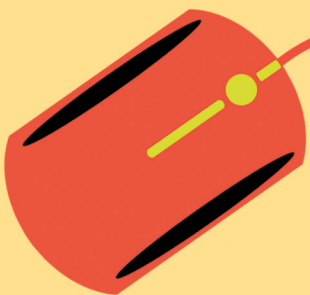
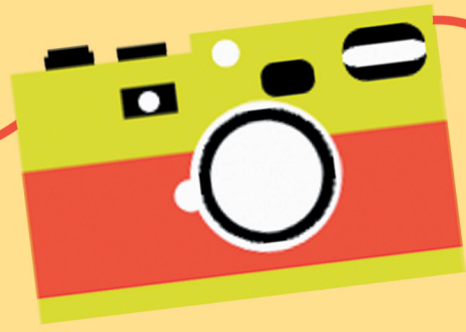


Guía estratégica para el Diseñador Freelance





Guía estratégica para el Diseñador Freelance



CREDITOS



Universidad de El Salvador



Facultad de Ciencias y Humanidades



Escuela de Artes

Autores de Proceso de Grado: “Diseño de estrategias para el posicionamiento del diseñador freelance en el área Metropolitana de San Salvador”:

Gerson Anthony Molina Guzmán.
William Ernesto Elías Rosa.
Edson Hamed Alvarado Alvarado.

DERECHOS RESERVADOS
Universidad de El Salvador

I.INTRODUCCION	8
II. SABES QUE ES UN FREELANCE	10
-¿Cómo puedes ser un buen freelance?.....	11
III. ¿COMO DARTE A CONOCER COMO FREELANCE?	12
-Elaboración de una marca personal (branding).....	13
-El inter como marketing.....	14
-Redes sociales.....	15
-Blogs y páginas de arte.....	16
-Correo electrónico.....	19
-Página web.....	20
-Los medios impresos para darte a conocer.....	21
-¿Cómo venderme directamente con el cliente?.....	22
IV. EL CLIENTE Y SUS CAPRICHOS	23
-El trato y como ganarte clientes.....	24
V. LOS COSTOS	26
-¿Qué debo tomar en cuenta para saber cobrar por mi trabajo?.....	27
-Lo intangible, como factor que aumenta el costo de tu trabajo.....	28
-Subcontrataciones y proveedores.....	30
-Algunos métodos efectivos para calcular los costos.....	31
-La inconformidad del cliente con los costos.....	33
-Formas de pago.....	35
-¿Cómo puedo comprobar los pagos a mis clientes?.....	36
VI. EL CONTRATO	37
-¿Qué debe contener un contrato formal?.....	38
-¿Cómo puedo proteger mis trabajos?.....	40
VII. LEGALIZACIÓN Y REGISTRO DE MARCA	43
VIII. EL DISEÑADOR INTEGRAL	52
-Consejos para los freelance.....	53
CONCLUSION	55
GLOSARIO	57



INTRODUCCIÓN

La crisis económica mundial creó una situación de desempleo que saturó los mercados con pocas posibilidades de superación; en definitiva la situación nacional no fue diferente a otros países, la poca inversión, la falta de empleo y la gran cantidad de profesionales en el área del diseño ha conllevado a buscar nuevas opciones de superación, dando como resultado a los freelance.

La carencia de una guía que instruya propiamente al diseñador “freelance” a desenvolverse en el ámbito laboral de manera adecuada es uno de los factores que impulsaron la creación de este documento.

El lenguaje utilizado en este escrito es con el fin de que todo lector comprenda fácilmente su contenido y lo ponga en práctica adecuadamente en el ámbito pertinente.

Lo que podrás observar en las siguientes páginas de esta guía es una exposición de alternativas recopiladas en base a la experiencia de diversos diseñadores free-

lance, con un recorrido extenso en el mercado del diseño, sustentando de esta manera sus recomendaciones.

En el contenido de la presente guía podrás encontrar material de interés para los que están por iniciar o ya están inmersos en el mercado del diseño. Pudiendo hallar temas sobre darte a conocer en el mercado, cuáles son las estrategias de marketing más adecuadas y que pueden llegar a darte mejores resultados, como cobrar por los servicios prestados, además, como tratar con el cliente y también el proceso adecuado que se debe llevar a cabo para poder legalizarte como marca o empresa. Como sabes son temas sobre los cuales todos los freelance han tenido dudas sobre ellos y que muchas veces no saben qué hacer ante esas situaciones.

Se pretende que esta guía sea de mucha ayuda para poder solventar interrogantes básicas y así llegues a ser un freelance exitoso.

GUIA ESTRATEGIA PARA EL DISEÑADOR FREELANCE

INTRODUCCIÓN

ESTRATEGIAS DE MARKETING

- ¿SABES QUE ES UN FREELANCE?
- ¿COMO PUEDES SER UN BUEN FREELANCE?
- ¿COMO DARTE A CONOCER COMO FREELANCE?
- ELABORACIÓN DE UNA MARCA PERSONAL (BRANDING).
- EL INTER COMO MARKETING
 - REDES SOCIALES.
 - BLOGS Y PAGINAS DE ARTE.
 - CORREO ELECTRONICO.
 - PAGINA WEB
- LOS MEDIOS IMPRESOS, PARA DARTE A CONOCER.
- ¿COMO VENDERME DIRECTAMENTE CON EL CLIENTE?

EL CLIENTE

- EL CLIENTE Y SUS CAPRICHOS.
- EL TRATO Y COMO GANAR CLIENTES.

LOS COSTOS

- LOS COSTOS.
- ¿QUE DEBO TOMAR EN CUENTA PARA SABER COBRAR POR MI TRABAJO?
- LO INTANGIBLE, COMO FACTOR QUE AUMENTA EL COSTO DE TU TRABAJO.
- SUBCONTRATACIONES Y PROVEEDORES.
- ¿CUALES SON ALGUNOS METODOS EFECTIVOS PARA CALCULAR LOS COSTOS?
- LA INCORFOMIDAD DEL CLIENTE CON LOS COSTOS
- FORMAS DE PAGO.
- ¿COMO PUEDO COMPROBAR LOS PAGOS A MIS CLIENTES?
- ¿QUE ES UN CONTRATO?
- PERO... ¿QUE DEBE CONTENER UN CONTRATO FORMAL?
- ¿COMO PUEDO PROTEGER MIS TRABAJOS?

LEGALIZACIÓN

- LEGALIZACIÓN Y REGISTRO DE MARCA.
- ¿QUE IMPLICA EL REGISTRO DE UNA EMPRESA O PERSONA INDIVIDUAL?
- VENTAJAS Y DESVENTAJAS
- REQUISITOS PARA FORMALIZACION DE EMPRESAS
- PERSONA NATURAL
- PERSONA JURÍDICA

DISEÑADOR INTEGRAL Y CONSEJOS.

CONCLUSIÓN

Este esquema presenta una breve descripción del contenido de la guía.



1.1 ¿SABES QUE ES UN FREELANCE?

Todo el mundo tiene una definición de quien es un freelance, cada quien lo hace con sus propias palabras, pero tomando muchas opiniones se puede obtener este concepto en forma de síntesis: “Un freelance es un trabajador que tiene la ventaja de elegir sus propios clientes, teniendo de esta manera la facilidad de poder decidir las condiciones de trabajo, no en cierto modo aceptar o rechazar las condiciones que se le ofrezcan en los aspectos: económicos, de espacio y de tiempo”.

Hablando más libremente podemos decir que el freelance es: “Alguien que se rebusca”. Pero ¿Por qué?, debes recordar que por ser independiente el diseñador debe de velar por muchos factores administrativos como por ejemplo: crea su cartera de clientes en base a diferentes técnicas o estrategias determinadas, las cuales podremos ver en las siguientes

páginas. En otras palabras para percibir los ingresos deseados se deberá salir “detrás” de los clientes, a diferencia de un diseñador de una agencia publicitaria en la cual pasa todo el día sentado esperando a que los clientes lleguen.

A diferencia del freelance el cual debe conseguir los clientes para poder obtener un trabajo, recuerda que si no hay trabajo no habrá pago. Algo que debes tener muy en cuenta es que trabajar de forma independiente conlleva a valerse por sí mismo en muchos aspectos los cuales en una agencia publicitaria no son responsabilidad del diseñador. Se debe tener bastante claro que el freelance es alguien que conceptualiza, desarrolla y ejecuta su propio proyecto.

Esto quiere decir que este debe de trabajar en situaciones no solo creativas sino también administrativas. Pero la verdad no todo es malo para el freelance ya que este cuenta con estas ventajas: ser su propio jefe, crearse horarios de trabajo flexibles y hasta elegir a sus propios clientes a su conveniencia.





1.2 ¿COMO PUEDES SER UN BUEN FREELANCE?

Es indispensable que sepas que un freelance, debe tener un perfil con cualidades bastante específicas para alcanzar el éxito como trabajador independiente.

Ser creativo y propositivo es esencial, para poder dar una propuesta innovadora al cliente, además de cualidades de auto exigencia tales como: organizado y responsable. A su vez, ser honesto con el cliente al momento de comprometerse con su proyecto y hacerle ver si se es capaz o no de llevarlo a cabo.

Algo que no se debe perder de vista es estar a la vanguardia de las actualizaciones tanto tecnológicas como del mercado en el que se desenvuelve, para no caer en el desfase y que la competencia haga perder clientes debido a ciertos desconocimientos básicos.

Otro aspecto importante a tomar en cuenta es que un equipo de punta no es todo lo que un diseñador necesita, es decir, a un ilustrador no lo hace mejor un lápiz, a un fotógrafo no lo hace la mejor cámara, lo más importante se tiene en la cabeza con todas esas soluciones locas y renovadoras.

La mejor
habilidad
del
freelance

El diseñador debe ser visto como un ente creativo y hacedor de propuestas a problemas gráficos, el cual juega un papel muy importante en la realidad de nuestro país, dando respuesta a las exigencias de los usuarios con ideas propositivas e innovadoras, buscando la satisfacción de sus clientes.



2. ¿COMO DARTE A CONOCER COMO FREELANCE?

Las estrategias de marketing son las que se encargan de promover de una manera adecuada o correcta un producto, empresa o marca. De esta manera se busca la remuneración esperada hablando de forma económica; en palabras más sencillas el objetivo primordial del marketing es vender. En el caso del diseñador freelance, el marketing no es utilizado con una finalidad distinta, debido a que el trabajador independiente debe saber las formas idóneas para promover su servicio a las personas interesadas en ello, y así conseguir la retribución económica esperada.

El internet y su innovación constante es la herramienta que está a la vanguardia no solo para las personas que se dedican al diseño. El internet es un instrumento que tiene la factibilidad de llegar hasta el otro lado del mundo con solo hacer un “click”, esto crea una apertura de

oportunidades a nivel no solo de un país en específico, más bien se puede tener contacto con clientes de otros países.

El freelance jamás debe presentarse como una persona que no ha logrado encontrar un empleo, por el contrario este se debe de proyectar como cualquier profesional. Es importante tener claro que esta actitud positiva es la punta de lanza para poder proyectarse con una buena estrategia de marketing la cual te ayudara a brindar y ofertar el servicio de diseñador.

En definitiva el éxito del freelance radica en la elección adecuada de la o las estrategias de marketing a utilizar. Existe gran cantidad de formas de lograr este objetivo, se debe recordar que el internet es solo una herramienta de todas las que se puede escoger.



2.1 ELABORACIÓN DE UNA MARCA PERSONAL (BRANDING)

El primer paso que se debe llevar a cabo como estrategia de marketing es la auto creación de una marca propia la cual debe representarte como un freelance.

Como se sabe la imagen de una marca habla en definitiva del trabajo que esta puede llevar a cabo, dándole una buena apariencia o desprestigiando a la misma.

La creación de una marca personal es de vital importancia para un diseñador pero también se debe tener en cuenta que es una etapa bastante delicada debido a que es con ella que nos presentamos ante los clientes.

La creación de esta imagen corporativa debe ser realizada con esmero y dedicación. Todo esto sin dejar de lado aspectos básicos como la sencillez y atractivo del logo en sí. En síntesis el diseñador debe sentirse orgulloso de su creación, feliz y satisfecho del arte que lo representará.

Debes recordar que ese logo que se creará será visto por muchas personas a las cuales de una forma indirecta se le mostrara una pequeña muestra de la calidad técnica con la que cuentas, por lo tanto dicho logo debe ser el mejor que puedas haber diseñado en toda la vida.

El freelance debe verse a sí mismo como un profesional o empresa, es por esta razón que la línea grafica no puede faltar a la hora de crear tu marca personal. La línea gráfica del independiente debe ser diseñada tomando en cuenta las mismas características del logo creado con anterioridad para mantener la concordancia entre ambas cosas.





2.2 EL INTER COMO MARKETING

El internet es una plataforma en la que puedes desarrollar búsquedas de información de todo tipo, referente a cualquier tema, se caracteriza por ser accesible a nivel mundial sin ninguna modificación en cuanto a los contenidos vertidos en esta amplia gama de búsqueda. El internet se ha convertido en una herramienta a nivel mundial para toda la humanidad sin importar a que se dediquen. El internet ha evolucionado junto con el mundo y por lo tanto en su contenido, de igual forma las opciones y formas de comunicación. El freelance es conocedor de este fenómeno por lo que esta herramienta se ha convertido de gran ayuda al momento de mantenerse al corriente con los avances tecnológicos encontrando los datos que busca en la gran cantidad de información que ahí se almacena, sino que también puede ser utilizada como herramienta de marketing o dicho de otra manera para promocionarse o darse a conocer.

Para un freelancer el internet aparte de ser una fuente de constante aprendizaje dentro de la misma área del diseño, debe ser visto como una herramienta exclusiva para captar clientes.



2.2.1 REDES SOCIALES

La afluencia permanente de millones de personas a estos sitios web ha hecho que las grandes empresas puedan ver una forma efectiva de hacer llegar su publicidad de forma masiva a todo el mundo. Esto conlleva a que dichas páginas web se conviertan en el lugar perfecto para vender y anunciarse (Marketing). Los diseñadores freelance, no deben desconocer esta realidad y sobre todo las grandes oportunidades que pueden obtenerse mediante las “Redes Sociales”.

Una de las formas más comunes que se puede publicitar un producto, marca o servicio hoy en día es mediante la creación de una “Fan Page”. En dicha página se deben hacer publicaciones referentes a tu marca o servicio, con el simple objetivo de hacer contacto con el público y tener un acercamiento recíproco con el observador, en otras palabras es que tu “marca” interactúe de forma dinámi-

ca y directa con el que mira el contenido de la “fan page”.

En esta página deberá ser expuesta la marca personal diseñada con anterioridad, promoviendo los servicios y promociones con las que el diseñador cuenta. Una “Fan Page” trae opciones integradas las cuales te permiten compartir tu trabajo como profesional tanto con tus amigos como tus seguidores. Esto crea una cadena que se va haciendo cada vez más grande a medida más personas vean tu marca o tu servicio. Debes tener bien presente que la idea de esta página no es hacer más amigos en común, el objetivo principal de esta es simplemente: darte a conocer y conseguir clientes.





2.2.2 BLOGS Y PAGINAS DE ARTE

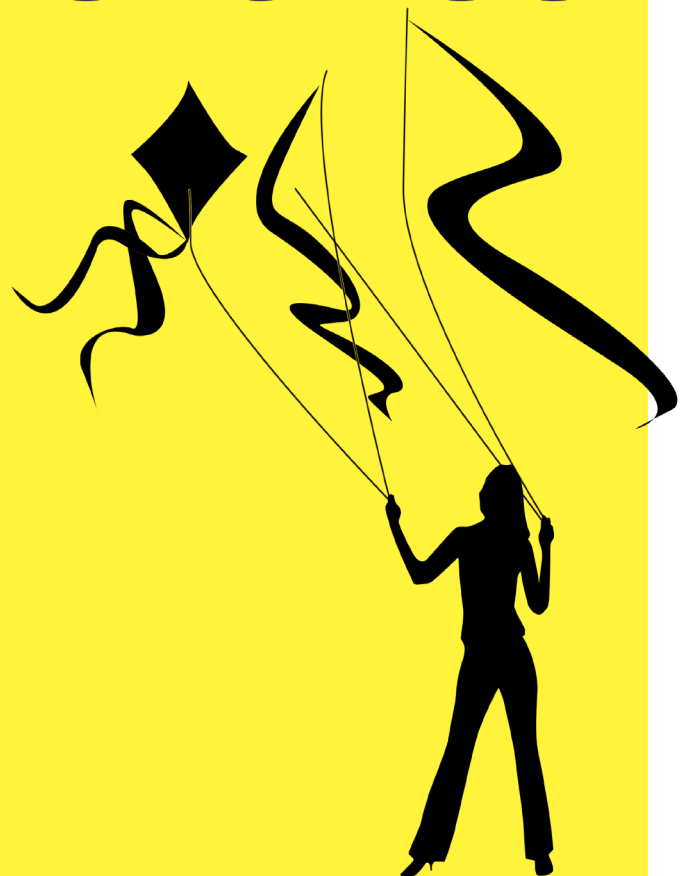
En la actualidad debes tener presente que las redes sociales no son la única forma certera de darse a conocer, aparte de eso para muchos freelance las redes sociales no son la solución más adecuada para su problemática de marketing, por lo que es necesario tener una mayor gama de opciones que puede explotarse para obtener los resultados esperados. O simplemente si se pudieran combinar ambas se podría obtener un mejor resultado que usándolas por separado.

En la web podrás encontrar los sitios de “reunión” llamados “blogs”, en donde la gente comparte sus trabajos, experiencias, consultas o aportes para el resto de personas que al igual que ellos entran a estos sitios buscando aprender y crear lazos de amistad.

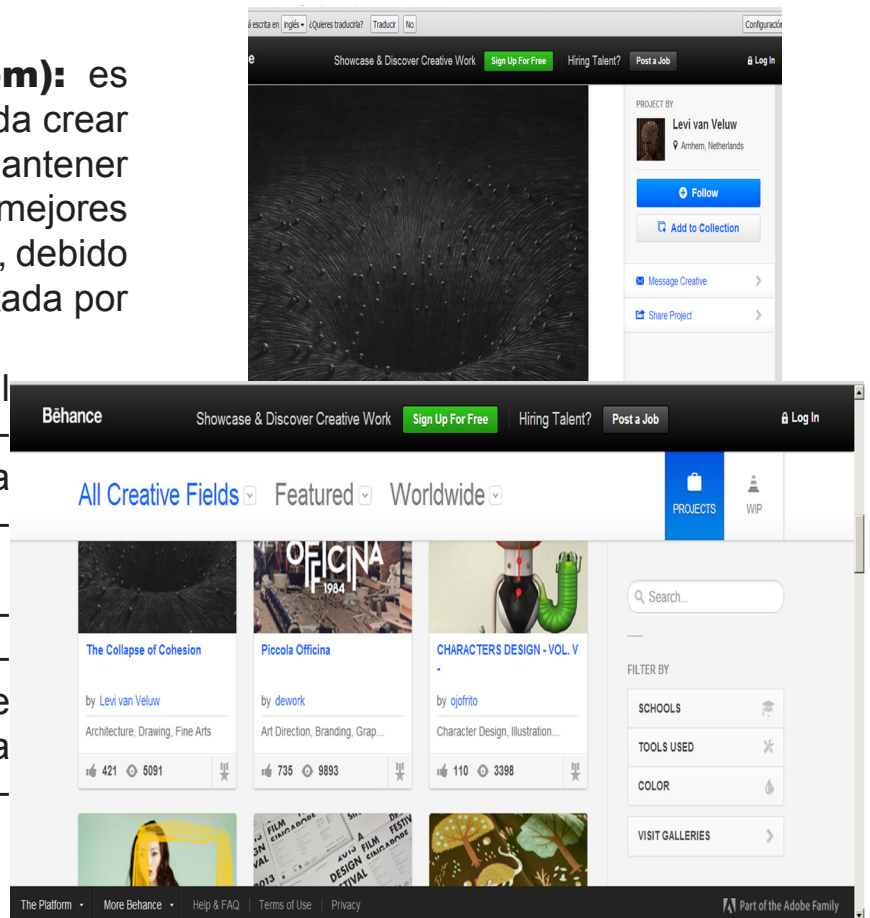
En internet puedes encontrar otras opciones más y es que existen páginas específicas que se encargan de hospedar arte digital elaborados por cualquier persona. Estas páginas se convierten en unas vitrinas en donde se puede ofertar y vender un producto o servicio. Entre las principales páginas con un mayor auge de usuarios puedes encontrar las siguientes:



Bēhance

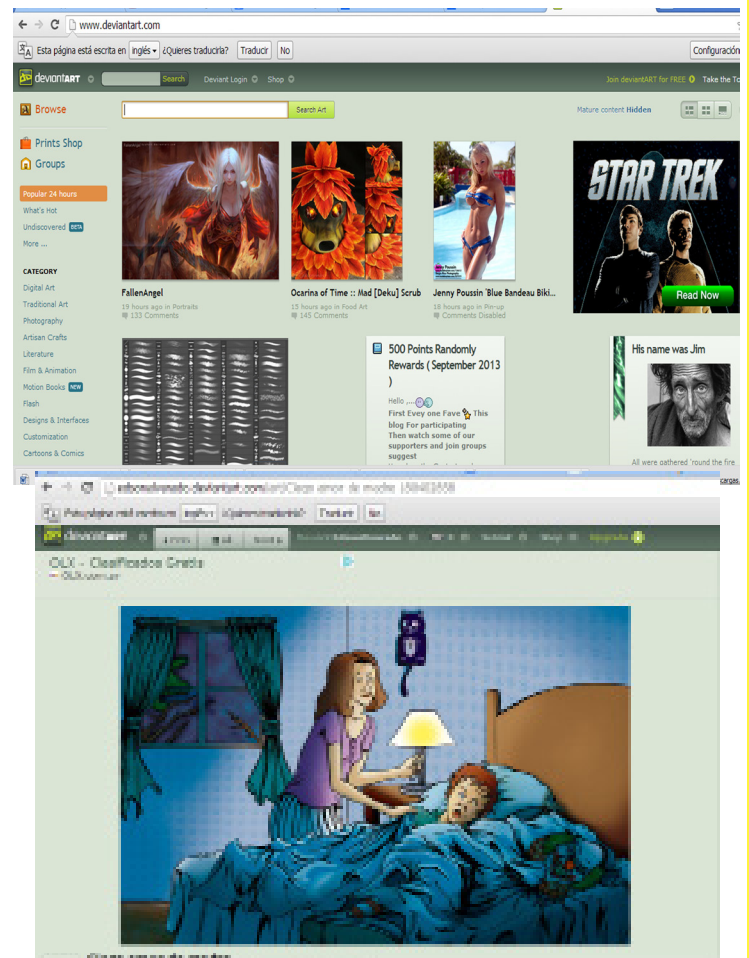


“Behance” (www.behance.com): es una página en donde se recomienda crear una cuenta en la que se pueda mantener un portafolio actualizado con los mejores trabajos realizados como freelance, debido a que esta página es bastante visitada por clientes en busca de algún trabajo. Es gratuita y muy amigable, es fácil de utilizar y puede ser personalizada al gusto del usuario, esto resulta muy útil si quieres que tu perfil resalte entre otros. Un gran detalle que hace a “Behance” ser una de las mejores páginas de diseño es que te permite mostrar trabajos en multimedia como cortos cinematográficos y trabajos en audio.



“DeviantArt” (www.deviantart.com): Esta es otra página en la cual también se puede exponer tus trabajos de ilustración o fotografía, buscando darte a conocer como freelance y captando clientes vendiendo tus servicios.

La página de DeviantArt También tiene la ventaja de ser editada al gusto del usuario y es una de las paginas para diseñadores más populares en la actualidad



YouTube” (www.youtube.com):

Esta página es la videoteca más visitada en el mundo en donde puedes encontrar todo tipo de videos, pero puede resultar productivo para un diseñador crear un canal en donde se pueda subir un video en el cual se promuevan los servicios prestados como diseñador, acompañado de un buen portafolio.

Una buena estrategia muy popular y eficaz es subir video-tutoriales relacionados a los servicios brindados haciendo uso de tu marca. De esta manera puedes dar a conocer tanto tu marca y contactos como tu capacidad de resolución grafica.



La calidad de tu trabajo siempre se ve reflejada en tu publicidad. Si la impresión de esta es positiva es cuestion de tiempo para que el primer cliente solicite tus servicios.



2.2.3 CORREO ELECTRONICO

Desde los inicios del internet, el correo electrónico ha estado presente como una herramienta para reducir distancia y tiempo. En la actualidad con la evolución en las estrategias de marketing, estas han encontrado una utilidad publicitaria en el correo electrónico, estrategias que los freelance también la pueden poner en práctica. Nos referimos a los correos masivos dirigidos a familiares y amigos o clientes, promoviendo tus servicios como diseñador. Esta estrategia incluye un plus, un pensamiento positivo enviado al receptor del correo electrónico, incluyendo un poco sobre el trato adecuado con el cliente (Ver tema: 3) Lo importante de estas líneas anteriores es que te des cuenta como una forma creativa podemos sacar lucro a opciones que podemos ver “desfasadas”.





2.2.4 PAGINAS WEB

Otra forma que te puedes dar a conocer y que transmite mucho profesionalismo y a su vez demuestra que el diseñador se encuentra a la vanguardia con la tecnología es tener una página web propia, en esta debes exponer a los clientes un portafolio con tus mejores trabajos y los más recientes, los servicios que prestas y una parte donde direcciona a tu correo electrónico para que se haga más fácil contactarte con el interesado. La página web es una herramienta potente de gran capacidad por lo que la misma debe ser diagramada o diseñada de forma sencilla, entendible, dinámica y sobre todo atractiva para que los usuarios se sientan cómodos dentro de ella. No debes olvidar colocar la imagen de tu marca personal. Una ventaja bastante grande de tu página web será que se puede llegar a tener contactos internacionales, pues debes tener presente que las páginas web pueden ser vistas en cualquier parte del mundo por cualquier persona con solamente tener acceso a internet.



2.3 LOS MEDIOS IMPRESOS, PARA DARTE A CONOCER

Has podido darte cuenta como dentro de internet existen muchas formas de dar a conocer tus servicios como un freelance. También existen otras formas fuera de la web para lograr el mismo objetivo.

Hablamos de los medios impresos, los cuales hoy en día no es muy visto que un diseñador los utilice como forma de darse a conocer. Esto debido a que lo que se busca es obtener ingresos económicos y no gastos de dinero para invertirlo en vallas o mupies. A esto podemos aumentarle el hecho de que los medios web tienen un alcance mayor a los impresos.

A pesar de los costos y la vanguardia tecnológica, existe un medio impreso el cual será de rigor por mucho más tiempo y el cual no debes dejar de lado. Todos los diseñadores sin excepción utilizan las Tarjetas de Presentación, las cuales generan practicidad, además de una apariencia

profesional ante los clientes, dejando atrás la imagen informal del freelance.



La tarjeta de presentación cumple con la función de re direccionar a un cliente a que visite tu Fan Page, o que vea tu página web y por lo tanto pueda observar el trabajo que puedes llegar a realizar con la posibilidad de contratar. Algo que no puedes dejar pasar por alto ya que es un punto indispensable de tu tarjeta es que debe de contar con tu número telefónico y correo electrónico para un contacto directo y más rápido con el cliente si fuese

necesario. Otro punto que debes recordar es que el diseño de la tarjeta dice mucho del trabajo de un diseñador, por lo que la tarjeta debe tener las características de tu imagen personal y por ende el logo de tu marca. Ser atractiva a la vista de las personas que tengan contacto con la tarjeta que sea dinámica, divertida, llamativa, etc. Pero a su vez es de suma importancia no olvidar el aspecto formal.



2.4 ¿COMO VENDERTE DIRECTAMENTE CON EL CLIENTE?

Lo principal que debes tener en mente cuando vas a impulsar tus servicios como freelance directamente con el cliente, es que vas a tener la oportunidad de promoverte ante el como un profesional y no como alguien que no encuentra un trabajo “formal”. En definitiva la mejor oportunidad para llevar a cabo dicho objetivo es ese preciado momento de estar frente a frente con el cliente.

Cuando estés frente a un cliente que quieres persuadir debes convertirte en alguien con carácter, y capaz de convencerlo de que eres la persona adecuada para resolver algún trabajo que él pueda necesitar. Esto hará que la inquietud quede en esa persona que fue visitada, iniciando la capacidad de confianza entre tu persona y el cliente.

Una forma de venderte al contratante es llegar hasta él y hacerle ver los errores que se cometieron en diseños anteriores. Esto hará que el puedas hacerle ver las fallas primeras y a su vez hacerle ver los cambios con las mejoras que podrías realizar, y sobre todo hacerle ver los resultados que este podría obtener gracias a las mejoras hechas. La idea es que el cliente vea el conocimiento y seguridad que tienes y obviamente lo que puedes llegar a ofrecerle.



3. EL CLIENTE Y SUS CAPRICHOS

El cliente se convertirá en tu motivo de ser como diseñador freelance, esto debido a que se convierte en el “padre” del independiente, ya que es gracias al cliente que el diseñador, viste, calza, se alimenta y prospera. Esta es la razón por la que debes el mayor esfuerzo en el desarrollo de tu trabajo, para con el cliente ofreciéndole el resultado más óptimo. Es importante que sepas que el cliente es un ser cambiante y exigente que requiere de atención y tolerancia. El cliente es riguroso en cuanto a sus deseos sin importar nada, esto hace recordar las palabras del famoso dicho: “El cliente siempre tiene la razón”.

A pesar de ello en algunas ocasiones el contratista (el cliente), suele tener una idea vaga de lo que desea, muchas veces no siendo lo correcto para lo que él desea lograr. La función del diseñador en todo momento debe ser la de un asesor pues al freelance se le paga para que desarrolle una idea de la mejor manera tanto técnica como que sea eficaz

y productiva para el interesado. Todos los clientes son difíciles, unos más que otros, y es por eso que todos necesitan un trato especializado porque todos tus clientes serán diferentes, con personalidades diferentes, ideas cambiante, deseos distintos, etc. Haciendo que el trato con el cliente sea una verdadera aventura, pero no imposible. Con el paso del tiempo te resultara bastante sencillo trabajar con los clientes debido a que podrás llegar a adelantarte a los caprichos de los mismos.

Debes respetar y ser bastante paciente a pesar de todo, pero a su vez como diseñador debes tener un límite en el cual tu darás respeto al cliente exigiendo de igual forma lo mismo. Es tu obligación como freelance buscar la manera adecuada de tratar a las personas, a veces será más fácil y en ocasiones más difíciles que otras. Estas dificultades podrán variar dependiendo la preocupación del cliente por su problema gráfico. Debes recordar que el cliente está invirtiendo dinero en lo solicitado.





3.1 EL TRATO Y COMO GANARTE CLIENTES.

Uno de los mayores problemas que encontraras trabajando de forma freelance es encontrar tu primer cliente, ese cliente potencial y constante. La mejor forma de retenerlo es ofreciendo un trabajo de calidad y en los tiempos de entrega que planteaste.

Algunos freelance creen que la mejor forma de darte a conocer es haciendo un trabajo impecable, pues de esta manera la gente te recomendará por la calidad del trabajo mismo, siendo esta la mejor manera la cual podrás ganar y retener clientes en potencia. De igual forma debes tener presente que la forma más sencilla e idónea de perder a cualquier cliente es simplemente ser impuntual con la fecha de entrega. Cuando esta situación es solventada de la mejor manera se creará una relación de confianza entre diseñador-cliente, llevando la relación a una fidelidad bastante leal. El cliente debe sentirse que está trabajando con un amigo y no con alguien que ha sido contratado para brindarle un servicio.

Debes hablar mucho con el cliente y entenderle absolutamente todo. Esto con el afán de evitar malos entendidos, que pueden conllevar a la pérdida del cliente por falta de intercambio de ideas con el mismo, haciendo que la comunicación se vuelva indispensable en la relación diseñador- cliente. Si tienes una mala comunicación con tu él, te arriesgas a obtener un resultado fatal en el proyecto que se estás realizando, y por ende también la pérdida de tu jefe. Por lo que es aconsejable que mantengas reuniones con el comprador. Si la reunión no es posible en persona, es necesario buscar formas alternativas para que no pierdas la comunicación con el cliente, por ejemplo hacer uso de la herramienta de internet llevando a cabo una entrevista por medio de "Skype" (www.skype.com) donde pueden realizar conversaciones en línea en tiempo real. Cualquiera que fuese la duda que se tenga, esta debe ser aclarada de inmediato con la persona que se esté trabajando. Está de más decir que debes ser cortés, amable y respetuoso con tus clientes, esos son valores que se debes de tener bastante presente a la hora de tratar con clientes nuevos.

El cliente debes hacerlo sentir cómodo con tu persona haciéndolo verse respetado e importante. Esto se puede lograr mediante los

correos masivos a los clientes, enviándoles tarjetas con diseños y frases emotivos, cada cierto tiempo o simplemente desearle una feliz semana o incluso un feliz cumpleaños. Con esto lograras hacer sentir al cliente importante y sobre todo que es de tu interés, sin olvidar ponerte siempre a sus servicios. Ganar y retener clientes es de cierta manera sencillo pero es más fácil perderlos.

Debes recordar que no hay mejor manera que el cliente quede satisfecho con un trabajo excelente, y sobre todo a tiempo. Junto a esto se debe ganar la confianza del usuario y que te vea como un amigo al que puede "molestar" con un trabajo en cualquier momento. La comunicación que debe existir entre ambas partes debe ser bastante buena y fluida, debes tener presente que un mal intercambio de información puede hacer que pierdas tu cliente.





4. LOS COSTOS

No existe una forma única ni rígida que te sirva a la hora de cuanto cobrar por un servicio de diseño, debido a que son muchos los factores que deben ser tomados en cuenta a la hora de pactar el costo de un servicio.

Los cobros te resultaran un dolor de cabeza por lo complejo que puede resultar en un inicio pero debes saber que lograras la soltura llevando a la práctica los siguientes apartados. Es indispensable recalcar que el mercado se encuentra con un problema bastante grande y es el del diseño barato sin importar la calidad del mismo, esto viene a perjudicar a todos los freelance los cuales se encuentran muchas veces ante un mercado devaluado, por lo que se debe insistir en el aspecto ético y profesional e instar a que no bajes los tarifarios estándar por el bien de todos.



4.1 ¿QUE DEBO TOMAR EN CUENTA PARA SABER COBRAR POR MI TRABAJO?

Cuando tengas que estimar el costo de un proyecto que debas realizar, deberás tomar en cuenta muchos factores muy importante y que limitan en si el proyecto y por lo tanto su costo. Puedes iniciar hablando del cliente. Sabes que no todos los clientes o empresas tienen la misma capacidad económica que otros y basado en esto el costo de un servicio dependerá en gran medida a lo grande que sea el cliente. Por ejemplo: Los costos serán más elevados a persona o empresa que se sabe que tienen la capacidad para poder pagarlos, más aun sabiendo que la empresa ocupara el diseño para vender algún tipo de producto o servicio recuperando la inversión del diseño a un corto plazo, obteniendo ganancias extras gracias al mismo.

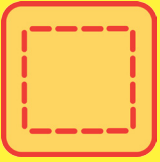
Un factor que debes tomar bastante en cuenta es el tamaño o dificultad del proyecto que vas a realizar, muchas veces implica dedicarle mayor trabajo que a otros, exigiendo subcontrataciones y proveedores los cuales también requieren de una paga por el servicio que prestara para llevar a cabo el trabajo, lo anterior es algo que se debe tomar muy en cuenta con un proyecto difícil pues se deben sacar los costos

ajenos para poder obtener la ganancia del diseñador.

Otro punto que deberás tomar en cuenta es el tiempo que se va a utilizar en realizar el proyecto, hay trabajos los cuales no son muy urgentes, pero hay otros que sí lo son. En estos casos la urgencia o la capacidad de respuesta que se puedas llegar a tener definen de igual manera el costo por el proyecto, recordando que el freelance, sacrifica su vida personal cuando ocurren este tipo de situaciones inesperadas con las que no se contaba.

Los materiales que vas utilizar también deberán ser tomados en cuenta desde las páginas de papel para realizar los bocetos requeridos, hasta los cartuchos de tinta que se deberán recargar por las constantes impresiones, dependiendo el tamaño del proyecto así se utilizaran más cantidad de materiales.

Son estos cuatro factores de forma general los más tomados en cuenta por los freelance actualmente. Estos elementos se ven sustentado con el más importante de todos a la hora de proponer un costo, explicado a continuación: El factor intangible.



4.2 LO INTANGIBLE, COMO FACTOR QUE AUMENTA EL COSTO DE TU TRABAJO

Lo intangible es algo que no se puede ver, no se puede tocar, no se puede tener. Son todas aquellas cosas que de una u otra manera ayudan de forma indispensable a la creación o llevar a cabo un proyecto determinado.

Cuando estés trabajando desde tu casa, se te generaran costos o gastos fijos como la electricidad, servicio de teléfono para llamar a los clientes, internet, devaluación del equipo, y la lista continuara haciendo más grande.

Otros factores que debes tener en cuenta a la hora de pensar en lo intangible es el uso que el cliente le dará el cliente a tu diseño. Si se conoce que el arte es para una imagen empresarial se deduce que la inversión en el diseño será recuperada

rápidamente generando ganancia gracias al diseño, es debido a eso que debe haber un porcentaje extra en el cobro del servicio.

Otra situación de lo intangible es cuando un cliente pide los derechos de autoría de una ilustración por ejemplo, el costo aumenta en medidas bastante significativas, podríamos calcular “agregándole un cero extra al costo total”, esto debido a que el cliente desea tener control absoluto presentarlo como propio, lo cual te generará mayor ganancia hacia tu bolsillo.

Cuando alguien te contacte por el estilo y calidad de tu trabajo implica mucho en el costo del proyecto porque eso significa que el cliente, ha buscado tus servicios como freelance porque le gusta tu forma de trabajar, esto quiere decir que el usuario encontró algo que te distingue de los demás diseñadores, dándole a esto un plus económico a tus trabajos o proyectos a realizar. Este factor es el que más puede acercarse a lo que realmente es el valor de lo intangible hablamos de lo que no puede verse ni palpase pero a pesar de ello se sabe que se encuentra ahí de forma intrínseca.

A pesar de todo lo mencionado anteriormente no son todos esos los elementos primordiales, pues el punto más importante y que es totalmente intangible en un diseñador freelance es su creatividad, imaginación, empeño, formación y conocimientos adquiridos a lo largo de su educación. Eso es realmente lo intangible y lo que mayor valor le dará a tus trabajos como diseñador ya sea trabajador de una agencia o trabajador independiente. Esta es la sal en la comida, lo que le da el sazón

y el gusto al proyecto, pues sin esa invisible parte no se obtuvieran los resultados deseados. Es en la cabeza del diseñador donde se encuentran las verdaderas ideas que llevarán al éxito al cliente.





4.3 SUBCONTRATACIONES Y PROVEEDORES

Cuando nos referimos a subcontrataciones o proveedores, nos referimos a todas aquellas personas que ayudan a realizar un proyecto ya sea brindándonos un servicio o un producto, el cual es indispensable para el desarrollo óptimo del encargo a realizar, bajo una paga la cual ya habías acordado. Un ejemplo de proveedor: si una empresa determinada te hace un encargo de realizar un anuncio para la televisión, y en ese momento no cuentas con el equipo adecuado para poder llevar a cabo las grabaciones pertinentes, no vas a rechazar el trabajo. En ese caso deberás recurrir a contratar a una agencia o empresa la cual pueda brindarte el servicio el cual necesita, acordando una paga por dicho servicio. En esta situación deberás hacer más cálculos que lo normal porque en el costo total tendrás que con-

siderar el pago que se le hará a la agencia que te brindo el servicio y tu ganancia como freelance.

La forma correcta en que puedas recibir mayores ganancias en este tipo de negociaciones es tener muy buenos y muchos proveedores de los cuales puedas escoger el que más te convengan. Esto se logra en base a una cotización previa la cual te servirá para conocer los costos en los que incurrirás al hacer una subcontratación. Debes de tomar en cuenta de que el resultado del proyecto se encuentra en manos de las contrataciones hechas, y por lo tanto de tu imagen como freelance. Es por esta razón que deberás buscar personas que puedan llevarte a cabo un trabajo de forma económica pero con una calidad impecable.

CLIENTE





4.4 ALGUNOS METODOS EFECTIVOS PARA CALCULAR LOS COSTOS

Una de las formas más ventajosas que han encontrado los freelance actualmente es la retribución calculada en base a horas. Este método es completamente variable, debido a que la diferencia se basa en la cantidad de dinero que el diseñador quiere ganar. Se dice variable el costo de tu hora de trabajo porque esta puede variar según los factores antes mencionados (cliente, dificultad, tiempo y materiales). Pero queda el valor intangible el cual hace que se eleve de gran manera el costo de tu hora. Uno de los puntos más importantes a tomar en cuenta es la experiencia del diseñador, se puede calcular que el costo por hora ronda alrededor de los \$30.00 cobrándola barata, cuando es un diseñador freelance bastante reconocido, esta es una tarifa media en el mercado de ahí que puede aumentar o disminuir, dependiendo el reconocimiento que el freelance tenga, de igual manera tomando en cuenta los elementos tangibles e intangibles.

Pero, ¿Cómo se calcula el costo exacto de la hora de trabajo?, la respuesta es sencilla: lo primero que debes ponerte a pensar es la cantidad de dinero que quieres llegar a ganar en un mes como salario. Luego esta cantidad la tendrás que dividir entre 22, este número significa la cantidad de días laborales en un mes quitándoles los días de fines de semana. Después de eso el resultado lo dividiremos nuevamente entre 8, el número anterior simboliza el número de horas laborales por día. Este nuevo resultado será el costo de tu hora laboral como freelance. Al tener el costo de tu hora, la cual como ya dijimos será

$$\frac{\$ 1000.00 \text{ (SALARIO DESEADO AL MES POR EL DISEÑADOR FREELANCE)}}{22 \text{ (DIAS LABORALES AL MES)}} = 45.45$$

$$\frac{45.45}{8 \text{ (HORAS LABORALES AL DIA)}} = \$ 5.68 \text{ (COSTO TOTAL POR HORA)}$$

variable dependiendo los ingresos que se desean obtener, esta se multiplica por la cantidad de horas que se puedes tardarte en realizar un trabajo. Este resultado será

el costo aproximado de cuanto deberás cobrar por tu proyecto. Dependiendo más grande y tardado sea el proyecto, más ingresos obtendrás. Estas líneas anteriores podemos representarlas con esta formulación:

tamaño de la empresa o el cliente. En este caso que es una empresa pequeña se le puede agregar un 50 % extra por la ganancia que el cliente obtendrá gracias al diseño.

$$\begin{array}{r}
 \$ 5.68 \\
 \text{(COSTO TOTAL POR HORA)}
 \end{array}
 \times
 \begin{array}{r}
 9 \\
 \text{(CANTIDAD DE HORAS} \\
 \text{A REALIZAR EL LOGO)}
 \end{array}
 =
 \begin{array}{r}
 \$ 50.85 \\
 \text{(COSTO POR DISEÑO)}
 \end{array}$$

Ahora podemos ejemplificar dicha ecuación a una situación real en donde una panadería la cual inicia su negocio te pide que le diseñes su logo: Entonces debes iniciar con la creación del concepto y bocetos, podríamos calcular 3 horas, en donde entra el factor creativo (deberían ser las horas más caras). Seguido a eso las asesorías y presentación de bocetos por consiguiente la aprobación del mismo, podemos aumentar 2 hora más. Agregamos 4 horas más para la digitalización del mismo. Esto nos da un total de 9 horas.

Este costo final puede variar según el cliente, el tiempo y dificultad del proyecto sin olvidar el valor intangible. Estos elementos conllevaran a que los porcentajes extras sean mayor o menor según lo antes mencionado, quedando en consideración y tacto del diseñador los porcentajes y los costos por hora de trabajo.

$$\begin{array}{r}
 \$ 50.85 \\
 \text{(COSTO TOTAL POR LOGO)}
 \end{array}
 \times
 \begin{array}{r}
 \$25.42 \\
 \text{(50 EXTRA SOBRE} \\
 \text{VALOR DE RENTABILIDAD)}
 \end{array}
 =
 \begin{array}{r}
 \$ 50.85 \\
 \text{(COSTO POR DISEÑO)}
 \end{array}$$

Obtendríamos un total de \$50.85 por la creación del logo propiamente dicho, pero debemos tomar en cuenta que a este costo se le deberían aumentar los factores que rigen los costos del diseño (Ver temas: 4.1 y 4.2). A este total aún podemos agregarle un porcentaje dependiendo el



4.5 LA INCORFOMIDAD DEL CLIENTE CON LOS COSTOS

Muchas veces te encontraras con situaciones bastante difíciles con el cliente y es que en ocasiones a pesar de haber realizado una cotización en base al presupuesto de tu cliente este encuentra el total “bastante elevado”, llevando a una cierta inconformidad con el precio de tu servicio. Por lo tanto es necesario que puedas estar preparado para este tipo de situaciones y saber que hacer en esos incómodos momentos.

Una de las soluciones que puedes tomar en cuenta puede ser ejemplificada con una ilustración en la cual como freelance podrías contar con tres estilos de ilustración cada uno con un precio específico dependiendo la calidad o efectos de la misma. El primer estilo de ilustración puede ser la más económica la cual estaría hecha en base a solo los contornos del dibujo.

La segunda de igual forma es una ilustración creada a base de contornos rellenos con colores base buscando crear volúmenes a las formas. Este estilo de ilustración tendrá un costo más elevado

que el primero. Por último una ilustración en donde el volumen se desarrolle por completo a base de sombras y texturas, obviamente este estilo de ilustración en cuanto a los costos se elevará considerablemente.

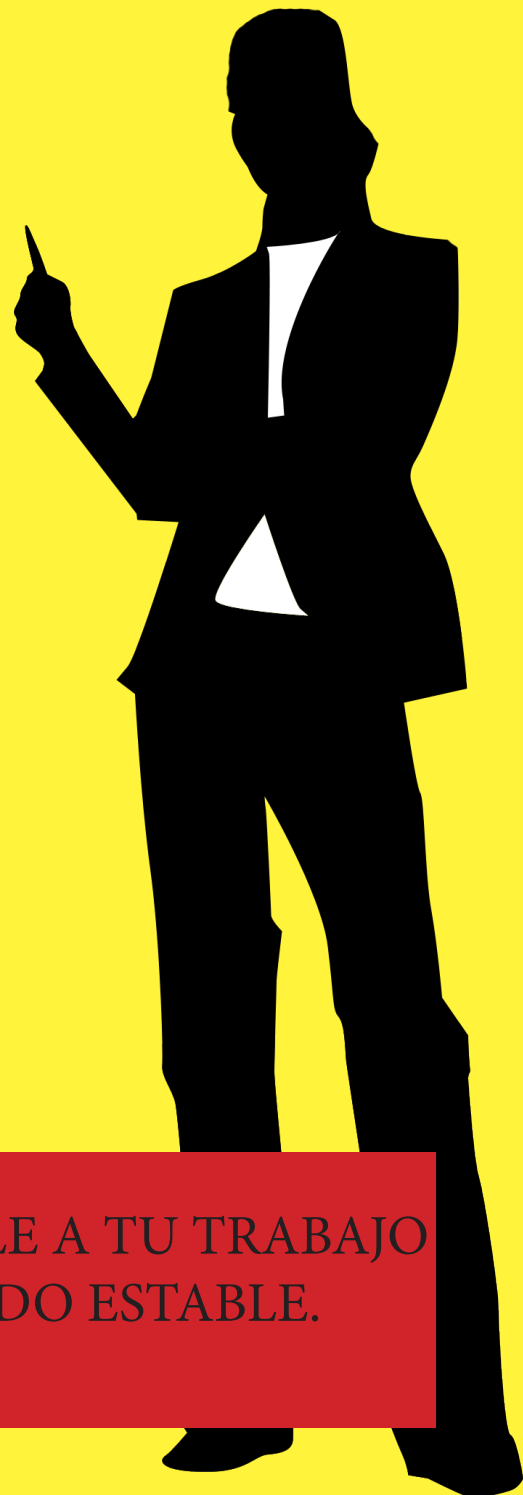
Todo esto puedes llevarlo a cabo con la idea que el cliente pueda ver tanto los estilos y escoger el que más se apegue a lo que busca y de igual manera que pueda ver el trabajo que podría ser realizado en base a su propio presupuesto. Con esto le demostraras que puedes acoplarte a sus necesidades y capacidades pero sobre todo sin olvidar la satisfacción que pueda tener el cliente en base al trabajo. Es necesario que le hagas ver que el hecho que se tengan tres tipos de costos la calidad del trabajo no será inferior por un pago más bajo.

Otra forma de poder solventar este tipo de situaciones con el cliente es que puedes aumentar un porcentaje de 10% al costo final del trabajo.

$$\begin{array}{rcccl} \$ 100.00 & + & \$10.00 & = & \$110.00 \\ \text{(COSTO TOTAL} & & \text{EXTRA SOBRE} & & \text{(COSTO TOTAL} \\ \text{TDE LA COTIZACIÓN)} & & \text{COSTO} & & \text{ENTREGADO} \\ & & \text{TOTAL DE LA COTIZACIÓN)} & & \text{AL CLIENTE)} \end{array}$$

Este porcentaje si llegase a ser necesario podría descontarse si el cliente asi lo pidiese. Esto sin afectarte el costo de lo que vale tu trabajo sin desvalorar el costo del mismo. Un diseñador freelance debe mantener costos mínimos por los cuales realiza sus trabajos. Esto es para poder jugar con el cliente en cuanto a su inconformidad, ya que se debe tener en cuenta que si el cliente no muestra ningún inconveniente con el costo total el porcentaje queda como ganancia para el diseñador.

Una opción más que puedes utilizar en cuanto a la inconformidad del cliente en cuanto a los costos es simplemente no rebajar el costo de tu trabajo. Pero a cambio de esto se puedes entregar algún plus al cliente el cual él no ha solicitado o por el contrario, que si lo solicitó y no se cobrara, esto sería una forma de mantener ofertas y promociones con el cliente, en base al mismo costo. Puedes experimentar con estas u otras formas para tratar con el cliente y su corto presupuesto, pero debes recordar que es solo en casos extremos que se debe abandonar un trabajo por falta de presupuesto justo, de esta forma el mercado no pierde su valor ni el diseñador pierde el suyo como profesional.



**DARLE UN PRECIO RAZONABLE A TU TRABAJO
TE MANTIENE UN UN MERCADO ESTABLE.**



4.6 FORMAS DE PAGO

Existen varias formas de pago en cuanto la forma de trabajar de un freelance, esta dependerá exclusivamente del acuerdo a que llegues con el cliente el cual puede ser tanto por conveniencia para ambos, factibilidad o la situación que se de en el entorno en el que te encuentres.

La cancelación económica por los servicios puede llevarse a cabo desde pago en efectivo y en persona de cara a cara con el individuo que cancelará el producto final. Otra forma que puedes obtener tu pago es por medio de cheque entregado directamente entre cliente y diseñador. Existe a su vez una forma de pago que no tiene que ver con un factor económico, sino que se puede intercambiar un diseño por un producto que distribuya la empresa contratante, esto siempre y cuando sea un común acuerdo por ambas partes.

Cuando la forma de hacer un trabajo ha sido llevada a cabo solo por medio de internet sin ningún contacto personal con el cliente la forma de pago debes de tomarla muy en serio, esto te implica que el pago no podrá ser en efectivo y por eso mismo la forma de pago por medio de cheques es totalmente insegura, debido a la falta de fondos. Pero no te preocupes existe una forma de pago para esta situaciones la

cual resulta bastante segura, hablamos de “PayPal”, el cual permite la transferencia de dinero entre usuarios que tengan correo electrónico, una alternativa al tradicional método en papel como los cheques o giros postales. PayPal también procesa peticiones de pago en comercio electrónico y otros servicios webs, por los que cobra un porcentaje al vendedor) <http://es.wikipedia.org/wiki/PayPal>.

Sea cual sea el caso es recomendable que se trabajes en base a un porcentaje al iniciar el proyecto de preferencia entre un 30% a un 50% del costo total acordado, esto dependerá de los insumos que se necesitaras para realizar el trabajo. A su vez es una forma de asegurar al cliente y no llevarse sorpresas al trabajar y encontrarse con que el cliente “ya no existe”. Muchas veces se deberá acordar con los contratistas que el pago del porcentaje restante se llevara a cabo hasta cierta cantidad de días después que entregaras el trabajo, siempre y cuando no sea una cantidad excesiva de días (todo esto deberá ir correctamente planteado en un contrato) (Ver tema: 5). Por otro lado otros diseñadores prefieren trabajar siempre con un porcentaje de adelanto y el restante justo al momento de la entrega final del trabajo.



4.7 ¿COMO PUEDO COMPROBAR LOS PAGOS A MIS CLIENTES?

La mayoría de diseñador freelance no se encuentra registrado de forma legal ante las autoridades, esto llegara a impedirte el hecho de poder entregar facturas con el nombre de tu marca o empresa. Esto no significa que no puedas o debas presentar un comprobante que garantice la cancelación de tu servicio como tal.

La gran mayoría de trabajadores independientes trabajan en base a recibos los cuales son entregados al momento de recibir el pago absoluto de su proyecto realizado. Este "Recibo Sencillo", como le llaman actualmente los freelance, puede estar diseñado de forma personalizada para cada cliente o empresa, esto dependiendo los requerimientos que la empresa o cliente maneja.

Algo que no debes olvidar a la hora de diseñar el recibo que entregaras como comprobante es un apartado donde debes detallar el 10% del Impuesto sobre la Renta, este porcentaje se deberá realizar al costo final del proyecto. Esto significa que a pesar que no estés legalizado como empresa tienes el derecho de obtener las cartas extendidas por tus clientes haciendo constar que han retenido dicho porcentaje. Esto se

hace con la idea que posteriormente puedas recuperar dicho porcentaje el cual se te ha retenido por cuestiones legales de parte del Ministerio de Hacienda.





5. EL CONTRATO

Uno de los mayores problemas que podrias llevar a cabo trabajando como freelance es pactar la forma de pago solamente con palabras, debido a que por la falta de un contrato se han vivido experiencia bastante desagradable por lo que necesitas saber sobre los contratos para evitarte cualquier tipo de engaños, por lo que debes saber a la perfección a desarrollar un contrato.

Pero ¿Qué es un contrato?, este es un documento que puede ser llamado cotización formal, licitaciones, presupuesto, entre otras. Un contrato es un escrito el cual busca dejar claras las condiciones del trabajo a realizar. Los contratos son llevados a cabo con dos objetivos evitar los malos entendidos con el clientes a la hora de entregar el resultado final del trabajo y la segunda causa es la de proteger al cliente pero sobre todo el diseñador como tal. A

veces como diseñador debes protegerte del cliente debido a que, los que quedan mal con el trabajo no eres tu como freelance, más por el contrario si lo son los clientes a la hora del pago, los cuales se reúsan a pagar lo acordado o exceden el tiempo planteado con anterioridad.

Cuando un freelance se encuentra amparado bajo un contrato este puede recurrir a acciones legales ante las autoridades. Esta acción no puede ser llevada a cabo cuando todo se acordó de una simple forma hablada. Los clientes esperan responsabilidad de parte del diseñador debido a que él está pagando por un servicio, pero de igual forma el diseñador espera la retribución de forma responsable de parte del cliente. Con esto se asegura el trabajo sin problemas ni contratiempos para el cliente y para el diseñador. Trabajar en base a contratos te crea ventajas como profesional.



5.1 ¿QUE DEBE CONTENER UN CONTRATO FORMAL?

Tu contrato como freelance debe ser una página membretada de forma muy profesional con las características de tu imagen personal como diseñador. Esto conlleva a que tu contrato debe estar encabezado por tu logo de trabajador independiente y la página decorada de una manera sutil con los colores de tu línea gráfica.

Lo esencial de un contrato es lo que va detallado en sus cláusulas. ¿Qué es lo que deben decir dichas cláusulas? Este documento debe contener apartados escritos de forma clara y sencilla para que el cliente o contratista pueda entender a la perfección evitando la confusión. En las cláusulas se debe de tomar en cuenta aspectos claves del trabajo entre tiempos de entrega, forma en que se entregara el trabajo, formatos de entrega de archivos, costos desglosados, dejar claro si se entregará un adelanto y de cuanto exactamente será, la forma de pago y en cuanto tiempo se pagará por completo el proyecto o si se cancelará en forma de cuotas mes a mes, dejar claro las reuniones constantes para que el trabajo sea todo un éxito, tiempo la cantidad de propuestas que se entregaran y a partir de cuantas modificaciones se llevarán a cabo costos adicionales para el cli-

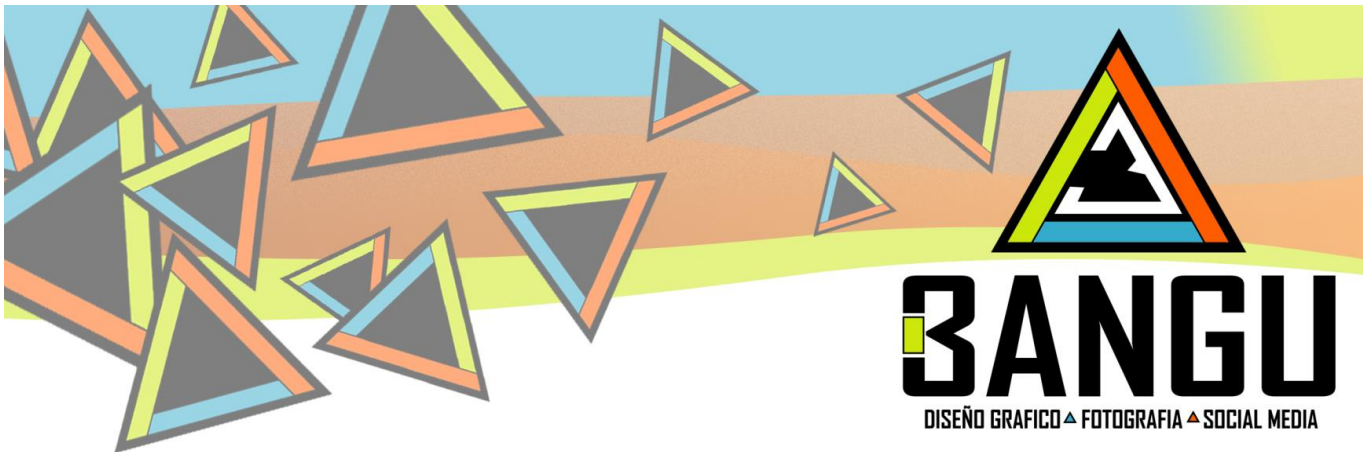
ente. En fin la gama de temas a tocar en los contratos son muy variados, lo extenso y cantidad de los puntos a tocar deben ser acordados por tu persona y tu cliente, en donde deberían opinar sobre puntos que ambos consideren debería estar incluido en dicho contrato.

Muchas veces los clientes desconocen sobre los costos adicionales por lo que estos deben ser tratados de la forma más clara para evitar los desacuerdos previos. En el contrato debes pactar que entregaras cierta cantidad de propuestas pero se debe aclarar que al cumplir esa cifra las modificaciones o propuestas empezaras a cobrar extra a la cotización final acordada, esto debido a que estas invirtiendo tiempo y creatividad. Al cliente debes aclararle que la realización de su proyecto implica muchas cosas, las cuales todas tienen un costo, estas deben ser expuestas de la manera más clara para que el cliente sepa por lo que está pagando en realidad. Este contrato se convierte en simples páginas de papel si no cuenta con la firma del cliente como con tu aprobación. Este simbolismo acredita que ambos han llegado a un común acuerdo, y que ambas partes cumplirán lo que en esas páginas está expuesto. Aceptando de manera formal que

algún incumplimiento del mismo podría traer repercusiones legales para cualquiera de los dos.

El contrato es un documento que sirve para evitar inconvenientes con el cliente. Es por

esta razón que un contrato no puede contener ningún cabo suelto. Todas las cláusulas debes plantearlas con un lenguaje que sea entendible para ambos.



Contrato de común acuerdo

En el presente documento se detallan aspectos de vital importancia para el éxito del proyecto y evitar futuros inconvenientes, para que ambas partes sepan cuáles son sus obligaciones y derechos, firmado al final en común acuerdo.

El incumplimiento de algunos de estos puntos puede llegar a perjudicar de forma legal a la parte que infrinja el presente contrato.

Cliente o institución: Karen Zulema Nieto Álvarez

Proyecto: Ilustraciones para "Baby Shower Dessire"

Lugar: Santa Tecla, La Libertad.

Fecha: Viernes 19 de Julio de 2013.

Cotización aprobada por el cliente

Cantidad	Descripción	Costo Unitario	Total
5	Bocetos para elaboración de ilustraciones	\$1.00	\$5.00
2	Ilustraciones digitalizadas	\$10.00	\$20.00
Total a pagar			\$25.00

Este es un ejemplo de un "contrato de común acuerdo". Es importante destacar el objetivo del contrato al inicio de éste involucrando al cliente al compromiso de pago.

Como segundo punto se debe anexar la cotización del trabajo que realizarás haciendo uso de los métodos sugeridos anteriormente (cap. 4.4)

Detalle de Clausulas

Clausulas	Observaciones
<ul style="list-style-type: none"> Se presentara la cantidad de 5 bocetos los cuales servirán para poder llevar a cabo una elección de dos ilustraciones digitales. El servicio de ilustraciones se prestara en base a una oferta, la cual consiste en el cobro de dos ilustraciones pero serán entregadas un total de tres personajes. Los archivos digitalizados serán presentados en base a una impresión casera, para que el cliente pueda ver los avances en su pedido. Se podrán realizar dos cambios a las ilustraciones a consideración del cliente ya sea en la parte de la presentación de bocetos o en la exposición de las ilustraciones impresas en donde se puede llevar a cabo cambios de colores Las ilustraciones no podrán ser utilizadas para ningún fin comercial, sin el consentimiento del diseñador (derechos de autoría) Se presentaran los cambios realizados para la final aprobación del cliente 	<p>-Dichos bocetos serán presentados ante el cliente en páginas de papel bond hechos a lápiz, el día Martes 23 de Julio de 2013 a las 3:00 pm.</p> <p>-La tercera ilustración corre por cuenta propia del diseñador.</p> <p>-Las impresiones serán realizadas en páginas de papel bond, a full color para que se puedan observar los colores propuestos. Esta reunión se llevara a cabo con el cliente el día Viernes 26 de Julio de 2013 a las 2:30 pm.</p> <p>-A partir del tercer cambio se cobrará \$ 5.00 adicional por cada variabilidad realizada a las ilustraciones, las cuales se aumentaran al costo final de la cotización.</p> <p>-Se presentara una nueva impresión con los cambios realizados siempre a full color el día Lunes 29 de Julio de 2013.</p>
<p>Entrega Final.</p> <ul style="list-style-type: none"> Las ilustraciones se presentaran al cliente de forma digital en un CD ó DVD. En el cual, se encontraran las ilustraciones en los formatos PNG, JPG y PDF. Para los usos que el cliente requiera. 	<p>-Los archivos editable no se incluirán debido a que tienen un costo adicional. La entrega final se llevara a cabo el día Martes 30 de Julio de 2013, a las 4:00 pm.</p>



Es muy importante detallar el trabajo que vas a realizar para evitar futuros inconvenientes con el cliente, destacando el servicio que consideras como adicional al acordado.

¡ASEGURA TU PAGO ANTE TODO!

La parte más importante del contrato formal es el cuadro de confirmación del servicio brindado por el diseñador. La firma del cliente aceptando dichos servicios garantizará tu pago al finalizar los servicios requeridos y servirá de respaldo para

levantar procesos legales si la situación lo amerita (por ejemplo, si el cliente se reusa a pagar la cantidad acordada).

- El pago en su totalidad se llevara a cabo al momento de la entrega del CD ó DVD con el trabajo finalizado al 100%

Firma del Diseñador

Firma del Cliente





5.2 ¿COMO PUEDO PROTEGER MIS TRABAJOS?

Muchas veces proteger tus trabajos con los derechos de autor es un punto bastante delicado pues en más de alguna ocasión puedes llegar a perder dichos atributos haciendote perder considerables cantidades de dinero. Recordemos que los derechos de autor simbolizan la autoría y derechos sobre el diseño, ilustración o fotografía.

En la actualidad se pueden poner en práctica algunas formas de proteger tus trabajos enviados a los clientes en forma de adelanto por medio de correo electrónico. Una de ellas podría ser la de realizar el arte original y guardar una copia con una resolución baja pero aceptable a la vez, en la que el cliente pueda apreciar el trabajo sin ningún problema pero que a su vez la baja resolución le impida utilizarlo para otros fines sin pagar por ello. Eso da una seguridad al diseñador de mantener el archivo original y editable para demostrar su propiedad.

Otra forma de asegurar el trabajo que has realizado es enviar el archivo en una resolución mayor pero agregando una marca de agua en todo el trabajo realizado, la marca de agua debería ser el logo del diseñador o en su defecto algo que lo identifique como marca o empresa.

Una tercera opción es enviar los archivos en formato PDF, bloqueados con llave para que nadie pueda plagiarlos o copiarlos. Estas formas de guardar la seguridad de los trabajos debes ponerlas en práctica cuando los archivos serán enviados por correo electrónico.





6. LEGALIZACIÓN Y REGISTRO DE MARCA.

Tarde o temprano llega el momento en el que un diseñador debe tomar una decisión que marcará su futuro laboral de una manera muy significativa, esto es: Legalizarse como persona natural, empresa o sociedad anónima de capital variable.

Una de las principales ventajas que estos beneficios ofrecen al diseñador esta posicionar de una mejor manera la marca, ya sea del diseñador o de productos que el diseñador decide lanzar al mercado, dándole prestigio y profesionalismo al trabajo.

¿Que implica el registro de empresa o persona individual?

La ley establece dos formas de creación de empresa: una es persona natural y la otra es persona jurídica (sociedad). De esta manera, el diseñador tiene la alternativa de registrarse individualmente o asociado de una o más personas que no necesariamente ejerzan el mismo oficio. Existe una gran diferencia entre estas formas de registro y su forma de inscripción”.

Con relación a registro de persona natural, la mayor ventaja es que el diseñador tendrá la oportunidad de extender recibos

o facturas “formales” a sus clientes en el caso que estos lo exijan. La inversión que uno tenga o que va a poner a disposición para efectuar actos de comercio en relación a productos o servicios es lo que va a servir para poder iniciar registros. Los montos mínimos para registrarse como persona natural es un monto de capital inactivo de \$2,286

En el tema de las sociedades, es la participación de dos socios como mínimo y al igual que el registro de persona individual cada socio puede extender facturas a sus clientes a diferencia que el NIT y el IVA se le otorga a la sociedad de manera que no exista un solo titular; esto es bastante conveniente al momento de repartirse los gastos pertinentes a tasas por servicio al estado, impuestos y acciones. En este caso, una estrategia que resulta muy útil es asociarse con personas que complementen las labores necesarias en la empresa, de esta te resultará mucho más fácil montar tu sociedad además de agilizar los proyectos solicitados.

Según la Oficina Nacional de Inversiones (ONI), el (CNR) y (CONAMYPE), los procesos que se llevan a cabo para la respectiva inscripción giran en torno a una plataforma virtual en común “**miempresa.gob.sv**”. De esta manera quien se inscribe puede recibir sus documentos ya autorizados en el CNR o en la ONI.

El monto mínimo para registro de \$2000 en el tema de las Sociedades anónimas de capital variable S.A. de C.V. y el servicio de

un notario para validar la sociedad.

Ventajas y desventajas:

En resumen la legalización como persona natural o sociedad no genera inconveniente alguno como la gran mayoría de diseñadores freelance creen; al contrario, al trabajar sin estar inscrito, el diseñador se va percatando de diversos inconvenientes que serían inexistentes si este hiciera efectivo el proceso. Sin embargo, La planeación de tu empresa es uno de los factores más rigurosos que como diseñador freelance deberás tomar en cuenta.

Uno de los problemas más comunes con los que cuenta un freelance (y es una causa por la que un diseñador toma la decisión de no legalizarse) es creer que el proceso para legalizarse le resultará tedioso y temen que tenga resultados negativos. Pero como es de esperarse las ventajas de estar legalmente inscrito requieren obligaciones razonables, de esta manera podría haber desventajas dependiendo la perspectiva del diseñador.

Se recomienda que para iniciar este proceso se tenga un periodo de prueba para conocer el entorno en el cual se desenvolverá, si resulta satisfactorio y beneficioso este periodo se invita a optar por la legalización de la empresa ya sea persona natural o una sociedad en las instancias correspondientes como CONAMYPE, donde proporcionaran información adicional si es necesario.

El siguiente cuadro presenta las ventajas que te ofrece la inscripción al registro y del mismo modo las desventajas de no realizarla:

INSCRIPCION COMO PERSONA NATURAL O SOCIEDAD	
VENTAJAS	DESVENTAJAS
<p>1. El diseñador podrá aspirar a prestaciones bancarias por su respaldo o afiliación a empresa formal o legalidad como contribuyente (persona natural).</p> <p>2. El diseñador podrá extender un comprobante legal del pago de su servicio brindado.</p> <p>3. El diseñador podrá hacer efectiva su declaración ante el estado.</p> <p>4. El diseñador estará apto para efectuar licitaciones.</p> <p>5. La impresión que el diseñador genere en el cliente será mucho más profesional.</p> <p>6. Por todo lo anterior, carta de clientes del diseñador puede crecer.</p>	<p>1. Si el diseñador aspira a cualquier tipo de prestaciones (por ejemplo: afiliación a AFP o crédito bancario) no lo podrá hacer, ya que los bancos exigen constancia de ingresos continuo como cotización de seguro o alguna afiliación a empresa formal.</p> <p>2. No todos los clientes aceptarán trabajar con el diseñador (todos los clientes necesitan recibir un comprobante legal del servicio recibido)</p> <p>3. Descuento de renta en cada pago formal sin reembolso (en el caso que no exista un comprobante de pago el diseñador esta propenso a perdida por el descuento de renta ya que no tiene ningún respaldo para su respectiva declaración)</p> <p>4. Será imposible adquirir licitaciones por no estar registrado como persona natural o sociedad (requisito principal de licitaciones).</p> <p>5. Es muy probable que el hecho de no estar inscrito legalmente genere en algunos clientes insatisfacción o una impresión no deseada y en el peor de los casos el diseñador freelance puede ser considerado como una persona poco profesional.</p>



A continuación se presentan los requisitos para efectuar la legalización como empresa y como persona jurídica:

REQUISITOS PARA FORMALIZACION DE EMPRESAS PERSONA NATURAL	
Registro de NIT	<ol style="list-style-type: none"> 1. Completar formulario 2. Original y fotocopia de DUI (pasaporte si es extranjero) 3. Recibo de pago (1^a vez \$1.25, reposición \$3.74) De no tramitarlo personalmente, se requiere autorización notarial a favor de la persona comisionada señalando el N° de folio firmado para tal efecto.
Inscripción IVA	<ol style="list-style-type: none"> 1. Completar formulario 2. Original y fotocopia de NIT 3. Original y fotocopia de DUI (pasaporte si es extranjero) 4. Balance inicial (activo o arriba de \$2,285.71 5. Copias recibos de agua o luz de casa matriz y dirección de notificación. 6. De no tramitarlo personalmente, se requiere autorización notarial a favor de la persona comisionada señalando el N° de folio firmado para tal efecto.
Depósito de balance inicial	<ol style="list-style-type: none"> 1. Original de balance en papel bond (tamaño carta u oficio) 2. Comprobante de pago derechos registrados (\$14.14) 3. Si el monto del activo es superior a (\$34, 000,00) deberá ser certificado por un auditor (Art. 474 C. De C.)

<p>Matrícula de empresa y local, agencia o sucursal.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Solicitud completa con todos los datos del comerciante de la empresa, del (o los) local (s) y de más información requerida. 2. Balance inicial en original y fotocopia. Del balance inicial depositado en el CNR. 3. Comprobante de pago original derechos registrales. 4. Fotocopia de DUI (pasaporte si el comerciante es extranjero) y NIT e IVA del comerciante 5. A partir de su inscripción al IVA, cuenta con 30 días para solicitar su matrícula de empresa y local.
<p>Registro del NIP (ISSS)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Aviso de inscripción de patrono (solicitud) 2. Fotocopias certificadas por notario(a), del: DUI (pasaporte patrono extranjero) y NIT del patrono. 3. Anexar croquis de la dirección de empresa y nómina de trabajadores en una página simple con el nombre completo da cada uno (a), su número de afiliación de (ISSS), únicamente si cuenta con ese dato (incluya salario). Este trámite se habilita a partir de la primera tramitación, es decir de un trabajador en adelante, es obligación de ley inscribirse como patrono, dentro de los primeros 6 días contados desde la primera fecha de contratación.)

<p>Inscripción centro de trabajo</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Solicitud 2. Fotocopias de: DUI (pasaporte patrono extranjero) NIT e IVA del patrono. 3. Fotocopia de balance inicial debidamente depositado en Registro de Comercio. 4. Fotocopia, matrícula de empresa y local (inscrita). 5. Fotocopia de DUI persona designada será un salvadoreño (a). Todas las copias deben ser certificadas por notario (a).
<p>Inscripción de reglamento interno de trabajo (más de 10 trabajadores)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Original y fotocopia de nota de remisión. 2. 3ejemplares del reglamento interno de trabajo



freelance
legalizado



empres

Este cuadro presenta los requisitos para la legalización como persona jurídica:

PERSONA JURÍDICA	
Matrícula de empresa y local, agencia o sucursal	<ol style="list-style-type: none">1. Solicitud completa con todos los datos del representante legal de la empresa, datos de constitución de la sociedad y de más información requerida.2. Balance inicial original con fecha según otorgamiento de la escritura pública de constitución de sociedad.3. Comprobante de pago original derechos registrales.4. Fotocopia de DUI y NIT (pasaporte si el representante es extranjero) del representante legal.5. Este trámite se presentará junto a escritura de constitución de sociedad.
Registro NIT	<ol style="list-style-type: none">1. Completar formulario.2. Original y fotocopia de la escritura de constitución de la sociedad inscrita.3. Original y fotocopia de NIT de representante legal más accionistas.4. Original y fotocopia de DUI, (pasaporte si el representante es extranjero) de representante legal.5. Recibo de pago: 1ª vez \$1.25, reposición \$3.74. de no tramitarlo personalmente, se requiere autorización notariada a favor de la persona comisionada señalando el N° de folio firmado para tal efecto.

<p>Inscripción de reglamento interno de trabajo (más de 10 trabajadores)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Original y fotocopia de nota re remisión. 2. Tres ejemplares del reglamento interno de trabajo
<p>Inscripción IVA</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Completar formulario 2. Original y fotocopia de escritura de constitución de sociedad inscrita 3. Original y fotocopia de NIT de sociedad y de representante legal más accionistas. 4. Original y fotocopia de DUI (pasaporte si el representante es extranjero) del representante legal. De no tramitarlo personalmente, se requiere autorización notariada a favor de la persona comisionada señalando el N° de folio firmado para tal efecto.
<p>inicial Deposito balance</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Balance original debidamente auditado. 2. Comprobante de pago en original derechos registrales (\$17.14)
<p>Registro NIP (ISSS)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1 Aviso de inscripción de patrono (solicitud). 2 fotocopias certificadas por notario(a), de: DUI (pasaporte si el representante es extranjero) del representante legal, escritura de sociedad inscrita en el CNR, NIT e IVA de la sociedad.

	<p>3. Anexar croquis de la dirección de empresa, y nómina de trabajadores en una página simple con el nombre completo de cada uno(a), su número de afiliación de cuenta con ese dato (incluya salario). seguro social, únicamente si Este trámite se habilita a partir de la primera contratación, es decir de un trabajador en adelante; es obligación de ley inscribirse como patrono, dentro de los primeros cinco días habléis contados desde la primera fecha de contratación.</p>
<p>Inscripción de centro de trabajo</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Solicitud 2. Fotocopia de escritura de constitución de la sociedad inscrita por registro de comercio (CNR) 3. Fotocopia de balance inicial depositado en (CNR). 4. Fotocopia del NIT e IVA de la sociedad 5. Fotocopia de DUI (pasaporte si el representante es extranjero) y NIT de representante legal. 6. Fotocopia matrícula de empresa (inscrita) 7. Fotocopia de DUI persona designada, será un salvadoreño(a). todas las copias deberán ser certificadas por notario(a)

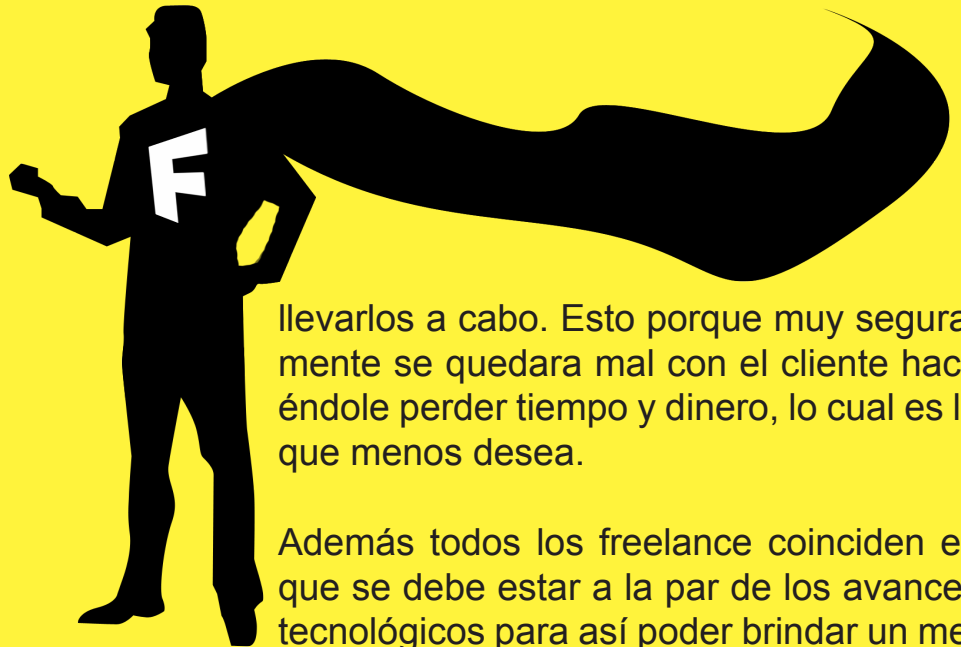


7. EL DISEÑADOR INTEGRAL

Al hablar de un diseñador freelance integral, obligatoriamente, hace pensar en las cualidades que este debe tener para enfrentarse a lo competitivo del mercado y sobre todo poder sobresalir y tener éxito en esta área. Son muchas las cualidades que debe tener un independiente, pero todos coinciden en que lo más importante es que se debe ser creativo. Recuerda que la esencia de un diseñador está en su cerebro y todas las ideas que este puede llegar a producir.

Entre las personas que se dedican a trabajar de forma freelance se generó una lista de cualidades que debe tener un diseñador entre las que resaltaron las siguientes: Responsable, coherente, puntual, honesto, transparente, organizado, entre muchas otras.

El diseñador debe ser honesto con el cliente haciendo referencia a no comprometerse con trabajos que el diseñador no puede realizarlos debido a no saber cómo



llevarlos a cabo. Esto porque muy seguramente se quedara mal con el cliente haciéndole perder tiempo y dinero, lo cual es lo que menos desea.

Además todos los freelance coinciden en que se debe estar a la par de los avances tecnológicos para así poder brindar un mejor servicio al cliente, actualizado propositivo en base a los pasos de la tecnología, a su vez hacerlo saber en la web para que todo el mundo sepa que eres capaz de hacer cosas nuevas que va pidiendo el mercado en base a las mejoras diarias tecnológicas. También es necesario tomar en cuenta que se debe ser honesto no cobrando costos exageradamente altos o por el contrario precios muy bajos porque de esta manera se jugaría sucio a los demás colegas, además de desvalorar el trabajo de los demás.



7.1 CONSEJOS PARA LOS FREELANCE.

Por último es muy importante tomar en cuenta factores no cualitativos del freelance, por ejemplo, el equipo utilizado debe ser capaz de desarrollar trabajos de diseño, además el espacio donde se trabaja debe ser un espacio en el cual el diseñador freelance se sienta cómodo e inspirado para ser creativo. Otro consejo es la vestimenta, esta debe ser cómoda y a la vez seria, estos tres factores mencionados anteriormente con la idea de que el freelancer a pesar de que trabaje desde su propio hogar pueda sentir la seriedad de su trabajo.

A su vez también se recomienda no trabajar cuando aparezcan los “Bloqueos mentales”, lo más recomendable es detenerse, respirar, relajarse un momento y regresar al trabajo.

¿BLOQUEADO?

No es bueno dedicar todo el día a trabajar de lleno a menos que el proyecto sea de urgencia, es importante recordar que una de las ventajas que tiene el diseñador freelance es que él puede crear su horarios de trabajo, podría ser beneficioso trabajar

solamente ocho horas al día, de Lunes a Viernes, ya sea a partir de las 9:00 am hasta las 5:00 pm o desde las 3:00 pm hasta las 10:00 pm. Todo esto como un simple ejemplo pues los horarios podrían acoplarse según las conveniencias del individuo, siempre y cuando el proyecto no sea urgente de entregar. Estas tácticas o consejos son dados porque no es bueno perder de vista el aspecto social. Es simple, el diseñador freelance debe amar y disfrutar lo que hace, no ser un esclavo del trabajo.



PUNTOS DE REUNION

Procura establecer puntos de reunion seguros, accesibles para ti y para tu cliente. Además, tiene que ser cómodo y adecuados para conversar tranquilamente. Si posees un lugar de trabajo con estas facilidades es aconsejable acondicionarlo para visitas formales procurando que el lugar y tu buen gusto de diseñador hable por ti.

“SCRIPT” PARA TRATAR CON EL CLIENTE

Procura llevar una agenda con los temas que necesitas tratar: datos, fechas medidas y tiempo de entrega. Esto hará el trabajo mas facil en el futuro y tu cliente tendrá un mejor concepto de ti.

Si antes de reunirte tienes una vaga idea del trabajo que probablemente realizarás, sería muy útil llevar uno de tus trabajos para mostrárselo con el fin de darle más posibilidades a su diseño.

CREA UN EXPEDIENTE DE CADA UNO DE TUS CLIENTES

Es necesario guardar los trabajos de tus clientes, nunca sabes cuando pueden pedirte una reposicion o mas impresiones.

PREPARA ARCHIVOS DE RESPALDO

Para evitar entregas tardías por problemas de conexión al momento de mandar archivos por correo, problemas con memorias USV o CDs mal grabados, es necesario tener un archivo de respaldo:

Puedes reenviar la entrega a tu correo alternativo o simplemente cargarla en una memoria alterna.

MANTENER RECURSOS DE OFICINA LISTOS EN TODO MOMENTO

Llega un momento en el que todo diseñador Freelance se encuentra totalmente desocupado, esta es una gran ventaja para brindarle tiempo a tus herramientas:

Ordena tu espacio de trabajo, Lleva a cabo un pequeño inventario para saber que necesitas comprar, el mantenimiento de tus equipos tecnológicos es muy importante hoy en día, puedes utilizar el tiempo libre para hacer las actualizaciones del sistema, redes sociales y programas necesarios. Recuerda siempre estar al tanto de las nuevas herramientas de software.



8. CONCLUSIÓN.

La guía que se ha presentado en las páginas anteriores ha generado opciones para los diseñadores freelance dando oportunidad de escoger las que más se acoplen a las necesidades de su realidad, pudiendo combinarlas en la forma que el lector considere adecuado para obtener los resultados esperados. La forma de darse a conocer puede variar dependiendo lo que el diseñador viva a diario. Se considera que no todas las estrategias de marketing obtendrán la misma aceptación debido a que no todas darán los mismos resultados. Lo que sí es seguro es que un freelance debe estar a la vanguardia tecnológica, hablando bien del mismo, y esta apariencia se puede llevar a cabo estando sumergido con la web.

Trabajar con persona ha sido desde sus inicios bastante difícil pero no ha resultado ser imposible, por lo que el trato con el cliente es posible de una forma muy sencilla, el diseñador debe ponerse en los zapatos del cliente, debe sentirse, pensar que es lo que el cliente desea y sobre todo ser paciente con él. Pues es el cliente es el que da de comer al trabajador independiente.

Hablar de costos es bastante complejo donde entran muchos factores al momento de limitar el costo de un servicio.

A pesar de que son tantos estos elementos el punto más importante que define el costo de un trabajo es lo intangible. Lo que no se puede ver, no se puede tocar y que no se puede percibir hasta el momento en que el trabajo está realizado, esto es debido a que el mejor referente de lo intangible es la creatividad, imaginación y capacidad propia del freelance.

Los contratos son de vital importancia a la hora de acordar lo que se va a llevar a cabo en un proyecto. Es una forma fácil de que ambas partes tanto diseñador-cliente estén protegido, mediante la firma de ambos. El hecho de que la mayoría de diseñadores no estén legalizados no significa que no puedan llevar a cabo este tipo de contratos, más si es necesario aclarar la importancia de legalizarse debido a las ventajas que se obtienen al trabajar de esa manera. En fin el mundo de un diseñador freelance no es sencillo, pero lo importante es que esta persona sienta, viva y sobre todo que disfrute lo que hace no volviéndose un esclavo de sí mismo.

En todo caso la mejor estrategia de trabajo de freelance es “lanzarse al agua, pero si tomas en cuenta esta guía será mucho más fácil nadar”.

GLOSARIO

Breafing:

Es un documento escrito utilizado por el cliente para traspasar la información que la agencia necesita para desarrollar una acción de comunicación. Su finalidad es la de facilitar la labor de la agencia y hacerla coincidir con los objetivos de la empresa cliente, de forma que las dos partes pierdan el menor tiempo posible.

Diseñador:

Un diseñador es un profesional que ejerce la Profesión del diseño. Puede dedicarse o especializarse en una gran variedad de objetos o áreas del diseño. Los diseñadores son responsables del desarrollo proyectual de un objeto, producto o concepto. Aunque comparte algunas Bases con artística, la Profesión se desarrolla dentro de un marco estrictamente industrial, por lo que queda excluida la definición para referirse a la persona que trabaja, Arte o artesanalmente

Freelance:

Se denomina trabajador “freelance o freelancer” (o trabajador autónomo, cuenta propia o trabajador independiente) a la persona cuya actividad consiste en realizar trabajos propios de su ocupación, oficio o profesión, de forma autónoma, para terceros que requieren sus servicios para tareas determinadas, que generalmente le abonan su retribución no en función del tiempo empleado sino del resultado obtenido, sin que las dos partes contraigan

obligación de continuar la relación laboral más allá del encargo realizado.

Marketing:

Marketing es un concepto inglés, traducido al castellano como mercadeo o mercadotecnia. Se trata de la disciplina dedicada al análisis del comportamiento de los mercados y de los consumidores. El marketing analiza la gestión comercial de las empresas con el objetivo de captar, retener y fidelizar a los clientes a través de la satisfacción de sus necesidades.

Marketing viral:

El marketing viral es un término empleado para referirse a las técnicas de marketing que intentan explotar redes sociales y otros medios electrónicos para producir incrementos exponenciales en “reconocimiento de marca, mediante procesos de autor replicación viral análogos a la expansión de un virus informático. Se suele basar en “el boca a boca mediante medios electrónicos”; usa el efecto de “red Social” creado por Internet y los modernos servicios de telefonía móvil para llegar a una gran cantidad de personas rápidamente.

Mercado laboral:

Se le llama mercado de trabajo o mercado laboral al conjunto de relaciones de mercado entre empleadores y personas que buscan trabajo remunerado por cuenta

ajena. El mercado de trabajo tiene particularidades que lo diferencian de otro tipo de mercados (financiero, inmobiliario, de materias primas, etc).

Industria Gráfica:

Es la industria en la cual se dedica a la elaboración de productos destinados a las artes gráficas principalmente al diseño.

Inserción:

Inclusión o introducción de una cosa en otra, en este caso la inclusión de un individuo a un ámbito laboral.

Posicionamiento:

Se llama Posicionamiento al 'lugar' que en la percepción mental de un cliente o consumidor tiene una marca, lo que constituye la principal diferencia que existe entre ésta y su competencia. También a la capacidad del producto de alienar al consumidor.

Estrategias de mercado:

Para afrontar las innumerables complejidades que encierran los diferentes tipos de mercado, los mercadólogos necesitan planificar e implementar una o más estrategias de mercado con la finalidad de lograr los objetivos que la empresa o unidad de negocios se ha propuesto alcanzar en su mercado meta.

Proceso creativo:

El proceso creativo se podría definir como un proceso de análisis mental cuyo fin es la comunicación.

Licitación:

Oferta que se hace en una subasta o en un concurso público, sobre todo si se trata de

un contrato o servicio.

Redes sociales:

Una red social es una estructura social compuesta por un conjunto de actores (tales como individuos u organizaciones) que están conectados por diadas denominadas lazos interpersonales, que se pueden interpretar como relaciones de amistad, parentesco, entre otros.

Script:

Guión o documento a leer.

Lanzamiento de marca:

Es el proceso mediante el cual se da a conocer públicamente una campaña o marca.

