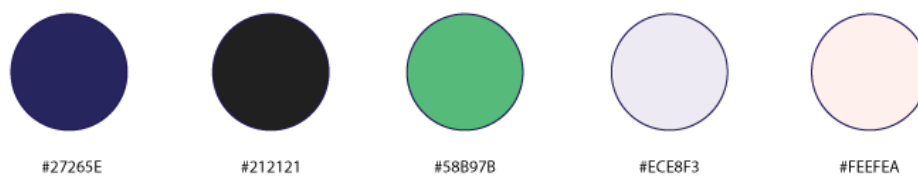


Gama cromática

La selección de los colores en el diseño de la página web no es solo por temas de estética, es una decisión estratégica que influye en la navegación, la percepción y la interacción de los usuarios con la plataforma. Cada tono tiene un lenguaje y una psicología que transmite un mensaje y genera emociones. La paleta de colores tiene una intención que guía al usuario a través de sensaciones por la plataforma.

Figura 12

Colores principales de la gama cromática



El tono oscuro del azul púrpura por lo general se asocia con la confianza, la seriedad y los temas a nivel profesional. Es un color que puede transmitir seguridad y responsabilidad. El matiz púrpura en la plataforma representa la creatividad en un entorno profesional.

El gris casi negro en la plataforma desempeña un tono neutro para los textos y ciertos fondos. El fuerte contraste con los colores claros facilita la lectura, lo que es útil al destacar los mensajes clave en la interfaz.

El vibrante verde da una tonalidad fresca al sitio. El color verde es asociado con la naturaleza, la salud y la renovación. Genera una emoción de calma y en este caso simboliza el crecimiento y la prosperidad. Este color en particular es utilizado para resaltar los llamados a la acción.

Los tonos pastel claro fueron seleccionados para generar sensaciones de calidez y confort. Lo suave y discreto es utilizado en los fondos con elementos que no compiten con otros más llamativos.

En conjunto esta paleta es el equilibrio de profesionalismo y creatividad. La combinación del azul púrpura y el color gris ofrecen a los usuarios un ambiente profesional. El verde vibrante y los colores pasteles realizan un contraste de los puntos de interés y ayudan a los usuarios en la navegación y la llamada a la acción, atraen la atención a ciertos aspectos de la página.

Tipografías

La tipografía caligráfica del logotipo de la marca *Chaucha* refleja la intención del sector cultural de unirse y consolidarse. Este estilo recuerda a la caligrafía hecha a mano que evoca cualidades de personalización y humanismo, lo que resuena con la naturaleza colaborativa que busca la comunidad cultural. La fluidez y el movimiento de la tipografía simbolizan la flexibilidad y adaptabilidad de los profesionales creativos.

Figura 13

Logotipo de Chaucha



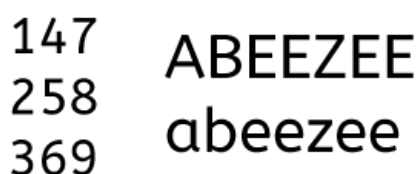
Chaucha

En el diseño de páginas web actualmente existe una preferencia marcada por las tipografías Sans Serif o también conocidas como tipografías modernas. La plataforma no es la excepción alineándose a esta tendencia que favorece la legibilidad y la estética, con un estilo visual claro y simple.

La plataforma opta por la tipografía AbeeZee como fuente principal alineada a la claridad y la modernidad en su interfaz. Esta es conocida por su versatilidad, ideal en una amplia gama de aplicaciones en línea. Su diseño limpio y abierto facilita la lectura en dispositivos móviles y de escritorio. Al ser una fuente de Google Fonts esta optimizada para los navegadores.

Figura 14

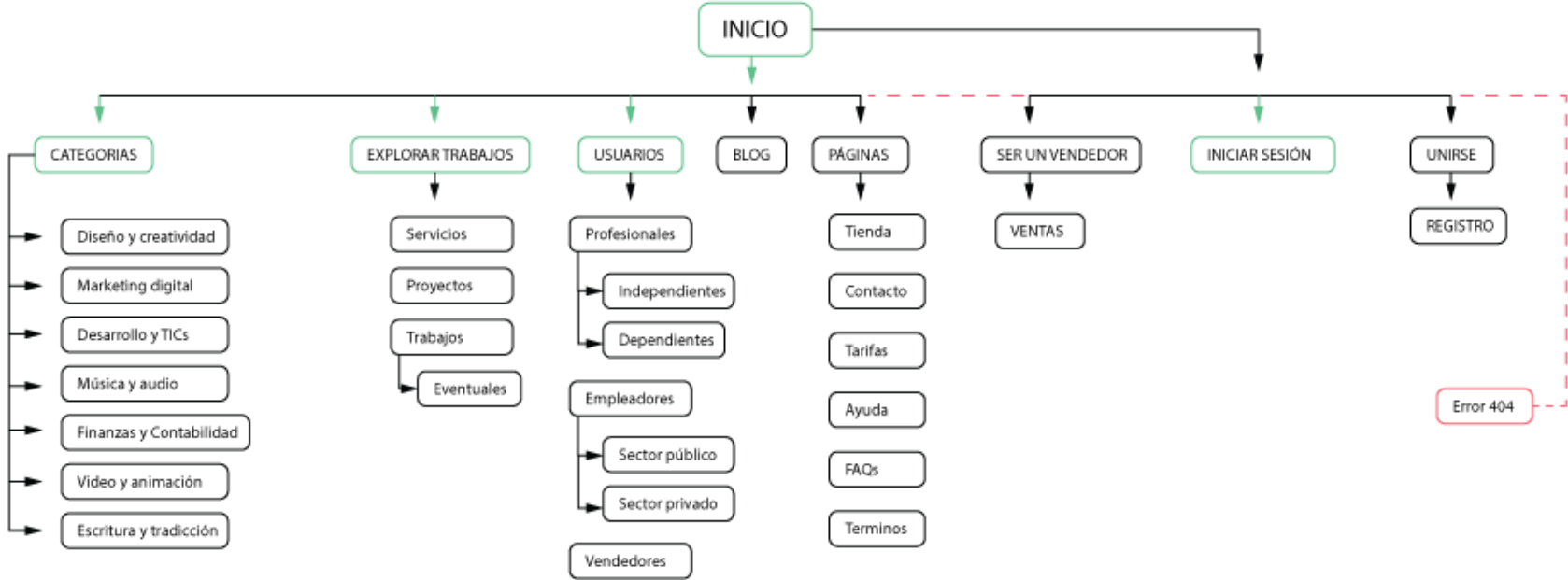
Tipografía AbeeZee



147 ABEEZEE
258 abeezee
369

Figura 15
Mapa principal del sitio

Chaucha



A medida que ejecutamos evaluaciones de esta versión de la plataforma, es necesario considerar múltiples aspectos que determinan la eficiencia y eficacia de la plataforma. El rendimiento es un elemento clave a ser observado, por ello utilizamos PageSpeed Insights, una herramienta de Google que mide diferentes parámetros de la página web respecto a la optimización. Esta herramienta digital evalúa el rendimiento de la web en dispositivos móviles y escritorios, ofrece una puntuación de 0 a 100 sobre tiempos de carga, experiencia de usuario junto a otros aspectos. Además, brinda recomendaciones específicas para mejorar la experiencia de navegación.

Figura 16
Desempeño



Primer pintado del contenido: Carga de los primeros elementos: 0,8 segundos.

Mayor pintado del contenido: Carga del contenido significativo: 1,2 segundos.

Tiempo de bloqueo total: Carga de tareas hasta la interacción del usuario: 150 milisegundos.

Desplazamiento de diseño acumulativo: Inestabilidad de la página: 0,12. Un valor bajo indica una página más estable visualmente.

Índice de velocidad: Carga total de la página: 2,0 segundos.

Figura 17
Accesibilidad



Esta versión se muestra accesible a los usuarios por buenos estándares y prácticas que facilitan el uso.

Figura 18

Buenas prácticas



Una puntuación que garantiza un código limpio y eficiente.

Figura 19

Posicionamiento



El análisis indica que la página cuenta con una configuración optimizada para mejorar su visibilidad en los motores de búsqueda de Google.

La página web obtiene puntajes destacados, lo que refleja un sólido punto de partida para el equipo de desarrollo. Con un puntaje de 86 en desempeño, demuestra ser una web con carga rápida y eficiente, que mejora la experiencia del usuario. Su calificación en accesibilidad significa que es inclusiva y puede ser utilizada en diferentes dispositivos. El puntaje perfecto en buenas prácticas evidencia una plataforma que se alinea a los estándares de la industria. Y una buena puntuación en posicionamiento sugiere que la plataforma puede destacar en los motores de búsqueda, aumentando la probabilidad de visibilidad en línea. La web cuenta con un sistema óptimo que le da una posición favorable para atraer usuarios y mejorar su experiencia.

La plataforma busca la mejora continua en función del usuario, se realizó una evaluación interna donde el equipo observó la interfaz y las funcionalidades de la página web. Se examinaron varios aspectos fundamentales, como la navegación, el diseño y la eficiencia de las herramientas. Los resultados de esta prueba ilustran ideas que ayudarán a perfeccionar la plataforma para los futuros usuarios.

Figura 20

Resultados de usabilidad del equipo interno

Resultados de Usabilidad

Las casillas de color representan el nivel de cumplimiento sobre los diversos aspectos de la plataforma. De 4 a 5 casilleros en color cumple su función y menor a 3 casilleros son aspectos a mejorar.

1. Los miembros del equipo pueden navegar y comprender la plataforma	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
2. Es fácil encontrar las diferentes secciones	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Los elementos visuales son claros y agradables	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
4. Las funciones y características de la plataforma funcionan correctamente	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Las herramientas de comunicación interna funcionan de manera efectiva	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Los datos y la información del equipo están seguros y protegidos	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. La velocidad de carga y el rendimiento general es ágil	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
8. Es compatible la plataforma con diferentes dispositivos	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

7. CONCLUSIONES

Uno de los propósitos que define a este Proyecto es la necesidad de responder las necesidades específicas del sector cultural. El entorno cultural se caracteriza por ser dinámico, diverso y cambiante. Al centrar este proyecto en los objetivos planteados desde el inicio, buscamos no solo identificar los desafíos del sector, sino comprenderlos para ofrecer soluciones tangibles como una plataforma que conecte los servicios con clientes del sector cultural. Las conclusiones presentadas a continuación son el resultado del análisis y la reflexión de cada proceso del proyecto.

El análisis del sector cultural revela un entorno con una diversidad de perfiles profesionales, desde artistas emergentes hasta gestores culturales. Esta amplia gama de actores dentro del mundo cultural tiene distintas necesidades junto a grandes desafíos, lo que refleja la importancia de una investigación profunda para comprender las características de este entorno.

Una de las características más comunes en los profesionales del sector cultural es la capacidad de realizar varias tareas y tener diferentes facetas para ser rentables, donde la gran mayoría de trabajadores son independientes, los desafíos como la falta de visibilidad de sus proyectos o la conexión con más oportunidades, es limitada. Existe la necesidad de mecanismos que faciliten la interacción y el acceso a recursos de estos profesionales. En este sentido contamos con un panorama claro de la situación actual del sector cultural.

Al considerar las características multifacéticas de los profesionales independientes del sector cultural, nos encontramos con un diamante en bruto que, si se canaliza adecuadamente, puede convertirse en una fuente de oportunidades. Los profesionales a pesar de encontrarse en un mercado complejo poseen habilidades, experiencias y perspectivas que son fundamentales para la innovación.

Estas habilidades y experiencias pueden ser potenciadas a través de plataformas especializadas, donde los desafíos podrían transformarse en oportunidades. La marca y la plataforma desarrollada se convierte en una herramienta esencial, que refleja los ideales de la cultura y la creatividad, un puente que conecta profesionales con nuevas

oportunidades. La identidad de la plataforma se basa en las características y habilidades de los profesionales que en realidad es su mayor ventaja.

La singularidad del sector cultural nos lleva a publicar la web en un entorno de pruebas, a más de ser un paso a nivel técnico, es una oportunidad valiosa de aprendizaje y adaptación. Al colocar la web en un entorno experimental se proporciona a los profesionales del equipo una herramienta inicial para experimentar y ajustar la plataforma desde una perspectiva interna.

Las reseñas de los miembros de equipo en esta fase son fundamentales, ya que cuentan con experiencia en plataformas de trabajo remoto. Cada observación junto a los comentarios, actúan como una brújula que marca aspectos en las actualizaciones y ajustes necesarios. Esta interacción continua con un esquema de dialogo abierto dentro del equipo permite que la plataforma se moldee y se perfeccione a las necesidades del sector.

La publicación de la página web representa un avance esencial en el desarrollo del proyecto, marca un hito que se convierte en la base sólida de las etapas venideras. Desde las primeras fases de la investigación hasta la creación de una marca, se construye una plataforma con cimientos fuertes. Esto aporta la certeza de que al abrir la plataforma al público general, la herramienta sea útil y eficaz dentro del sector cultural. Con este proyecto se aspira brindar fortaleza y dinamismo al mercado, una propuesta que impulse y renueve la industria.

REFERENCIAS

- Best countries to work remotely* by NordLayer. (2023). <https://nordlayer.com/global-remote-work-index/>
- Bracciaforte G. (2020). *Guillermo Bracciaforte, co-founder de Workana: “La gente debe ser productiva de manera más libre”* | Perfil. <https://www.perfil.com/noticias/empresas-y-protagonistas/guillermo-bracciaforte-cofounder-workana-dijo-tenemos-que-dejar-que-la-gente-sea-productiva-de-manera-libre.phtml>
- Callorda F., Jung J. & Katz R. (2022). *Las oportunidades de la digitalización en América latina frente al COVID-19*.
- Camacho C. (2022). *La transformación digital en las industrias culturales y creativas*.
- Cardoso P., Zambrano J., Suárez J., García C., & Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la C. y la Cultura. (2020). *Trabajadores de la cultura : condiciones y perspectivas en Ecuador*.
- CHAUCHA. (s.f.). Recuperado el 11 de octubre de 2023, de <https://etimologias.dechile.net/?chaucha>
- De la Vega P. (2022). *ESTADO DE LA CUESTIÓN PARA ABRIR EL DIÁLOGO: EDUCACIÓN Y CONDICIONES DE TRABAJO DE ARTISTAS, GESTORES Y OTROS TRABAJADORES/AS DE LA CULTURA EN ECUADOR A 2021*.
- Del Alcázar P. (2023). *Ecuador Estado Digital junio 2023 FUENTES*.
- IFCI. (2023). *Concursos públicos de fomento para gestores culturales y artistas – Ministerio de Cultura y Patrimonio*. <https://www.culturaypatrimonio.gob.ec/concursos-publicos-de-fomento-para-gestores-culturales-y-artistas/>
- INEC. (2020). *Instituto Nacional de Estadística y Censos Autoridades: Diseño y Diagramación*.
- INEC. (2022). *Boletín Técnico N°12-2022-IPC*.
- Jung J & Katz, R. (2023). *Impacto del COVID-19 en la digitalización de América Latina*. www.issuu.com/publicacionescepal/stacks
- Ministerio de cultura y patrimonio. (2019). *Cuenta Satélite de Cultura (CSC)*. www.culturaypatrimonio.gob.ec
-

- Ministerio del Trabajo. (2023). *Teletrabajo, alternativa laboral responsable y segura – Ministerio del Trabajo*. <https://www.trabajo.gob.ec/teletrabajo-alternativa-laboral-responsable-y-segura/>
- Orellana D. & Sánchez M. (2006). Técnicas de recolección de datos en entornos virtuales más usadas en la investigación cualitativa. *Investigación Educativa*, 24(1), 205–222. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=283321886011>
- Real Academia Española. (s.f.). *teletrabajo. Definición. Diccionario de la lengua española RAE - ASALE*. Recuperado el 01 de octubre de 2023, de <https://dle.rae.es/teletrabajo>
- RUAC. (2023). <https://ruac.culturaypatrimonio.gob.ec/informacionEstadistica.php>
- SENESCYT. (s.f.). *Estadísticas de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación – Servicios Senescyt*. Recuperado el 2 de octubre de 2023, de <https://siau.senescyt.gob.ec/estadisticas-de-educacion-superior-ciencia-tecnologia-e-innovacion/>
- UNESCO. (2021). *Año Internacional de la Economía Creativa para el Desarrollo Sostenible*. <https://es.unesco.org/commemorations/international-years/creativeeconomy2021>
- Campoverde Durán R. (2023) *UX and gamification, serious game development centered on the player experience*. Recuperado el 22 de octubre de 2023, de https://camps.aptaracorp.com/ACM_PMS/PMS/ACM/INTERACCION2023/31/8086d088-4c6e-11ee-b37c-16bb50361d1f/OUT/interaccion2023-31.html#fig1
- Workana. (2022). *La Nueva Era del Trabajo. Tendencias que llegaron para quedarse en las empresas*. <https://blog.workana.com/emprendimiento/nueva-era-del-trabajo-tendencias-que-llegaron-para-quedarse-en-empresas/>