



Diseñando el futuro del arte:

“Your Art Space”

Creación de marca para una plataforma colaborativa
para artistas y creativos

Máster universitario de diseño, identidad visual y construcción de marca
Semestre Octubre 2023 · Enero 2024

Autora: Paula Morera

Tutor: Jesús Morilla Ribas

Agradecimientos

A mi padre, por su apoyo incondicional a través de los años.

Resumen

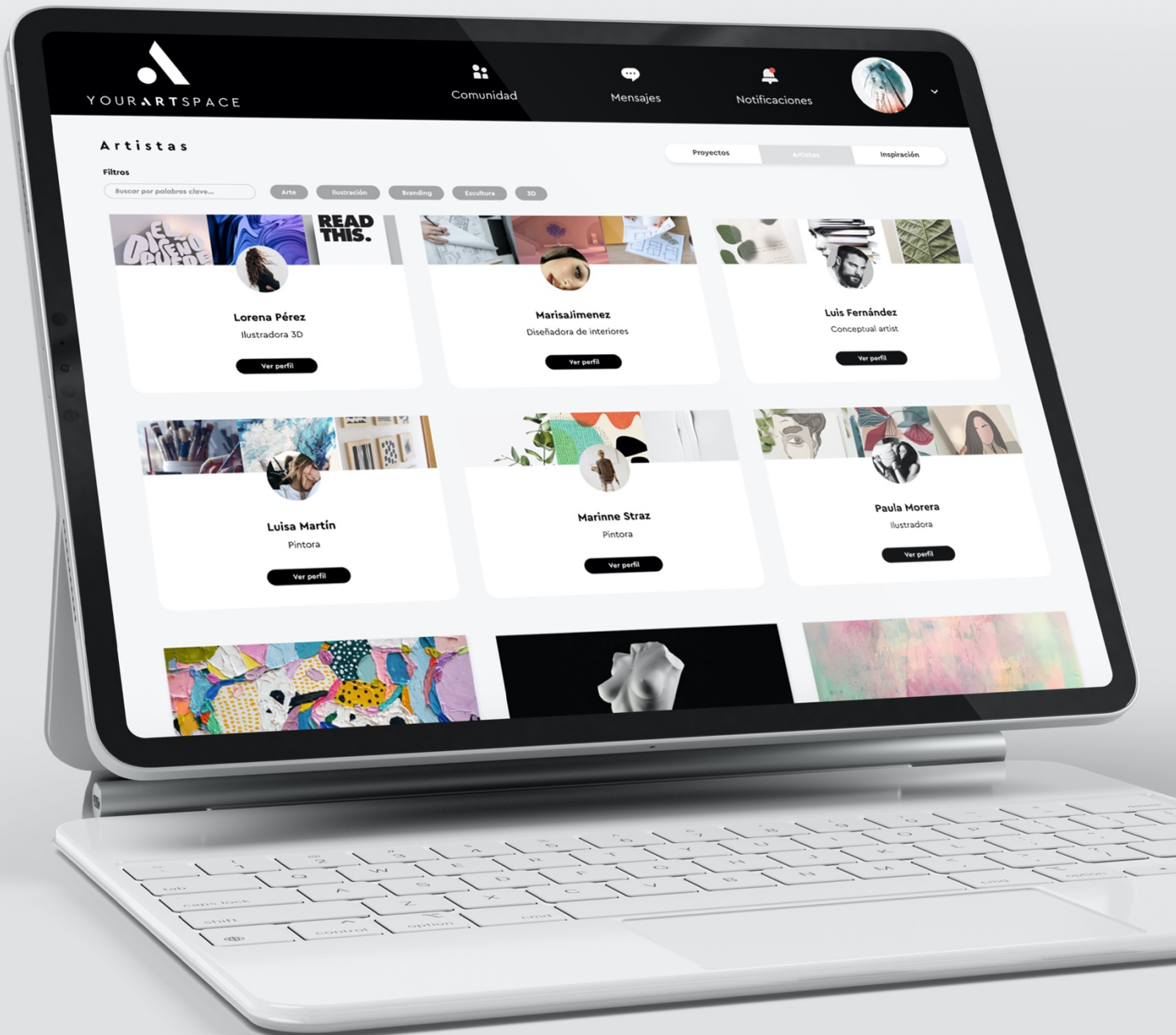
El propósito de este proyecto de marca es establecer una comunidad que brinde a artistas y creativos un espacio para compartir sus proyectos y colaborar entre sí. Este trabajo aborda la creación de una marca en forma de plataforma online (web) el cual es el núcleo central de esta iniciativa.

1. Introducción	7
1.1. Contexto.....	7
1.2. Justificación.....	8
1.3. Objetivos.....	8
1.4. Metodología.....	9
1.5. Planificación.....	10
2. Marco teórico	11
2.1. Diseño centrado en el usuario.....	11
2.2. Presencia y narrativa visual.....	11
2.3. Diseño actual y responsivo.....	11
2.4. Colaboración con clientes y profesionales creativos.....	13
2.5. Variedad de contenidos, contribuciones de artistas.....	14
2.6. Identidad de marca y conexión con usuarios.....	14
2.7. Estrategias para la evolución continua.....	15
3. Análisis del mercado	16
3.1. Identificación de la demanda.....	16
3.2. Competencia y benchmarking.....	16
3.2.1. Competencia principal.....	16
3.2.2. Fortalezas y debilidades de la competencia.....	17
3.2.3. Benchmarking.....	19
3.2.4. Oportunidades para nuestra plataforma; "Your Art Space".....	19
3.2.5. Diferenciaciones clave.....	20
3.3. Segmentación del mercado.....	21
3.3.1. Segmentación demográfica.....	21
3.3.2. Segmentación geográfica.....	21
3.3.3. Segmentación psicográfica.....	21
3.4. Segmentación por comportamiento.....	21
3.5. Tendencias del mercado.....	22
3.6. Evaluación de análisis y amenazas (Análisis DAFO).....	24
3.7. Investigación del mercado.....	25
3.7.1. Demanda del servicio. Encuestas.....	25
3.7.2. Preguntas clave para las entrevistas.....	25
3.7.3. Competencia existente.....	27
3.7.4. Tendencias en el mercado actual.....	27
3.8. Análisis económico.....	27
4. Fundamentos de la marca a crear	28
4.1. Historia de la marca.....	28
4.2. Propósito de la marca.....	28
4.3. Misión, visión y valores.....	29
4.4. Propuesta de valor única.....	29

4.5.	La personalidad de la marca	29
4.6.	Experiencia del usuario.....	30
4.7.	Estilo visual y estética	30
4.8.	Compromiso con la comunidad.....	30
5.	Construcción de la marca visual	31
5.1.	Identidad corporativa	31
5.1.1.	Naming.....	31
5.1.2.	Concepto	32
5.1.3.	Voz de la marca	32
5.2.	Identidad visual corporativa	33
5.2.1.	Tendencias en el sector	33
5.2.2.	Colores propuestos.....	33
5.2.3.	Tipografías propuestas	34
5.2.4.	Símbolo, logotipo e isotipo	34
5.2.5.	Moodboard.....	35
5.2.6.	Propuesta definitiva	37
5.2.7.	Versiones correctas.....	37
5.2.8.	Aplicaciones incorrectas	37
5.2.9.	Test de reducción y área de seguridad y retícula	38
5.2.10.	Aplicaciones online.....	38
5.2.11.	Aplicaciones offline	39
6.	La plataforma	40
6.1.	Proyectos.....	40
6.2.	Opción premium	42
6.3.	Artistas	42
6.4.	Inspiración	44
6.5.	Comunidad.....	46
6.6.	Chat.....	47
6.7.	Perfil	48
6.8.	Muro de inspiración	49
7.	Plan estratégico de comunicación	50
7.1.	Objetivos de comunicación.....	50
7.2.	Mensajes clave y propuesta de valor	50
7.3.	Plataformas y canales de comunicación	50
7.4.	Contenido estratégico y calendario editorial	50
7.5.	Adaptabilidad y revisión continuada	51
8.	Conclusiones.....	52
9.	Bibliografía.....	53
10.	Webgrafía	54



YOUR ARTSPACE



Artistas

Proyectos Artistas Inspiración

Filtros

Buscar por palabras clave...

Arte

Ilustración

Branding

Escultura

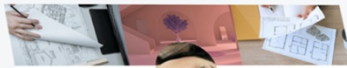
3D



Lorena Pérez

Ilustradora 3D

Ver perfil



Marisa Jiménez

Diseñadora de interiores

Ver perfil



Luis Fernández

Conceptual artist

Ver perfil



Luisa Martín

Pintora

Ver perfil



Marinne Straz

Pintora

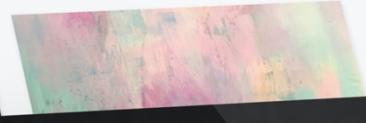
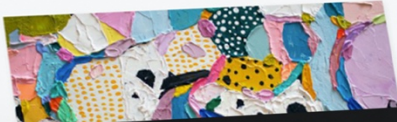
Ver perfil



Paula Morera

Ilustradora

Ver perfil



1. Introducción

1.1. Contexto

Desde una perspectiva personal, sostengo la opinión de que la tecnología actual influye en la manera en la cual nos comunicamos en la actualidad. Si bien es cierto que tiene aspectos negativos, también tiene muchos aspectos positivos y la razón de este trabajo final de máster basa sus cimientos en esta creencia. La cultura y la sociedad influyen en nosotros constantemente, cambian para bien o para mal, la forma en la que nos comunicamos con el mundo y la realidad. Todo esto a raíz de la globalización y a la aparición de internet allá en los años 70, cuando se estableció la primera conexión entre dos computadoras. Dicho esto, y enfocándonos en las marcas, estas deben aprender a comunicarse a través de las herramientas que el presente les ofrece para así lograr una comunicación real y transparente con su público objetivo. En ese caso hablamos de internet. Antes de establecer su identidad, las marcas deben investigar las diferentes formas de comunicarse y establecerse. También tienen que tener en cuenta en como la tecnología impacta en la forma en que esta se comunica y por ende, conecta con su audiencia. Estas nuevas plataformas y tecnologías pueden y deben ser aprovechadas para fortalecer su presencia en línea.

Una vez establecida esta premisa, y tras examinar detenidamente el mercado y evaluar diversas plataformas disponibles, he identificado una solución para abordar un problema persistente que, bajo mi punto de vista, lleva años sin resolverse adecuadamente. Hablamos de la comunidad artística, y de qué manera se puede ayudar los artistas para que estos puedan progresar y exhibir su arte, fomentando la colaboración mutua sin depender de “mecenas” y dando reconocimiento y lugar a una comunidad existente para que esta pueda ir creciendo de manera exponencial y bajo unos cimientos fuertes.

Dicho esto, la propuesta principal de este proyecto trata de utilizar los recursos disponibles que nos brinda la tecnología de hoy en día, hablamos de internet, redes sociales, etc. Y crear así “Your Art Space”, una plataforma para artistas y creativos con el propósito de ayudar a dicha comunidad artística a promover su arte de manera globalizada.

En cuanto al contexto interno, existen recursos disponibles para la creación de esta plataforma. La idea es que la misma plataforma se retroalimente gracias a la utilización de sus usuarios. Se anticipa que la plataforma experimentará un crecimiento exponencial a largo plazo, ya que cada día surgen innovaciones y la sociedad depende cada vez más de la tecnología.

En cuanto al contexto sociocultural y artístico, varios elementos influyen en la forma de la que se recibe el arte, así como en la forma en la que se promueve. Además, la diversidad cultural influye en las formas de expresión artística. Diferentes comunidades y culturas tienen enfoques únicos hacia el arte, lo que contribuye a la riqueza y variedad del panorama artístico. Artistas de diferentes partes del mundo pueden influirse mutuamente, creando un diálogo artístico global y una mezcla de estilos y técnicas. Mediante la plataforma “Your Art Space” no solo se explorará la identidad, género y multiculturalismo de las obras, sino que la complejidad de la sociedad actual se verá reflejada en esta. También experimentaremos e innovaremos a través de la plataforma, buscando nuevas formas de expresión y desafiando el arte tradicional.

Con esta propuesta, nos ocuparemos de todos estos aspectos y fortaleceremos elementos cruciales dentro de esta comunidad artística que percibo como dispersa por todo el mundo. La idea es unificarla no con la intención de restringir la imaginación y la creatividad, sino más bien para fomentar la diversidad de distintas formas de arte en todo el mundo.

1.2. Justificación

Este trabajo de fin de máster es un proyecto real a largo plazo con motivo personal y profesional. Por un lado, existe una motivación personal, puesto que finalicé mis estudios Bellas Artes en 2015. Desde entonces me he formado en el campo del diseño y finalmente me he decantado por estudiar este máster dedicado a la creación de marca. Siempre sin dejar de lado el arte, una fuente constante de inspiración que me mantiene alerta y me impulsa a concebir maneras de promoverlo.

Gracias a este máster y a mis años de experiencia en el mundo del diseño, el marketing y la comunicación me he decidido a crear una marca para un proyecto que creo que puede ser muy relevante en el mundo del arte. El objetivo de este proyecto consiste en establecer los cimientos de la identidad de una marca desde el principio, dirigida principalmente a artistas y creativos. Más adelante, exploraremos cómo la marca “Your Art Space” también abre sus puertas a un público que busca soluciones para sus desafíos creativos, utilizando esta plataforma como medio para resolverlos. Esta marca representa una comunidad de profesionales los cuales, me incluyo, aspiramos a darnos a conocer nivel global. Una vez establecida, el propósito principal de este proyecto es crear una identidad de marca fuerte y representativa que muestre la propuesta de valor de la misma. La propuesta de valor de “Your Art Space” se centra en la creación de una comunidad colaborativa que va más allá de ser simplemente una plataforma en línea, se proporcionarán recursos, formación y oportunidades de todo tipo para que los artistas prosperen en el mundo del arte.

Los artistas utilizarán la plataforma como su portafolio sin la necesidad de alojar sus proyectos en un servidor propio. Tendrán la libertad de crear su perfil, exportarlo como un PDF y compartirlo fácilmente. Además, la plataforma les ofrecerá la posibilidad de patrocinar proyectos, servicios o creaciones, generando ingresos para la marca y beneficios para los usuarios. Esto les permitirá obtener reconocimiento, descubrimiento y conexiones dentro de la zona geográfica que elijan, fomentando el networking y potenciando sus carreras profesionales. “Your Art Space” facilitará la interacción entre artistas y usuarios, permitiéndoles contratar servicios y adquirir creatividades directamente.

Este modelo de negocio garantiza un crecimiento continuo de la comunidad, atrayendo a más creativos y artistas conforme pase el tiempo. Además, como propuesta de valor añadida, la plataforma cuenta con un equipo de diseñadores y creativos que ofrecen asesoramiento premium, tanto para usuarios en busca de creatividades como para creativos que buscan orientación en este campo.

Una vez recopilada esta información, así como los valores de marca, el “*namings*”, el tono de voz, etc. procederemos a la construcción de la marca, definiendo elementos como colores, tipografía, logotipo y nombre. Crearemos un “*brandbook*” para fortalecer y afianzar dicha imagen.

Finalmente, nos enfocaremos en establecer una estrategia de comunicación. Desarrollando así una estrategia de comunicación integral que nos permita conectarnos de manera efectiva con nuestro público objetivo. Considero que esta estrategia es esencial para atraer y retener a nuestros clientes, y justifica el desarrollo de esta fase final del proyecto, una vez que la marca haya sido creada e implementada.

1.3. Objetivos

La meta principal de la tesis de máster es concebir, elaborar y consolidar la identidad de una marca orientada al arte y la creatividad. Se busca crear una propuesta de valor singular que capture la creatividad y la personalidad distintiva de los artistas.

Para profundizar en este proyecto, se plantean una serie de objetivos secundarios

- Analizar, entender y contrastar los datos recogidos sobre las diferentes plataformas ya existentes.
- Analizar las tendencias de diseño en cuanto a marca se refiere dentro del sector artístico.
- Basándonos en esto, desarrollar una marca nueva y su identidad visual adaptada a las necesidades de nuestro público objetivo, el cual habremos investigado previamente.
- Estructurar y crear una identidad de marca coherente, atractiva y diferente para nuestra imagen.
- Refinar y mejorar nuestra identidad de la marca para destacar en un mercado altamente competitivo.
- Evaluar el impacto de la nueva identidad de marca en términos de reconocimiento y atracción.
- Documentar todo el proceso de desarrollo y comunicación en dicha tesis para que sirva como guía para futuras acciones.
- Medir la eficacia de la estrategia de comunicación y realizar ajustes según sea necesario para optimizar los resultados.

Planteando esta hipótesis plausible y ofreciendo una solución para alcanzar los objetivos propuestos, se llega a estas conclusiones y metas, las cuales queremos conseguir:

- Los artistas, diseñadores y creativos en general necesitan una comunidad en la nube donde poder apoyarse unos a otros, promover el arte y darse a conocer mediante una plataforma que ayude a su crecimiento profesional, proporcionándoles un espacio para mostrar su trabajo y recibir retroalimentación. Esto les ayudará a crecer en su carrera y mejorar sus habilidades. Crear esta comunidad permitirá a los artistas conectarse entre sí, colaborar en proyectos y establecer relaciones profesionales. Además, este espacio ofrece oportunidades de venta, permitiéndoles vender sus obras y/o servicios a través de la plataforma. De este modo no solo podrán generar ingresos, sino que les ayudará a ganar reconocimiento como artistas.
- La clave para el éxito de esta empresa es proporcionar un espacio valioso y de alta calidad para la comunidad artística y creativa, lo que atraerá tanto a artistas como a usuarios con necesidades relacionadas con el arte y la creatividad. Al mismo tiempo, la plataforma generará ingresos a través de las estrategias de monetización, tales como suscripciones premium, publicidad en la plataforma, promoción destacada para artistas, venta de datos y análisis sobre el comportamiento de los usuarios y las tendencias del mercado, y servicios adicionales, como valoración y asesoría de profesionales dedicados exclusivamente a este sector.

1.4. Metodología

En este punto vamos a enfocarnos al enfoque y conjunto de métodos y procedimientos utilizados para abordar la investigación de los objetivos planteados. Antes de crear la plataforma online se llevará a cabo un estudio donde se recopilen datos como que empresas están actuando ya en este campo, o si ha habido alguien que haya intentado dar solución a este problema en el cual se encuentran involucrados miles de artistas.

Para el desarrollo de "Your Art Space" se establecerán objetivos claros y medibles para el proyecto, como características de los usuarios, método de participación en la misma plataforma y la expansión en redes sociales, entre otras cosas. Después se creará la propuesta de valor. Se desarrollará una propuesta de valor única que destaque la singularidad de la marca. Se crearán mensajes clave que comuniquen la identidad y beneficios de la marca de manera clara y persuasiva. Estos mensajes se adaptarán a diferentes canales y públicos. Seguidamente, se desarrollará la identidad tanto visual como verbal de la marca a crear. Esto incluye el diseño del logotipo, elección de colores, tipografía y estilo de

comunicación. Se busca una coherencia que refleje la esencia de la marca y la haga fácilmente reconocible. También se describirá el proceso de la plataforma realizando dicha plataforma en "Figma" para completar visualmente este proceso escrito que describe su utilización. Se detallará las características clave de dicha plataforma para hacerla atractiva para todos los usuarios.

1.5. Planificación

	NOVIEMBRE 23'					DICIEMBRE 23'					ENERO 24'				
	1-5	6-12	13-19	20-26	27-30	1-3	4-10	11-17	18-24	25-31	1-7	8-14	15-21	22-28	29-31
Introducción y marco teórico (1 al 5 de Noviembre)	■														
Análisis del mercado (6 al 15 de Noviembre)		■													
Fundamentos de la marca a crear (16 al 26 de Noviembre)			■												
Construcción visual de la marca (27 al 3 de Diciembre)					■										
Diseño, creación y desarrollo de la marca (4 al 13 de Diciembre)						■									
Creación de la plataforma y plan estratégico (14 al 24 de Diciembre)								■							
Conclusiones (25 al 7 de Enero 24')										■					
Creación del video y repaso (8 al 21 de Enero 24')											■				
Presentación (22 al 31 de Enero 24')													■		

2. Marco teórico

2.1. Diseño centrado en el usuario

El diseño centrado en el usuario es crucial y muy importante en el desarrollo de la plataforma “Your Art Space”, realizando un buen diseño en cuanto a usabilidad e interfaz de usuario (UX/UI) se asegura una experiencia efectiva para los usuarios que decidan utilizar esta plataforma. Este enfoque se basa en teorías y metodologías específicas que dan forma a la interacción entre los usuarios con el objetivo de optimizar la facilidad del uso de la plataforma. De este modo facilitaremos interacción entre usuarios y por consiguiente daremos visibilidad al arte en dicho espacio. A continuación, se exploran los elementos clave del diseño centrado en el usuario.

- La metodología se basa primeramente en la creación de **perfiles de usuario**. Estos perfiles incorporan características demográficas, comportamientos y necesidades, también se ofrece la posibilidad de subir elementos gráficos de trabajos ya terminados por parte de los artistas y creativos.
- La **retroalimentación continua** de los usuarios es un punto clave para el éxito de la plataforma, ya que contribuye a la mejora constante y a la adaptación a las necesidades cambiantes de la comunidad artística. “Your Art Space” permite recopilar comentarios, sugerencias y reportes de todos los usuarios. Esta función promueve la participación activa de los navegantes en la mejora del sistema. Con la opción de incentivar la participación, la plataforma ofrece incentivos como por ejemplo la oportunidad de tener más visibilidad del perfil de aquellos que cuenten con más participación. También se utilizan notificaciones personalizadas para invitar a nuevos usuarios a probar la plataforma, así como un control diario de notificaciones sobre la interacción del público hacia el propio usuario.

2.2. Presencia y narrativa visual

La presencia visual y la narrativa de la marca desempeñan un papel crucial en la forma en que los usuarios perciben la plataforma.

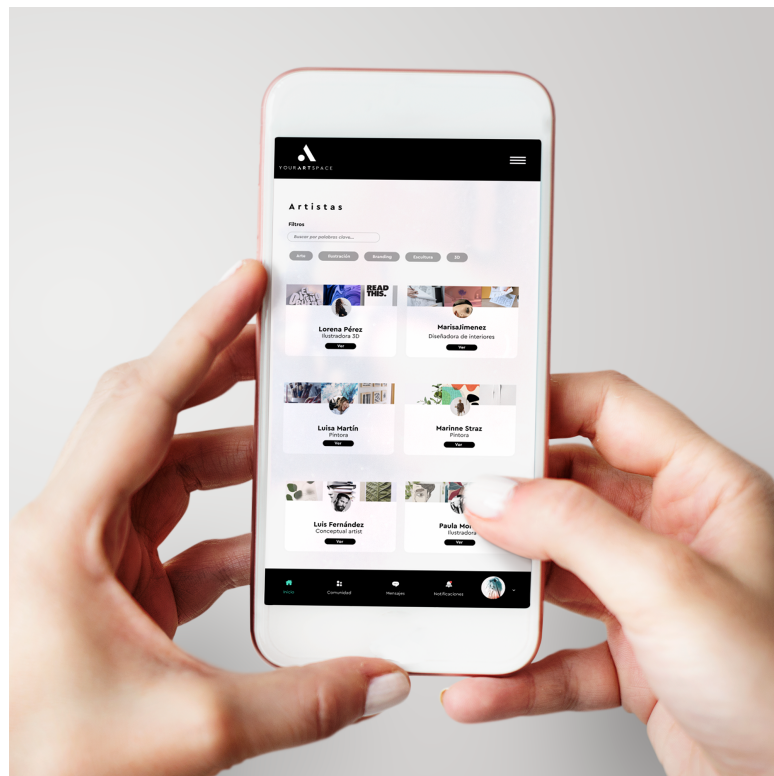
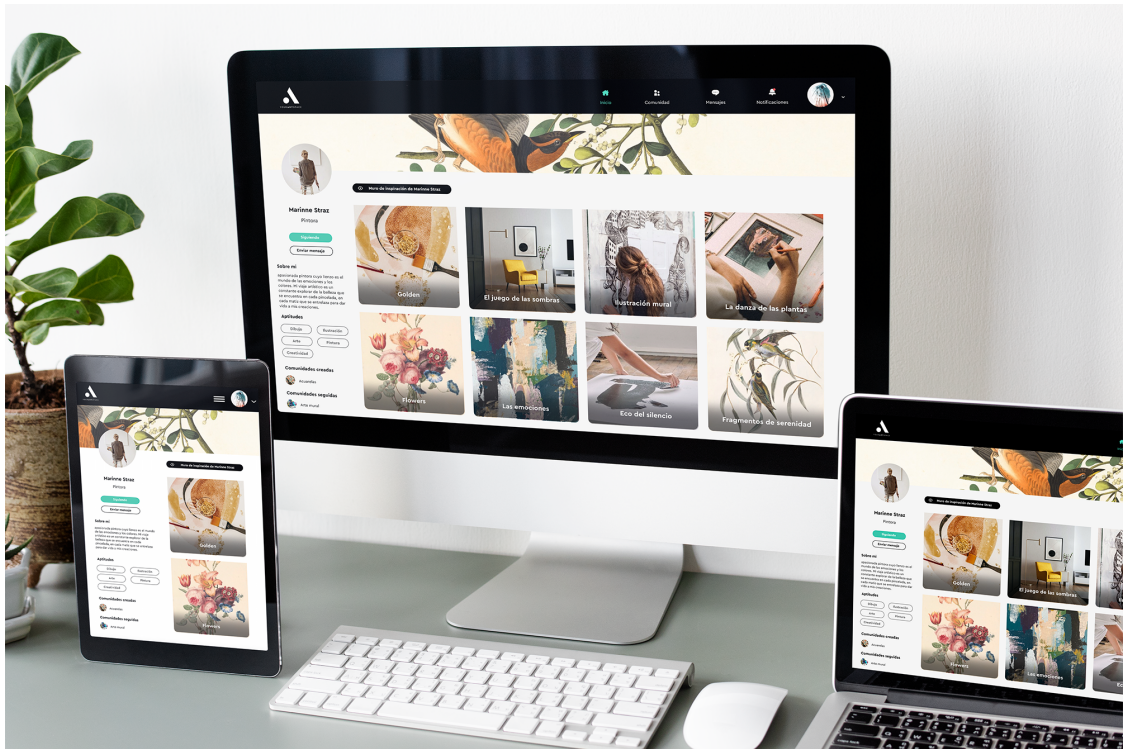
En cuanto a visibilidad, identidad y reconocimiento de la misma, debemos centrarnos en elementos como el logotipo, colores y tipografía, los cuales contribuyen a la identidad única de nuestra marca. Si bien este punto se desarrollará más adelante, debemos tener en cuenta que queremos una identidad visual limpia y coherente, acorde con las tendencias actuales y con aquellas tendencias que empatizan con el público objetivo al cual queremos hacer llegar nuestra nueva visión del arte. También debemos mostrar profesionalidad y credibilidad. Un diseño visual bien ejecutado y una narrativa de marca sólida son objetivos a tratar en este trabajo. En cuanto a la narrativa visual centrado en lo que perciben los usuarios de nuestra marca, debemos emplear imágenes y contenido de calidad y valor que haga que los usuarios confíen en la marca, creando una conexión real y duradera.

A su vez, la narrativa visual debe alinearse con los valores y aspiraciones de la audiencia objetivo. Si los usuarios se identifican con la historia visual de la marca, es más probable que se involucren activamente y se conviertan en defensores y seguidores de “Your Art Space”.

2.3. Diseño actual y responsivo

El contexto del diseño actual y responsivo trata aspectos clave que influyen en la retención de usuarios, la accesibilidad y la adaptabilidad a las tendencias tecnológicas. El diseño responsivo garantiza que la plataforma sea accesible para todos los usuarios en todo tipo de dispositivos. Con esto aseguramos que la experiencia sea completa, puesto que de este modo los usuarios también podrán interactuar y conectarse desde *tablets*, ordenadores de sobremesa y *smartphones*.

Además, podrán hacerlo desde cualquier lugar, lo que asegura la expansión geográfica. Así mismo, el tiempo de carga es igual de importante a la hora de retener a mayor cantidad de usuarios en su primera visita a la plataforma. Los usuarios son más propensos a abandonar una plataforma si experimentan tiempos de carga lentos. Y es por eso que se ofrecerá alojamiento en servidores rápidos y clonados en varias partes del mundo para ayudar a la carga rápida, contribuyendo de este modo a mantener a los usuarios comprometidos.

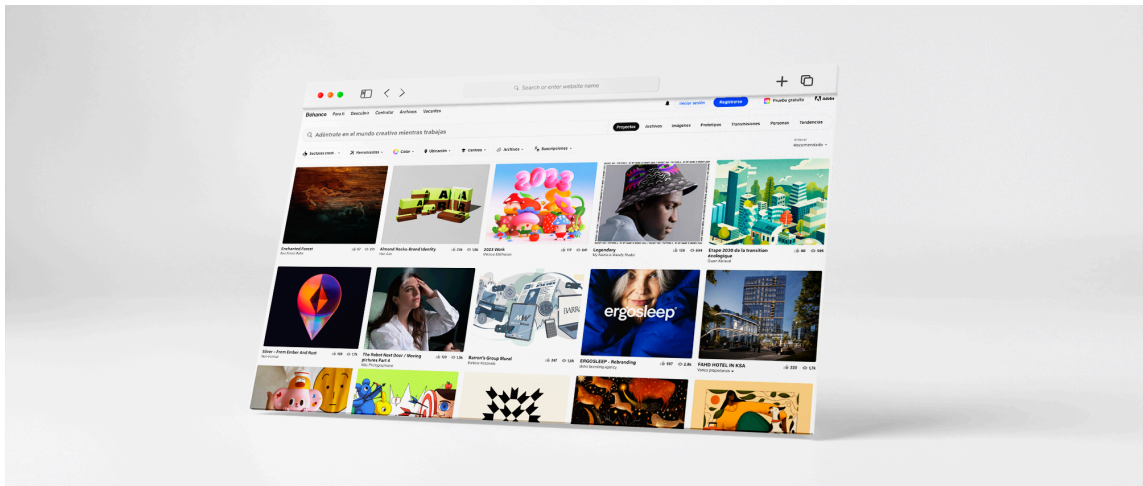


2.4. Colaboración con clientes y profesionales creativos

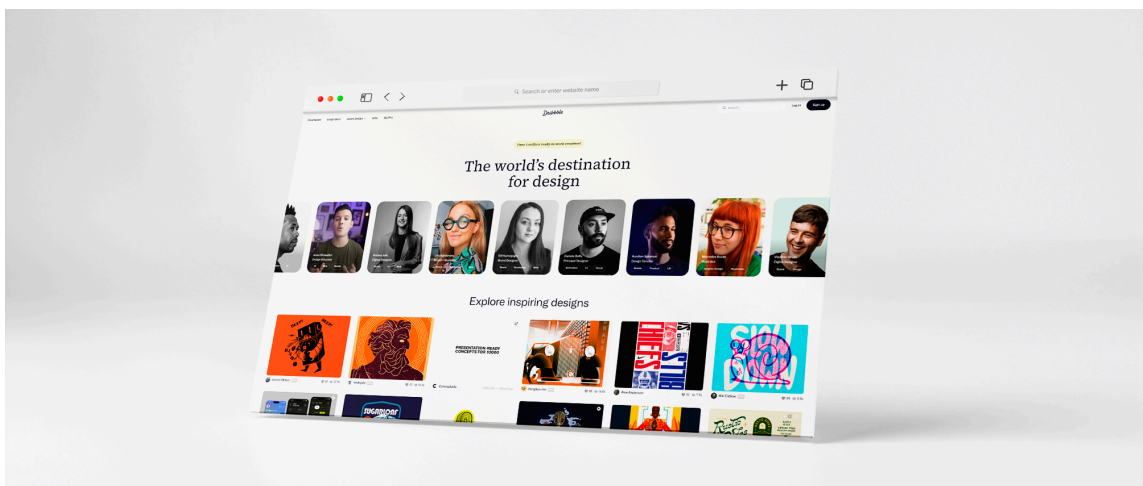
Otro de los puntos importantes a seguir para lograr el éxito de esta plataforma es la colaboración entre clientes y profesionales creativos, así como artistas y creativos entre sí. Se explorará facilitar la colaboración entre ellos.

Algunos casos de éxito de otras plataformas o empresas que ya han implementado este tipo de estrategia son:

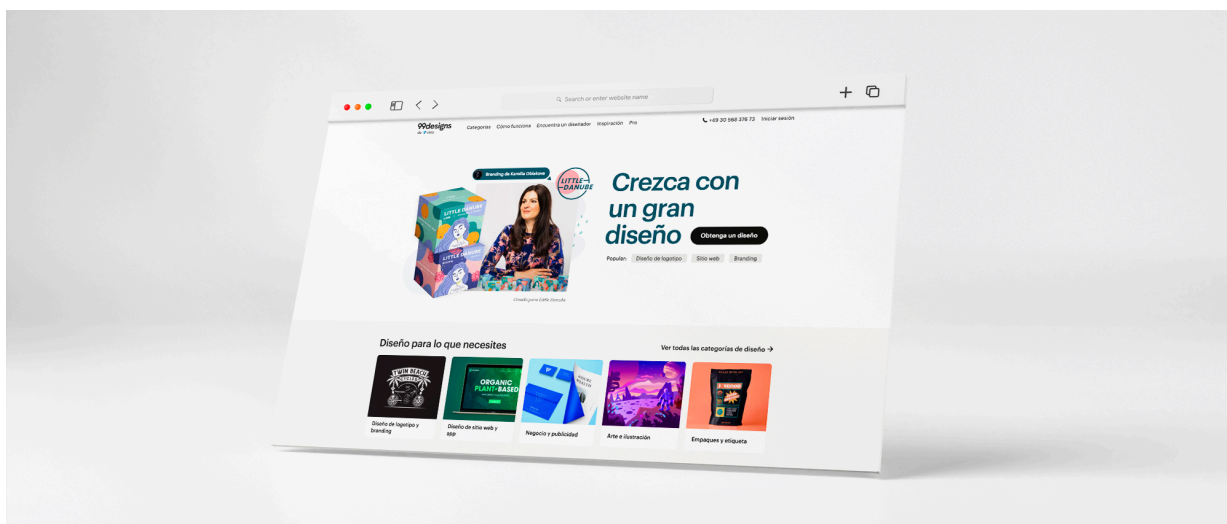
- **Behance:** Una plataforma dedicada a la presentación y descubrimiento de trabajos creativos. Los artistas pueden mostrar sus proyectos, recibir retroalimentación y colaborar con otros profesionales creativos.



- **Dribbble:** Se trata de una comunidad en línea donde diseñadores, ilustradores y otros creativos comparten capturas de pantalla de sus trabajos. Los usuarios pueden comentar y ofrecer *feedback* en las capturas de pantalla, lo que fomenta la interacción y la mejora continua.



- **99designs:** 99designs es un mercado en línea que conecta a diseñadores gráficos con clientes que necesitan servicios de diseño. Los clientes publican proyectos y los diseñadores compiten para ganar el contrato. Esta competencia fomenta la creatividad y permite a los clientes seleccionar el diseño que mejor se adapte a sus necesidades.



Podemos encontrar inspiración en estas tres plataformas, y posteriormente las examinaremos detalladamente para identificar las prácticas exitosas que podamos adoptar, así como para desechar aquellas que no sean beneficiosas para nuestro enfoque.

Uno de los puntos importantes a seguir en este apartado es la creación de un chat interno. Mediante este, los usuarios podrán hablar, intercambiar ideas, preguntar dudas, etc.

2.5. Variedad de contenidos, contribuciones de artistas

En esta sección, se explora la relevancia de proporcionar una variedad significativa de contenidos. La diversidad, tanto en términos de expresiones artísticas y técnicas empleadas, así como en las disciplinas representadas, potencia la experiencia del usuario al ofrecer una amplia gama de expresiones artísticas. Con esto, conseguiremos atraer a audiencias variadas, con intereses artísticos variados. Esto amplía cantidad de usuarios potenciales y aumenta la visibilidad de la plataforma en distintas comunidades artísticas. Las diferentes disciplinas y técnicas generarán un incremento de contenido, el cual no solo mantendrá a los usuarios existentes interesados, sino que también atraerá a nuevos usuarios en busca de variedad y novedades en el arte.

Considerando que las tendencias en el ámbito artístico fluctúan según las disciplinas y técnicas populares en determinado momento, una plataforma diversa se puede ajustar con mayor facilidad a las tendencias emergentes, captando así la atención de usuarios interesados en las últimas novedades dentro del arte, el diseño y la creatividad.

Para ello, no solo nos ayuda el hecho de que cada artista suba y muestre así sus creativities a la plataforma, sino que además existe un apartado llamado inspiración donde cada uno de los usuarios puede agrupar por carpetas o etiquetas los tipos de arte y tendencias que más les gusten de todos los usuarios activos. De este modo, se puede llegar al artista más fácilmente, puesto que desde el muro de inspiración de una persona se puede saber quién ha creado y subido dicho contenido.

2.6. Identidad de marca y conexión con usuarios

Lograr una conexión real entre los usuarios implica una combinación de estrategias y enfoques que van más allá de simplemente ofrecer un producto o servicio. Para ello, existen diferentes estrategias que se pueden realizar para conseguir dicha conexión.

- Es importante **comprender las necesidades y los deseos de los usuarios**. Se deberán realizar investigaciones exhaustivas para comprender las necesidades, deseos y preocupaciones de estos. De este modo, tendremos las claves para poder adaptar los productos y servicios a sus necesidades.
- **Crear una comunicación auténtica**. Ser transparente sobre los objetivos y misiones, y establecer una comunicación abierta y honesta con los usuarios. Es importante resaltar que uno de los aspectos que le añaden valor a la marca es que esta plataforma ha sido diseñada por creativos y artistas. Además, detrás de la misma y con la opción premium existen profesionales que brindan ayuda personalizada a los usuarios.
- Uno de nuestros objetivos es **crear una comunidad alrededor de la plataforma**. Una comunidad sólida fomenta la lealtad y el sentido de pertenencia.
- La plataforma ofrece contenido de valor, existen moderadores (artistas titulados y/o con experiencia) que valorarán los perfiles de los usuarios. Estos pueden ofrecer consejos, noticias relacionadas con tu industria o cualquier contenido que mejore su experiencia con la plataforma.
- Reconocer y celebrar los logros de la comunidad también es una manera eficaz de reforzar la conexión. El lanzamiento de nuevas características, hitos alcanzados o cualquier éxito compartido. Así como el reconocimiento de las obras de arte mediante “likes” o “me gusta” y la opción de compartir y guardar dichas creatividades.

2.7. Estrategias para la evolución continua

Para la evolución continua de la plataforma se debe hacer un seguimiento de las **tendencias del mercado**, **analizar las preferencias de los usuarios** y ajustar la plataforma para incorporar características y funcionalidades que estén alineadas con las tendencias actuales.

Establecer actualizaciones regulares sin que estas interrumpan significativamente la experiencia del usuario. Implementar herramientas de análisis de datos para evaluar el comportamiento de los usuarios. Examinar las métricas clave para identificar patrones y áreas de oportunidad y utilizar datos para tomar decisiones informadas sobre mejoras y ajustes.

Por último, se deberá **comunicar los planes de evolución de la plataforma a los usuarios de manera clara**, puesto que **la transparencia construye confianza y muestra el compromiso con la evolución constante**.

3. Análisis del mercado

3.1. Identificación de la demanda

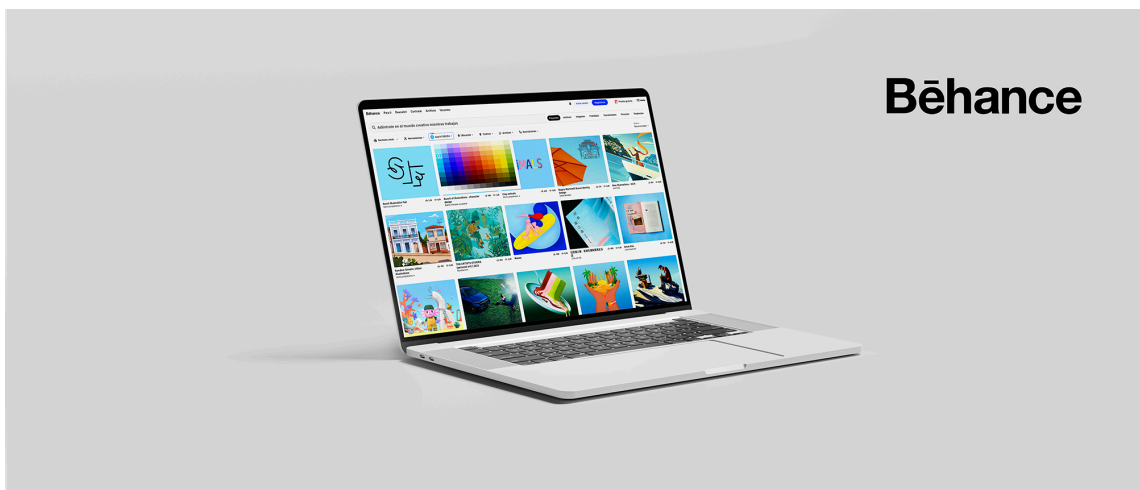
Los artistas buscan oportunidades profesionales que vayan más allá de la simple exhibición de su trabajo. La plataforma permite a los usuarios obtener reconocimiento, descubrimiento y conexiones dentro del área geográfica de su elección, esto fomenta el *networking* y potencia sus carreras. La plataforma es un espacio para experimentar, aprender e innovar y es un desafío para el arte tradicional. Actualmente, existe una demanda creciente de plataformas que ya fomentan este tipo de experimentación; sin embargo, nuestra plataforma se posiciona como un espacio donde la diversidad cultural, la innovación y sobre todo la comunicación entre usuarios, permite a los artistas explorar nuevas formas de expresión y de comunicación desafiando al arte tal y como lo conocemos hasta ahora.

3.2. Competencia y benchmarking

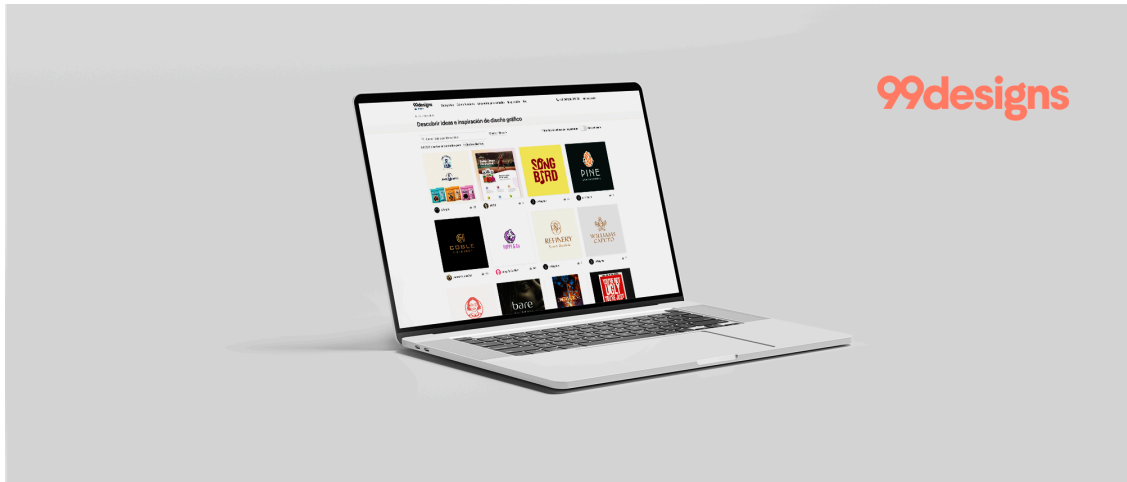
La competencia en el ámbito de plataformas para artistas y creativos es significativa, con diversas opciones que ofrecen diferentes enfoques y características.

3.2.1. Competencia principal

- **Behance:** Esta es una plataforma en línea que se destaca como una red social y galería virtual diseñada específicamente para creativos y profesionales en campos como el diseño gráfico, la ilustración, la fotografía, la arquitectura y otras disciplinas creativas.



- **99designs:** Esta plataforma en línea destaca por especializarse en la creación y competencia del diseño gráfico. Ofrece una amplia variedad de servicios de diseño, incluye diseño de logotipos, diseño de sitios web, diseño de tarjetas de visita, material de marketing, y más. También cuenta con una extensa comunidad global de diseñadores gráficos. También destaca por su facilidad de uso y por ofrecer una garantía de satisfacción, lo que significa que, si un cliente no está satisfecho con los diseños presentados, puede recibir un reembolso total o parcial.



3.2.2. Fortalezas y debilidades de la competencia

- Behance:

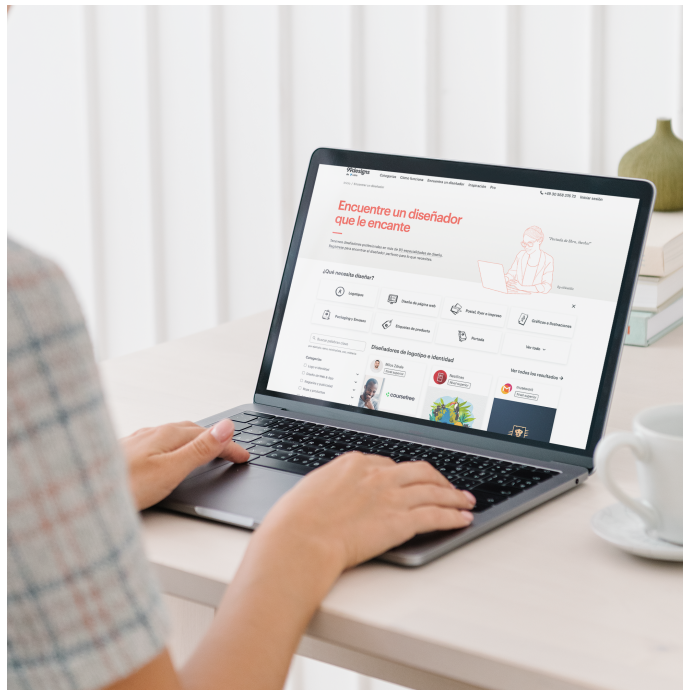


- **Fortalezas:** Behance proporciona a los creativos una plataforma global para mostrar su trabajo y obtener exposición a nivel internacional. Esta plataforma funciona como una red social para profesionales creativos, permitiendo la interacción, la colaboración y el *networking* entre diseñadores, ilustradores, fotógrafos y otro tipo de creativos enfocados en otros campos del diseño. Los proyectos en Behance se pueden organizar en diversas categorías, facilitando la búsqueda y el descubrimiento de trabajos específicos dentro de un campo creativo particular. Los usuarios pueden crear y personalizar sus propios portfolios, lo que les permite mostrar sus habilidades y proyectos de una manera atractiva y profesional.

Behance no solo es una plataforma para mostrar trabajos, sino que también sirve como un recurso para encontrar oportunidades profesionales.

- **Debilidades:** Al ser una plataforma abierta, la calidad de los proyectos y portfolios puede variar considerablemente. Esto puede dificultar la tarea de los usuarios que buscan encontrar trabajos de alta calidad. A diferencia de 99designs, la cual veremos ahora, que se centran en competiciones de diseño, Behance se centra más en la exhibición. Como plataforma en línea, Behance depende de la conectividad a internet, y cualquier interrupción técnica puede afectar la accesibilidad y el uso de la plataforma.

- 99designs



- **Fortalezas:** Tiene un modelo de negocio único, ofrece una amplia gama de servicios de diseño, la plataforma cuenta con una gran cantidad de diseñadores talentosos de todo el mundo. La plataforma está diseñada para ser fácil de usar tanto para clientes como para diseñadores, lo que facilita la navegación, la comunicación y la gestión de proyectos.
- **Debilidades:** El hecho de ser tan competitiva, puede reducir los ingresos para los diseñadores que utilizan la plataforma. La competencia basada en el precio y la rapidez puede desvalorizar el trabajo creativo. Dado que múltiples diseñadores compiten en un concurso, la calidad y consistencia de los diseños pueden variar. Existe una limitación entre cliente y creativo. Es decir, enfoque del concurso puede limitar la comunicación directa y la construcción de relaciones de confianza entre clientes y diseñadores. Por último, la garantía de satisfacción contribuye a generar confianza entre los clientes, ya que saben que pueden obtener un reembolso si no están satisfechos con los resultados.

3.2.3. Benchmarking

- **Mejores prácticas de Behance:**
 - Ofrece un perfil completo y profesional.
 - Ofrece la posibilidad de tener un portfolio visualmente atractivo sin la necesidad de tener un servidor propio.
 - Da la oportunidad de presentar trabajos de calidad.
 - Puedes actualizar regularmente tu portfolio.
 - Tienes la opción de promocionar tu perfil y participar en desafíos creativos.
 - Puedes destacar tus proyectos más llamativos y mostrar fácilmente la diversidad en tu *portfolio*.

- **Mejores prácticas de 99Designs:**
 - Puedes participar en concursos que se alineen con tus habilidades y tu estilo.
 - Te permite desempeñar la comunicación de manera clara y profesional con los clientes.
 - Después de completar un proyecto puedes solicitar *feedback* y testimonios sobre cómo ha ido el proyecto.
 - Mantiene la comunicación abierta entre cliente y creativo.

3.2.4. Oportunidades para nuestra plataforma; “Your Art Space”

Los artistas utilizan la plataforma como su portafolio sin la necesidad de alojar sus proyectos en un servidor propio. Tienen la libertad de crear su perfil, exportarlo como un PDF y compartirlo fácilmente. Además, la plataforma ofrece la posibilidad de patrocinar proyectos y creaciones, generando ingresos para la marca y beneficios para los usuarios. Esto les permite obtener reconocimiento, descubrimiento y conexiones dentro de la zona geográfica a elegir, fomenta el *networking* y potencia las carreras profesionales.

Artistas. En la vista de Artistas se pueden ver todos los artistas que participan en la comunidad mostrando sus proyectos. Estos tienen un perfil público donde si se hace "*click*" se puede ver más extensamente todos sus proyectos y trabajos. Una vez dentro se puede seguir al autor, enviar un mensaje y ver datos sobre ellos. También podemos ver que inspira a cada uno de estos artistas desde el botón “muro de inspiración”.

Inspiración. En la vista inspiración tenemos separados por etiquetas una serie de temáticas. Esta vista es perfecta para inspirarse a la hora de crear un nuevo proyecto. Si no encuentras tu sector en las etiquetas, puedes buscarlo en el apartado filtros. Una vez dentro de la temática que queremos investigar podemos guardarnos las imágenes que nos gusten, así como darle “me gusta”. También podemos ver quién las ha posteado y seguirles si nos apetece.

Comunidad. En la vista “comunidad” podemos ver un espacio donde tanto los artistas como usuarios interesados en el mundo del arte pueden hablar entre sí, posteando datos de interés relacionados con el arte, seguir otras comunidades relacionadas, comentar publicaciones, guardarlas, compartirlas y darle a “me gusta” Como se puede comprobar, en la plataforma existe publicidad online que permite generar ingresos a la marca.

Chat. La plataforma facilita la interacción entre artistas y usuarios, permitiéndoles contratar servicios y adquirir creativities directamente. En el apartado chat podemos hablar directamente con

los artistas. Estos pueden hablar entre sí para intercambiar ideas, opiniones o servicios. Los usuarios que necesiten una creatividad también pueden hacerlo, fomentando así el *networking*.

Perfil. En el apartado perfil tenemos la opción de editar nuestro perfil, añadiendo aptitudes, proyectos, localización, y un pequeño resumen de quienes somos. Se nos da las múltiples opciones de ver, editar o borrar los proyectos ya subidos.

Muro de inspiración. Ver los artistas y proyectos seguidos y nuestro muro de inspiración. Aquí, podemos ver todas las publicaciones guardadas de artistas que han ido subiendo contenido.

Perfil. También tenemos la opción de ver nuestro perfil como si fuéramos un miembro más de la comunidad. De esta manera podemos ver el feed y decidir si nos gusta o no la imagen que estamos dando de nuestro trabajo.

3.2.5. Diferenciaciones clave

- **Portafolio dinámico y exportable**
La capacidad de los artistas para utilizar la plataforma como un portafolio dinámico, sin necesidad de alojar sus proyectos en un servidor propio, y la opción de exportar fácilmente su perfil como un PDF proporciona una herramienta eficiente y versátil para la presentación de trabajos.
- **Patrocinio premium y monetización dentro de la plataforma**
La función de patrocinio premium permite a los artistas generar ingresos y obtener reconocimiento al promocionar sus proyectos y/o creaciones. Esto no solo beneficia a la marca al generar ingresos, sino que también ofrece oportunidades significativas para los usuarios en términos de promoción y desarrollo profesional.
- **Enfoque geográfico y *networking***
La posibilidad de elegir zonas geográficas específicas para la promoción de proyectos fomenta el *networking* local. Esto puede ser particularmente valioso para artistas que buscan conexiones y oportunidades dentro de su área geográfica.
- **Funcionalidad de inspiración y exploración de temáticas**
La sección de Inspiración, con etiquetas temáticas y filtros, proporciona a los artistas una fuente de inspiración valiosa al explorar diferentes temáticas. Esta característica distingue la plataforma como un recurso no solo para mostrar trabajos, sino también para encontrar nuevas ideas y enfoques creativos.
- **Comunidad activa y social**
La sección “comunidad”, ofrece funciones como publicación de datos de interés, comentarios, guardar publicaciones y la opción de seguir otras comunidades relacionadas, establece la plataforma como un espacio social activo para artistas y entusiastas del arte. La presencia de publicidad online también destaca la posibilidad de generar ingresos.
- **Facilitación de la interacción y contratación de servicios**
La función de chat facilita la comunicación interna entre todo aquel que tenga creado un perfil. Esto coloca a la plataforma en una posición de alto valor, gracias a esto se nos brinda un espacio donde la colaboración, la comunicación y la contratación de servicios son fáciles y accesibles.

- **Personalización del perfil y gestión de proyectos**
La sección de perfil permite a los usuarios personalizar su información, agregar aptitudes, proyectos y ubicación, junto con la capacidad de gestionar proyectos ya subidos, ofrece a los artistas un control completo sobre su presencia en la plataforma.
- **Muro de inspiración personalizado**
El muro de inspiración permite a los usuarios ver las publicaciones guardadas de artistas aleatorios. Proporciona una experiencia personalizada y continua de inspiración, creando un flujo constante de contenido relevante y cambiante.
- **Visión de perfil externo**
La opción de ver el perfil como si fueras un miembro más de la comunidad ofrece al usuario la oportunidad de evaluar la imagen que está proyectando de sí mismo y le permite ajustar su presencia para obtener un *feed* limpio y acorde con su visión del arte y de sí mismo como artista.

3.3. Segmentación del mercado

3.3.1. Segmentación demográfica

- **Artistas emergentes:** Incluye artistas jóvenes que están comenzando sus carreras y buscan visibilidad y oportunidades para desarrollarse profesionalmente.
- **Artistas establecidos:** Dirigido a aquellos con una trayectoria más extensa, que buscan nuevas formas de mostrar su trabajo, colaborar con otros y mantenerse actualizados en las tendencias artísticas.

3.3.2. Segmentación geográfica

- **Local:** Destinado a artistas que desean promover sus proyectos a nivel local y establecer conexiones en sus áreas geográficas.
- **Global:** Para aquellos artistas que buscan alcance internacional y desean conectar con una audiencia global.

3.3.3. Segmentación psicográfica

- **Exploradores creativos:** Incluye a individuos que buscan constantemente inspiración, exploran nuevas tendencias y desean colaborar con artistas de diversas disciplinas.
- **Profesionales centrados en sus carreras:** Orientado a artistas que buscan oportunidades profesionales, ya sea patrocinios, contratación de servicios o participación en proyectos colaborativos.
-

3.4. Segmentación por comportamiento

- **Frecuencia de uso:** Usuarios que interactúan regularmente con la plataforma para actualizar su portafolio, explorar proyectos y participar en la comunidad.
- **Ocasional:** Aquellos que utilizan la plataforma de manera intermitente para buscar inspiración, sin una participación constante.

3.5. Tendencias del mercado

Actualmente, existen tendencias del mercado que sin duda pueden tener un impacto importante en la evolución de la plataforma.

- **Metaverso y NFTs**

La creciente popularidad de los metaversos y la tecnología de *tokens* no fungibles (NFT) está transformando la forma en que los artistas comparten y monetizan su trabajo. La plataforma podría explorar la integración de funciones relacionadas con NFTs para respaldar la autenticidad y propiedad de obras de arte digitales.



- **Inteligencia artificial en el arte**

El uso de inteligencia artificial (IA) en la creación artística es una tendencia en crecimiento. La plataforma podría explorar cómo integrar herramientas de IA para asistir a los artistas en la creación de obras únicas y brindar nuevas formas de expresión artística. Sin embargo, aunque esta es una tendencia en auge, no se contempla utilizar la inteligencia artificial para la creación de arte, sino para la inspiración. En la plataforma se promueve el arte y la creatividad y es por ello que este tipo de tendencias no funcionaría.



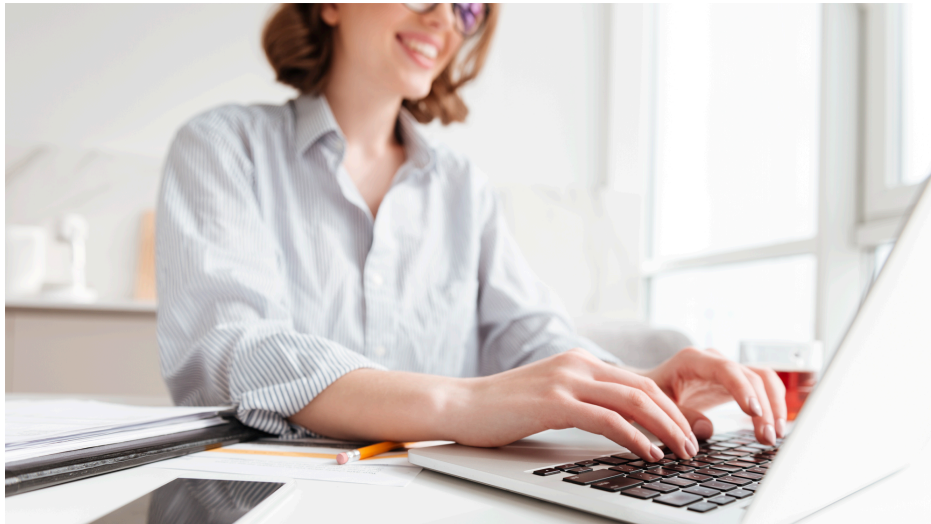
- **Sostenibilidad y arte eco-consciente**

La conciencia ambiental está dejando su huella en varias industrias, incluyendo el ámbito creativo. La plataforma podría ajustarse para resaltar y respaldar a artistas que adoptan enfoques sostenibles, promoviendo así proyectos eco-conscientes. Un ejemplo de esto sería la incorporación de envases sostenibles que utilizan materiales reciclados, o incluso la implementación de opciones sin empaque, ofreciendo así una óptima manera de reducir el consumo de material sin comprometer la calidad del producto.



- **Educación y formación en línea**

La demanda de educación en línea y formación continua está en aumento. La plataforma podría incorporar funciones educativas, como tutoriales, cursos en línea y recursos para apoyar el desarrollo profesional de los artistas.



3.6. Evaluación de análisis y amenazas (Análisis DAFO)

Debilidades (D)	Amenazas (A)
<p>Posible complejidad de la interfaz: Si la plataforma incorpora muchas funciones, existe el riesgo de que la interfaz se vuelva compleja. Esto podría afectar la experiencia del usuario, especialmente para aquellos menos familiarizados con la tecnología.</p> <p>Competencia en el mercado: La competencia en el mercado de plataformas para artistas y creativos es intensa. La plataforma debe diferenciarse continuamente y ofrecer características únicas para destacar.</p> <p>Dependencia tecnológica: La plataforma depende en gran medida de la tecnología. Cualquier problema técnico o cambio en las tendencias tecnológicas puede afectar la accesibilidad y la atracción de usuarios.</p>	<p>Cambios en las preferencias del usuario: Las preferencias y comportamientos de los usuarios pueden cambiar rápidamente. La plataforma debe estar atenta a estas tendencias y adaptarse para satisfacer las demandas cambiantes.</p> <p>Regulaciones y privacidad: Cambios en las regulaciones de privacidad y protección de datos pueden afectar la forma en que la plataforma maneja la información del usuario y la publicidad.</p> <p>Competencia intensa: La competencia continua en el mercado puede representar una amenaza, especialmente si surgen nuevas plataformas con características más atractivas.</p> <p>Riesgos tecnológicos: La dependencia de la tecnología conlleva riesgos, como posibles fallos técnicos, ciberataques y cambios en las plataformas tecnológicas que podrían afectar el rendimiento.</p>
Fortalezas (F)	Oportunidades (O)
<p>Funcionalidades innovadoras: La plataforma ofrece funcionalidades innovadoras, como la posibilidad de exportar el portfolio en PDF así como patrocinar proyectos, lo que marca la diferencia entre otras plataformas.</p> <p>Segmentación efectiva: La segmentación del mercado basada en ubicación geográfica, y ámbito creativo entre otros, permite una personalización efectiva y una oferta adaptada a las necesidades específicas de cada grupo.</p> <p>Potencial de monetización: La plataforma tiene un potencial significativo de monetización a través de funciones como patrocinio de proyectos y generación de ingresos por publicidad online.</p> <p>Interacción y <i>networking</i>: Las funciones del chat, comunidad y patrocinio promueven la interacción y el <i>networking</i> entre usuarios, creando un ambiente colaborativo.</p> <p>Adaptabilidad a las tendencias del mercado: La plataforma está preparada para adaptarse a las tendencias del mercado cambiantes.</p>	<p>Crecimiento de la economía creativa: El crecimiento continuo de la economía creativa presenta oportunidades para expandir la base de usuarios y atraer a más artistas y creativos a la plataforma.</p> <p>Colaboración global: La tendencia hacia la colaboración ofrece oportunidades para conectar a artistas de diferentes partes del mundo y facilitar proyectos internacionales.</p> <p>Integración de tecnologías emergentes: La integración de tecnologías emergentes como inteligencia artificial y realidad aumentada podría ofrecer nuevas experiencias y posibilidades creativas para los usuarios.</p> <p>Educación en línea: La creciente demanda de educación en línea proporciona una oportunidad para incorporar funciones educativas en la plataforma, como tutoriales y cursos.</p>

3.7. Investigación del mercado

Para examinar la viabilidad del servicio digital que se plantea ofrecer mediante la creación de nuestra plataforma, se debe realizar un estudio e investigación del mercado. Para ello, investigaremos sobre la demanda del servicio, la competencia existente y las tendencias del mercado actual en relación con la comunidad en el arte.

3.7.1. Demanda del servicio. Encuestas.

Después de participar en varias plataformas artísticas actuales como Behance, Pinterest y Domestika, he podido observar la interacción y las necesidades de los artistas en la actualidad. Dada mi formación en Bellas Artes, me considero una artista o así me gustaría, y es por eso que puedo identificar esas necesidades a partir de mi propia experiencia. Las necesidades son evidentes: los artistas y creativos requieren visibilidad. Para abordar esto, propongo fusionar los aspectos positivos de las plataformas existentes que ya son utilizadas por creativos para el desarrollo de sus carreras, creando así una plataforma que no solo abarque estos elementos, sino que también se enfoque específicamente en el arte.

Con el fin de comprender con mayor precisión las necesidades de los artistas contemporáneos, he llevado a cabo diversas encuestas.

Estas encuestas han abordado temas como las limitaciones percibidas en las plataformas actuales, las características ideales que buscan los artistas y las oportunidades de mejora. Este enfoque de investigación directa garantiza que la nueva plataforma no solo abarque lo que ya es efectivo, sino que también resuelva las carencias y desafíos específicos que enfrentan los artistas en la actualidad.

Al integrar este valioso *feedback* de la comunidad artística, la plataforma resultante estará diseñada de manera más precisa y alineada con las expectativas y aspiraciones de los propios artistas. La transparencia y la participación activa de la comunidad artística son fundamentales para el éxito continuo de la plataforma, asegurando que evolucione de manera acorde con las necesidades cambiantes del mundo artístico contemporáneo.

Las entrevistas se llevaron a cabo de manera personalizada, permitiendo una interacción más profunda y la exploración de respuestas detalladas. Se fomentó un ambiente abierto para que los participantes compartieran sus experiencias, opiniones y sugerencias de manera honesta. Estas se realizaron a través de unos cuestionarios específicos para abordar temas clave, como limitaciones percibidas en plataformas actuales, características ideales deseadas y áreas de mejora. Los cuestionarios fueron cuidadosamente elaborados para obtener respuestas detalladas y perspicaces.

3.7.2. Preguntas clave para las entrevistas

Se han entrevistado a un total de 10 personas, entre ellas se encuentran diseñadores de producto, diseñadores 3D, diseñadores gráficos, ilustradores, pintores y escultores.

Estas respuestas representan un promedio de todas las respuestas dadas por los voluntarios entrevistados.

Experiencia en plataformas actuales

¿Cuáles son las plataformas artísticas que utilizas actualmente para mostrar tu trabajo?

Instagram, Facebook y Behance.

¿Qué aspectos positivos destacarías de estas plataformas?

Puedes subir todo tipo de contenido visual. Son gratuitas.

Necesidades y limitaciones percibidas

¿Cuáles crees que son las principales necesidades de los artistas contemporáneos en plataformas en línea?
Darse a conocer, hoy en día lo más importante es tener un portfolio online.

¿Has experimentado limitaciones o desafíos específicos al utilizar plataformas existentes?
Si, a la hora de organizar por categorías y hacer llegar el trabajo al público correcto.

Enfoque en el arte

¿Cómo describirías la importancia de centrarse específicamente en el arte en una plataforma en línea?
Centrarse específicamente en el arte en una plataforma en línea es crucial para brindar a los artistas un espacio dedicado que destaque su creatividad y facilite la conexión con audiencias interesadas.

¿Qué elementos crees que son fundamentales para una plataforma dedicada al arte?
*Una interfaz intuitiva y atractiva, herramientas de presentación visual efectivas, funciones de personalización del perfil del artista, categorización eficiente de obras.
También es esencial garantizar la protección de derechos de autor y ofrecer opciones de venta de obras directamente a través de la plataforma.*

Visibilidad y desarrollo de carrera

¿Cómo percibes la visibilidad de los artistas en las plataformas actuales?
Actualmente existen muchos desafíos que enfrentan a los artistas para hacerse destacar en las plataformas ya existentes. Las oportunidades de mejora sin duda pueden beneficiar a la comunidad artística.

¿Qué crees que se necesita para impulsar el desarrollo de la carrera de un artista a través de plataformas en línea?
Herramientas de promoción efectivas, conexiones con la audiencia y oportunidades de colaboración

Características ideales deseadas

¿Qué características específicas te gustaría ver en una plataforma diseñada para artistas?
La facilidad de uso, la accesibilidad y la capacidad de llegar a un público amplio. El poder exhibir una variedad de formas artísticas y llegar a múltiples culturas desde una misma plataforma.

¿Hay funciones particulares que consideres esenciales para mejorar la experiencia del usuario?
Debe ser responsiva y poder ser utilizada tanto en tablets como móviles y ordenadores.

Interacción y comunidad

¿Cómo valoras la interacción con otros artistas en las plataformas existentes?
Para los artistas es muy importante la colaboración, el intercambio de ideas y la posibilidad de establecer conexiones significativas en el ámbito artístico. Se valora muy positivamente.

Feedback y mejoras continuas

¿Cómo crees que las plataformas actuales podrían mejorar para satisfacer mejor las necesidades de los artistas?
Una comunidad sólida contribuye al desarrollo y crecimiento artístico individual.

¿Qué tipo de feedback aprecias y consideras más útil como artista?

Todas las opiniones son válidas, pero el feedback de un artista suele tener más peso. Las críticas constructivas, elogios específicos, comentarios sobre técnicas o estilo, entre otros son cosas que ayudan más a las mejora constante y profesional.

Variedad de contenidos

¿Qué opinas sobre la variedad de contenidos artísticos disponibles en las plataformas actuales?

Hoy en día cada vez hay más espacio para todo tipo de arte. Sin embargo, estamos acostumbrados al arte plano como la pintura, la ilustración etc. Deberíamos darle más importancia a los nuevos estilos de arte que están apareciendo en la actualidad.

¿Cómo podría una plataforma destacarse al ofrecer una amplia gama de expresiones artísticas?

Si existiera una plataforma donde todos los artistas pudieran participar, seguramente habría mucha variedad de técnicas y de corrientes artísticas.

Desafíos en el mundo artístico digital

¿Cuáles son, desde tu perspectiva, los mayores desafíos que enfrentan los artistas en el ámbito digital?

La competencia, la protección de derechos de autor y el hecho de no poder mostrar el arte en vivo.

¿Cómo una plataforma podría abordar estos desafíos de manera efectiva?

Programas de apoyo a artistas.

3.7.3. Competencia existente

Tras llevar a cabo entrevistas con personas vinculadas al ámbito creativo y recopilar información detallada sobre sus preferencias y desafíos, concluyo que en la actualidad, el sector creativo otorga una alta importancia a la comodidad. Las características que más valoran al utilizar una plataforma para exhibir y promocionar su trabajo incluyen la simplicidad y la facilidad de uso. La capacidad de mostrar rápidamente su portafolio desde cualquier lugar del mundo también se destaca como un aspecto importante.

3.7.4. Tendencias en el mercado actual

La creatividad no está limitada por fronteras geográficas y puede encontrarse en todas partes del mundo. La creatividad es una cualidad humana que no está exclusivamente vinculada a un país en particular. La colaboración en línea es una de las tendencias en auge en la actualidad que permite que los creativos puedan trabajar juntos independientemente de su ubicación geográfica. Además, actualmente las plataformas destacan por promover el contenido creado por los usuarios, proporcionando a los artistas una audiencia más amplia y la posibilidad de compartir su trabajo de manera viral. Esto se llama UGC (*User Generated Content*).

3.8. Análisis económico

La clave para el éxito de esta empresa es proporcionar un espacio valioso y de alta calidad para la comunidad artística y creativa, lo que atraerá tanto artistas como compradores. Una vez afianzada esta base, se prevé que la plataforma genere ingresos a través de las estrategias de monetización, tales como la opción de suscripciones premium, publicidad en la misma plataforma, promoción de publicaciones destacadas para artistas, venta de datos sobre los análisis a cerca del comportamiento de los usuarios y las tendencias del mercado relacionadas con el arte, y servicios adicionales, como valoración y asesoría

4. Fundamentos de la marca a crear

En este apartado se hablará sobre los elementos esenciales que definen la identidad y la personalidad de nuestra marca. Estos fundamentos son cruciales para establecer una base sólida y coherente en la creación y gestión de esta.

4.1. Historia de la marca

“Your Art Space” cuenta la historia del nacimiento de un espacio que no solo celebra la diversidad creativa, sino que también brinda un lugar para la colaboración y el intercambio de ideas. Así nace esta plataforma. Un proyecto que trasciende los límites convencionales y se convierte en más que una marca, una plataforma en línea destinada a ser el corazón palpitante de esta iniciativa inspiradora.

La marca parte de la convicción de que cada artista, sin importar su disciplina merece tener un lugar donde poder mostrar su trabajo, conectarse con otros creadores y encontrar nuevas oportunidades para colaborar. Con esta visión en mente, se crea la plataforma digital que servirá como un hogar virtual para esta comunidad emergente de talento.



4.2. Propósito de la marca

La misión de “Your Art Space” busca contribuir al bienestar de la sociedad y la comunidad creativa. El público objetivo de esta comunidad se centra en artistas y creativos de diversas disciplinas que buscan un espacio para compartir sus proyectos, conectarse con otros artistas, recibir retroalimentación constructiva y encontrar oportunidades de colaboración. El propósito principal es crear una comunidad que valore la colaboración, el apoyo mutuo y el crecimiento artístico conjunto. También busca establecer una conexión emocional con la audiencia al comunicar los valores fundamentales del arte. Asimismo, se aspira a inspirar y motivar al proporcionar un motivo claro y colectivo que otorgue valor al arte a través de los artistas.

4.3. Misión, visión y valores

- **Misión:** Nuestra marca tiene la misión de empoderar y unir a la comunidad creativa global, proporcionar un espacio inclusivo en línea donde los artistas y creativos puedan exhibir su trabajo, conectar con otros miembros apasionados, y encontrar oportunidades para colaborar. Se busca fomentar la diversidad de expresiones artísticas y fomentar el crecimiento personal y profesional de nuestros miembros.
- **Visión:** Nuestra visión es ser la plataforma líder que inspira, conectar y fortalece a la comunidad creativa en todo el mundo. Aspiramos a crear un movimiento cultural donde la colaboración, la creatividad y el apoyo mutuo sean los cimientos sobre los cuales se construye un ecosistema vibrante de expresión artística.
- **Valores:** Creatividad y diversidad, valoramos y celebramos la diversidad de expresiones artísticas. Fomentamos la colaboración entre artistas y creativos, creyendo que juntos podemos lograr más y enriquecernos mutuamente.

4.4. Propuesta de valor única

Una vez consolidado, el principal objetivo en este proyecto es forjar una identidad de marca robusta y distintiva que refleje la propuesta de valor de esta. La esencia de nuestra propuesta de valor radica en la creación de una comunidad colaborativa que vaya más allá de ser simplemente una plataforma en línea. La marca se compromete a proporcionar recursos y oportunidades para que los artistas no solo exhiban su trabajo, sino que también prosperen en sus carreras profesionales.

En “Your Art Space”, los artistas utilizan un innovador enfoque: el perfil se convierte en un portafolio sin la necesidad de gestionar un servidor propio. Se ofrece la libertad de crear perfiles personalizados, exportarlos fácilmente como PDF y compartirlos sin restricciones. Adicionalmente, la propuesta de valor se extiende mediante el patrocinio de proyectos, servicios y creaciones, generando ingresos para la marca y beneficios para los usuarios. La plataforma facilita la interacción directa entre todos los usuarios sin excepción, permitiéndoles contratar servicios y adquirir creatividades de manera sencilla. El modelo de negocio de esta plataforma está diseñado para garantizar un crecimiento continuo de la comunidad, atrayendo a más creativos y artistas conforme pase el tiempo.

Para enriquecer aún más la experiencia, se cuenta con un equipo interno de diseñadores y creativos que ofrecen asesoramiento premium. Este servicio no solo beneficia a los usuarios en busca de creatividades e inspiración, sino también a los propios creativos que buscan orientación en este campo.

4.5. La personalidad de la marca

La personalidad de “Your Art Space” es una combinación de características que reflejan la identidad de la comunidad que se ha forjado mediante esta. Es una marca creativa que valora la innovación y la originalidad en todas las formas de expresión artística. La marca es colaborativa e inclusiva y promueve la colaboración entre artistas y usuarios. Es transparente, se esfuerza por ser clara en sus comunicaciones y construye así la una red de confianza en la comunidad.

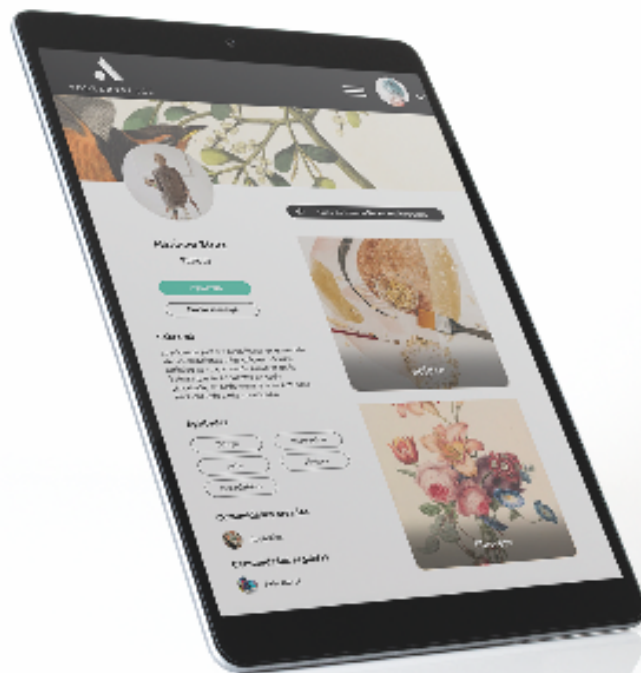
Por último, es emprendedora y comprometida con su público. Se compromete a empoderar a los artistas, proporcionándoles las herramientas y oportunidades necesarias para avanzar en sus carreras y lograr el reconocimiento que merecen.

4.6. Experiencia del usuario

Los aspectos y objetivos que se desean abordar en este proceso de creación de la marca son los tratados en el punto anterior. Para poder crear la marca de manera correcta y destacar sobre la competencia, hace falta profundizar en los principios del diseño centrado en el usuario, que se enfocan en comprender las necesidades, deseos y comportamientos de los usuarios para crear soluciones y experiencias que la hagan destacar. Existen otros puntos importantes que se han de tener en cuenta a la hora de crear nuestra marca. El diseño que desempeña es actual, enfocado a las herramientas actuales. Es fácil de usar y responsiva, para poder usarlo tanto en la web como en la *tablet* o *smartphone*.

4.7. Estilo visual y estética

Nuestra marca destaca por su capacidad captar la atención de los usuarios a través de los recursos visuales. La marca tiene una fuerte presencia visual en la plataforma, y en cuanto a su aspecto no solo transmite su personalidad de marca, sino que los usuarios se sienten identificados con ella, el 85% de la plataforma está construida visualmente por los trabajos de los usuarios que están registrados y suben sus proyectos.



4.8. Compromiso con la comunidad

Finalmente, nos enfocaremos en mejorar la estrategia de comunicación. Por lo tanto, desarrollaremos una estrategia integral que nos permita conectarnos de manera efectiva con nuestro público. Considero que esta estrategia es esencial para atraer y retener a nuestros clientes, y justifica el desarrollo de esta fase final del proyecto, una vez que la marca haya sido creada e implementada.

5. Construcción de la marca visual

5.1. Identidad corporativa

Mediante la creación de la identidad corporativa nos encargaremos de comunicar y transmitir de manera coherente y atractiva la esencia y personalidad distintiva de la marca. Todo esto a través de los siguientes puntos:

5.1.1. Naming

Mediante la elección del nombre se capturará la esencia de la comunidad colaborativa y se reflejará su enfoque inclusivo, así como sus valores de marca. Para ello debemos tener en cuenta algunos aspectos fundamentales como cuál es el propósito de la marca, teniendo en cuenta que la marca es global y nuestro público objetivo se encuentra en todo el mundo, el nombre de nuestra marca será en inglés. Debemos diferenciar la marca de la competencia y buscar un nombre de fácil pronunciación y escritura. La longitud no puede ser muy extensa y debe tener una sonoridad y estilo que tenga buen ritmo y fluidez. También se debe tener en cuenta que el nombre no tenga connotaciones negativas en diferentes culturas o idiomas. Por último, se debe evocar alguna emoción específica y positiva donde los usuarios sientan como suya la marca.

Dicho todo esto vamos a comenzar con 20 nombres que reflejen algunos de estos aspectos:

- | | | |
|-----------------|----------------------|-------------------|
| 1. Art Connect | 8. Art Space | 15. We Craft |
| 2. Art Blend | 9. Artistic Link | 16. Artistic Lab |
| 3. Colaboarte | 10. Creative Connect | 17. My Art Board |
| 4. Art & Co. | 11. Art Network | 18. Art Blend |
| 5. Fusion Art | 12. Imagine ART | 19. Art Canvas |
| 6. Art Fusion | 13. Pickart | 20. Collab Create |
| 7. Inspira Crea | 14. ArteShare | |

De estos 20 nombres he escogido 5 que creo que encajan con lo que se está buscando a la hora de elegir un nombre para esta marca/comunidad.

- **Art Blend:** Sugiere una mezcla diversa de formas artísticas y destaca la diversidad creativa en la comunidad.
- **Fusion Art:** Evoca la idea de fusionar diferentes elementos artísticos, transmitiendo la diversidad creativa y la unión.
- **Art Fusion:** Similar a "Fusion Art", pero con un énfasis en la fusión de diversas expresiones creativas.
- **Artistic Link:** Transmite la idea de conexiones entre artistas, destacando la colaboración y la comunidad unida.
- **My Art Space:** Refleja la propiedad personal y el espacio dedicado a la expresión artística, creando una sensación de pertenencia individual en la comunidad.

Teniendo en cuenta la elección de estos 5 nombres, he decidido elegir la opción de "My Art Space" y modificarla, convirtiéndola así en el siguiente nombre: "**Your Art Space**".

"Your Art Space" transmite un sentido de inclusividad al sugerir que este espacio es para cualquier persona que desee expresarse artísticamente. La palabra "Your" implica posesión y personalización, creando una conexión emocional con los usuarios. También da la impresión de que el espacio está

disponible para cualquier persona, independientemente de su nivel de habilidad artística o experiencia. El nombre propone un enfoque en la creatividad personal. Puede ser un lugar donde los individuos puedan explorar y desarrollar su propio arte en lugar de adherirse a un estilo específico. Al no especificar un tipo particular de arte, el nombre "Your Art Space" permite la flexibilidad para albergar diversas formas de expresión artística. Puede incluir pintura, escultura, fotografía, etc. El nombre tiene una connotación positiva y alentadora. Es fácil de recordar y de pronunciar. Además, el dominio web "*yourartspace.online*" está disponible, esto nos facilita la construcción de la plataforma. La selección de la extensión ".online" contribuye al reconocimiento de la actividad principal de la plataforma.

5.1.2. Concepto

La esencia inspiradora que motiva este proyecto reside en la creación de una plataforma que facilite la colaboración entre creativos y artistas, propiciando conexiones significativas y fuentes de inspiración. Además, permite la comunicación mediante chat, ya sea entre artistas o con usuarios en búsqueda de soluciones creativas.

El propósito fundamental de este proyecto es proporcionar visibilidad a los artistas, ofreciendo un espacio en la nube para que puedan exhibir su trabajo. Dada la dificultad actual en este campo para lograr tal visibilidad, la plataforma busca llenar este vacío.

Lo que distingue a este proyecto es la diversidad de servicios ofrecidos en una sola plataforma. Aunque los usuarios pueden no necesitar todas las funcionalidades, esta variedad atrae a un público más amplio, aumentando la posibilidad de que descubran y utilicen todas las opciones disponibles. La retroalimentación de los usuarios alimentará la comunidad, disminuyendo la necesidad de una gestión centralizada.

Desde una perspectiva filosófica, el concepto se centra en la inspiración y la colaboración entre artistas, rompiendo con la tradición de depender de mecenas para llevar a cabo el arte. Aunque existen plataformas como "Instagram", la singularidad radica en la creación de un espacio exclusivo para este propósito.

La ejecución del proyecto implica la creación inicial por parte de alguien que lo idee y lo cree. A medida que la comunidad crezca, el mantenimiento se solidificará a través de los usuarios, fomentando la participación activa y la contribución continua de obras.

Se espera que los artistas sean los primeros en adoptar entusiastamente esta idea, y a medida que la plataforma se consolide, se anticipa que otros usuarios se unan en busca de soluciones artísticas y creativas, generando un crecimiento exponencial de la plataforma.

5.1.3. Voz de la marca

La voz de la marca se describe como inspiradora, colaborativa y centrada en la comunidad creativa.

Los adjetivos que la describen son:

- Inspiradora
- Colaborativa
- Centrada
- Inclusiva
- Positiva
- Empoderada
- Accesible

5.2. Identidad visual corporativa

5.2.1. Tendencias en el sector

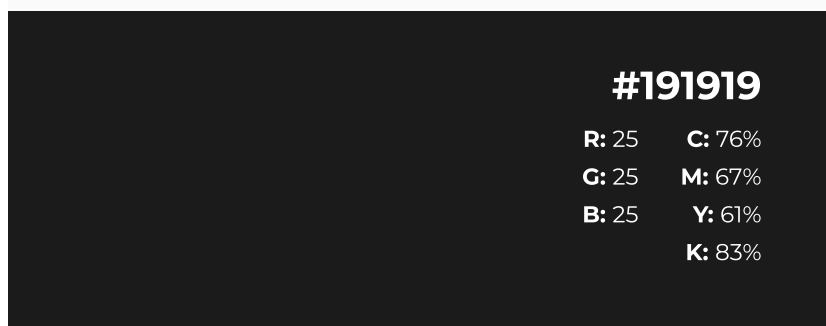
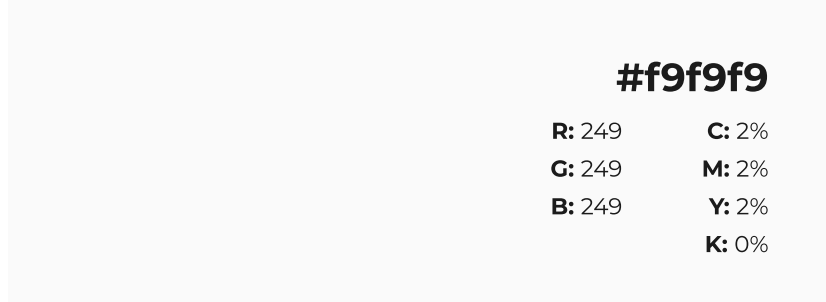
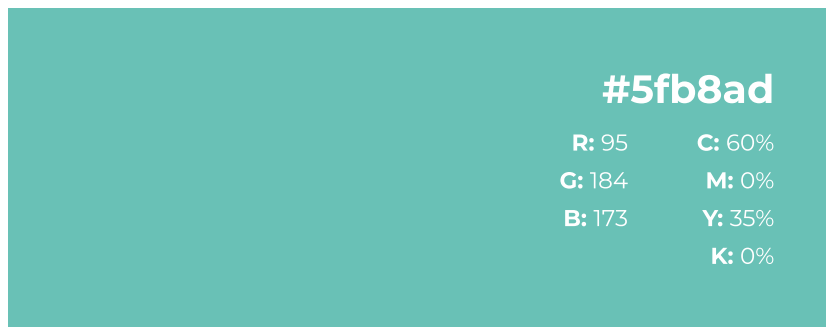
Las tendencias de diseño de marca en este sector nos dicen que el minimalismo y la simplicidad son el foco de atención de los usuarios en la actualidad.

También se utilizan paletas de color optimistas y que recuerden a la naturaleza, por supuesto diseños responsivos y logotipos flexibles. Se utilizan estilos tipográficos que se enfocan en tipografías distintas y personalizadas. Además, una de las tendencias que considero más relevante es la inclusividad y la diversidad, es decir, la representación de estilos y voces diversas de la marca que abarquen todas las culturas. Y esto se verá a través de los perfiles de los usuarios.

5.2.2. Colores propuestos

La paleta de colores es alegre, refleja tranquilidad y calma, frescura y naturaleza, creatividad y expresión y equilibrio emocional. Dicho esto, la elección de los colores principales de la marca son #2a2a2a para “negros”, #f8f8f8 para blancos y su color principal es #38C6AB y #42DBBE para usarlo sobre fondo oscuro.

El verde turquesa elegido para “Your Art Space” se apoya en dos colores más, un negro humo y un blanco roto. De este modo cubrimos los posibles obstáculos que se nos presenten a la hora de realizar la plataforma y podremos jugar con el color elegido dependiendo del lugar elegido para este.



5.2.3. Tipografías propuestas

La tipografía de la marca refleja la personalidad y los valores que esta desea transmitir.

La tipografía principal empleada en la marca “My Art Space” es “Cera”.

Para la creación de su logotipo se ha combinado la “A” de “Art” utilizando para esta una tipografía un poco más elaborada y hecha exclusivamente para la marca.

Al crear una tipografía única para el logotipo conseguimos varias ventajas que contribuyen a la singularidad y la identidad distintiva de la marca. Obtenemos diferenciación y originalidad. Nos alineamos con los valores de la marca, los cuales nos dicen que la marca es creativa. No hay mejor forma de representar eso que crear nuestra propia tipografía. Además, es flexible, al diseñar nuestra propia tipografía, tenemos un control total sobre la estética y los detalles. Poseemos la propiedad intelectual de nuestro diseño y logramos que no haya confusión con otras marcas.

Por último, el punto de la “A” refleja un círculo que representa la comunidad que se crea alrededor de la marca. La tipografía “Cera” se empleará tanto para títulos como para textos. Estamos hablando de una tipografía sin serifa, considerada muy apropiada para su uso en línea por su legibilidad en pantallas, adaptabilidad y modernidad, su apariencia consistente en diferentes resoluciones y tamaños de pantalla y su carga rápida en páginas web. Las tipografías de palo seco tienden a tener archivos más pequeños en comparación con algunas tipografías con serifa más detalladas. Esto contribuye a una carga más rápida de las páginas web, lo que es beneficioso para la experiencia del usuario y el rendimiento del sitio.



Cera Bold

a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z

Cera Bold Italic

a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z

Cera Regular

a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z

Cera Regular Italic

a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z

Cera Thin Italic

a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z

5.2.4. Símbolo, logotipo e isotipo

El logotipo es predominantemente tipográfico, compuesto principalmente por letras y palabras, destacando especialmente la letra “A” de arte. Está realizado en sus tres versiones para poder utilizarlo en todo tipo de espacios tanto online como offline. La tipografía de este logotipo es clara y directa, simplificando la identificación para los clientes.

Se empleará únicamente una tinta en su ejecución, ya que esto lo simplificará y modernizará, además de reducir los costes asociados a la impresión.

Al tratarse de un logotipo tipográfico se adapta mejor a los posibles cambios que la marca necesite o requiera sin dejar de perder su esencia. Actualmente, las tendencias indican que los logotipos tipográficos sencillos y minimalistas pueden ser más atractivos para ciertos públicos.

5.2.5. Moodboard

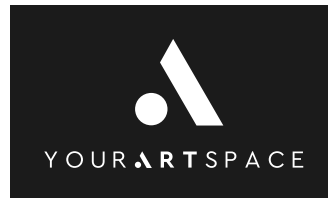
Gracias a esta herramienta visual se reúnen toda variedad de imágenes, colores, texturas y elementos visuales que representan la estética, el tono y la dirección que este proyecto quiere tomar. Esta herramienta nos ofrece varias ventajas a la hora de crear nuestra identidad corporativa, como por ejemplo la clarificación en la visión de aquello que se quiere realizar, nos inspira con la creatividad dividida en todo tipo de imágenes desencadenando ideas y enfoques novedosos para el proyecto. Gracias a esta explosión visual podemos tomar decisiones a la hora de realizar el logotipo sin perder la coherencia visual.



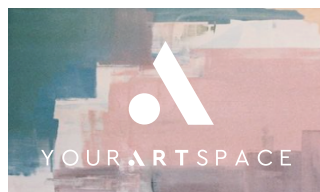
5.2.6. Propuesta definitiva



5.2.7. Versiones correctas



5.2.8. Aplicaciones incorrectas

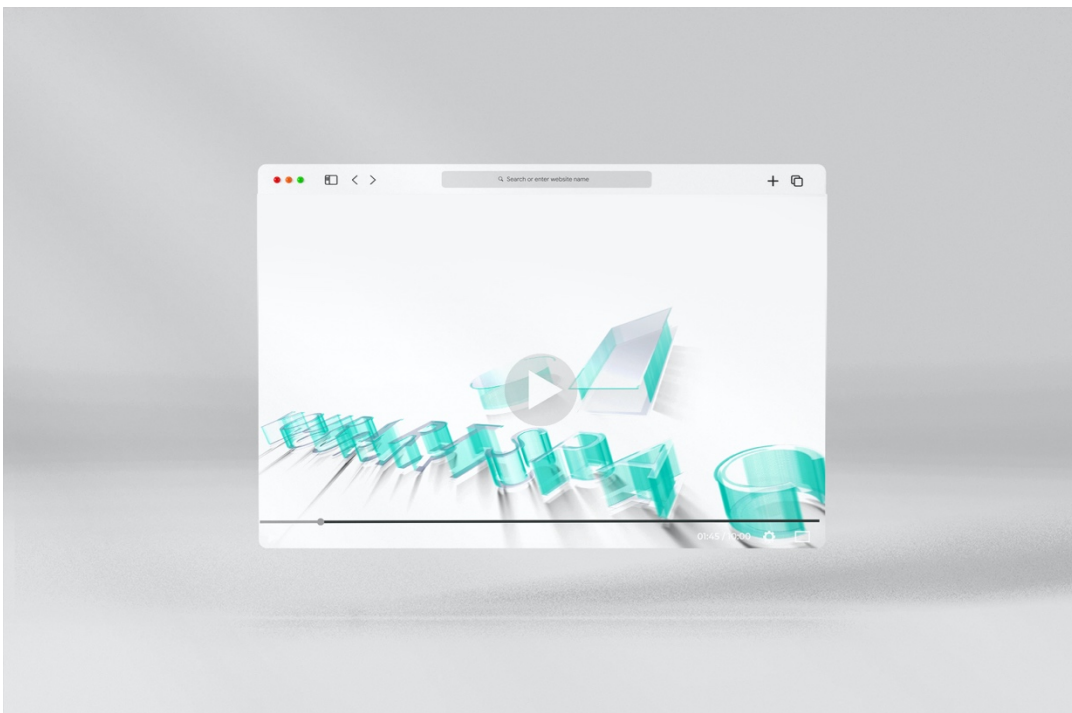


5.2.9. Test de reducción y área de seguridad y retícula



5.2.10. Aplicaciones online

Hacer "click" en la imagen para ver la "intro" del logotipo "Your Art Space" en youtube.



5.2.11. Aplicaciones offline



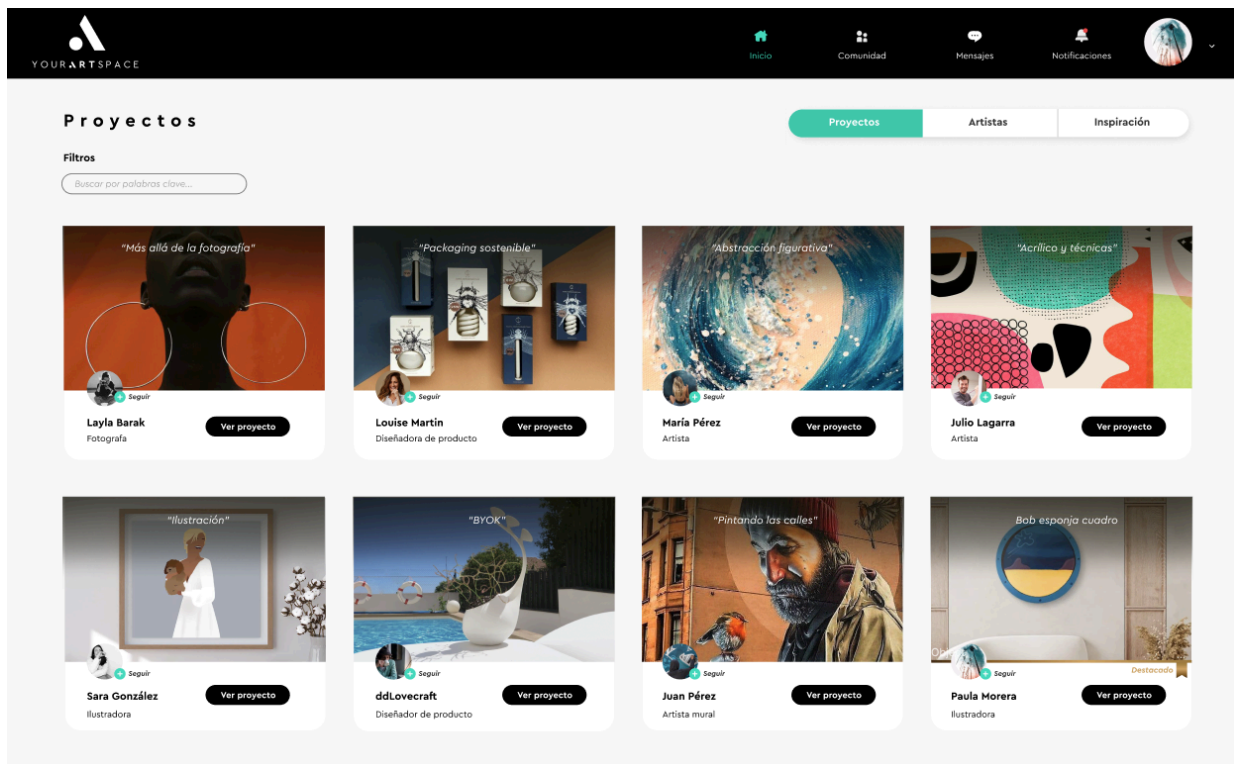
6. La plataforma

"Diseñando el futuro del arte, creación de una plataforma colaborativa para artistas y creativos."

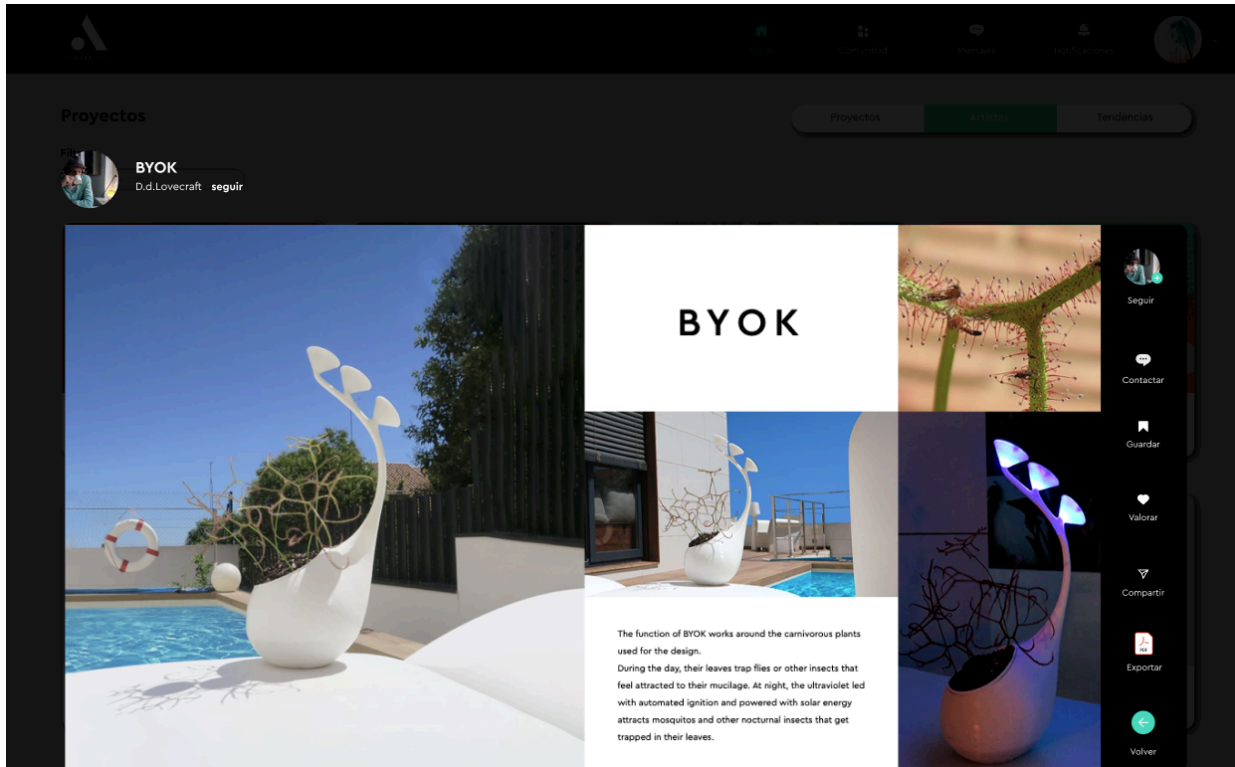
En esta sección, se detalla cada componente que constituye "Your Art Space". La plataforma ha sido diseñada en Figma para facilitar su entendimiento y será descrita con el fin de mejorar su comprensión. A continuación, vamos a describir los apartados que la componen.

6.1. Proyectos

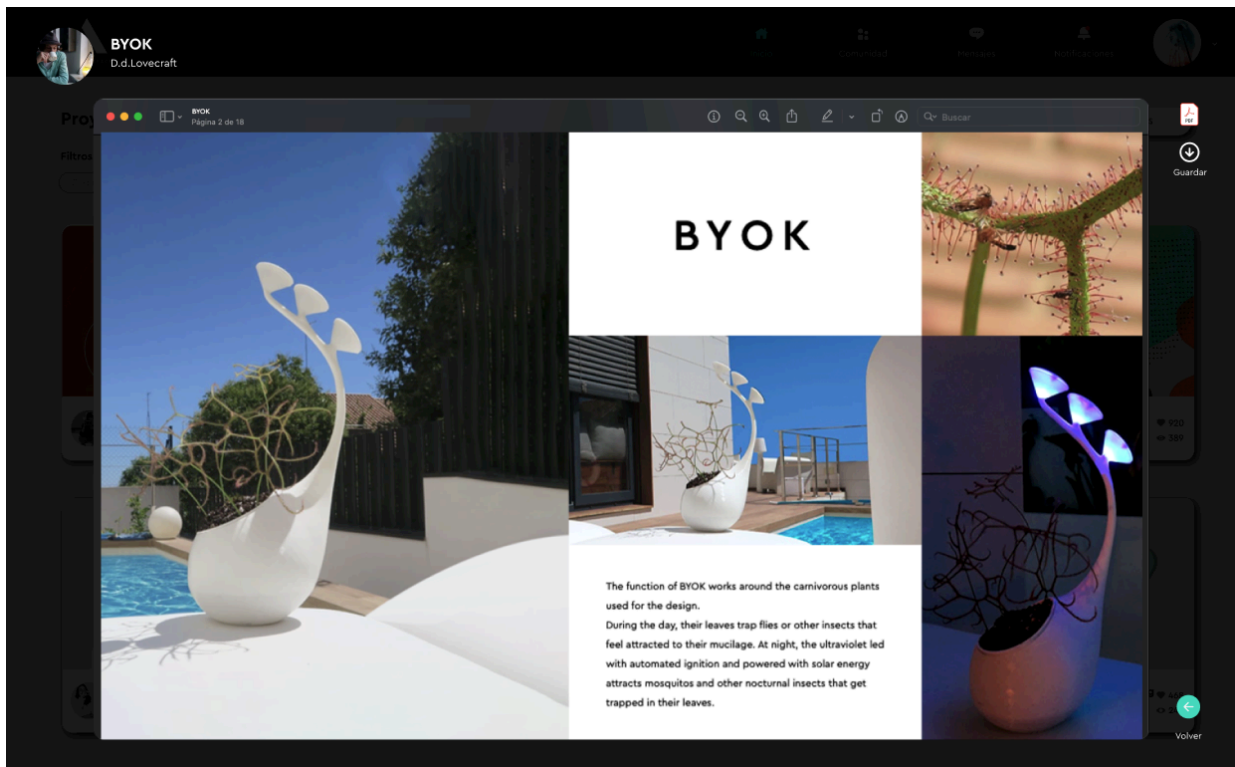
Los artistas utilizan la plataforma como su portafolio sin necesidad de alojar sus proyectos en un servidor propio. Disfrutan de la libertad para crear sus perfiles, exportarlos como un PDF y compartirlos de manera sencilla. Como se puede observar, en la sección de "Proyectos" se presentan individualmente todos los proyectos de los usuarios de la comunidad. En la esquina superior derecha, se identifica la ubicación del usuario con el color verde turquesa.



Se presentan automáticamente los proyectos de los usuarios que participan más activamente en la plataforma. Asimismo, es posible realizar búsquedas por nombre de proyecto o nombre del artista utilizando la sección de filtros ubicada en la esquina superior izquierda.

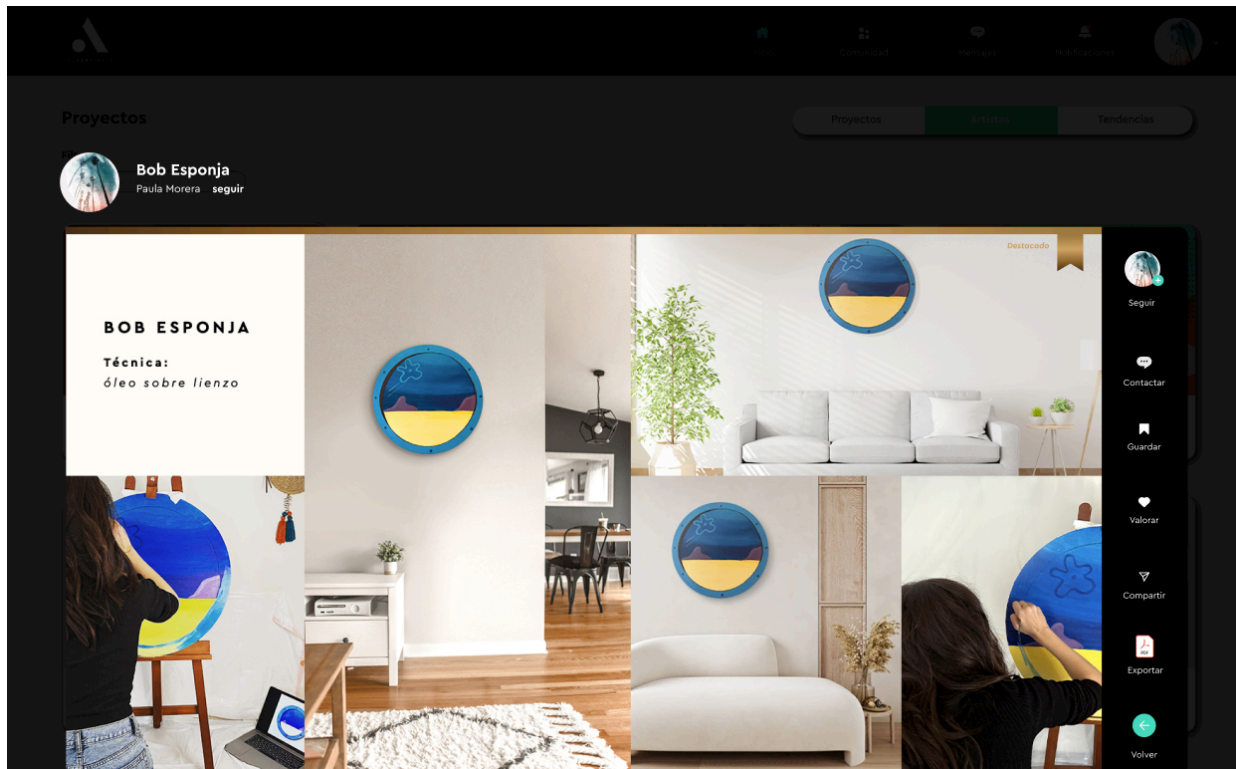


Al hacer clic en cualquiera de los proyectos que nos resulten interesantes, se despliegan varias opciones en el lado derecho de la pantalla. En este ejemplo, la vista corresponde al perfil del autor, quien tiene la capacidad de exportar su proyecto en formato PDF. Como usuarios, tendremos acceso a todas estas opciones, a excepción de la función de exportar o guardar. También podremos explorar una breve descripción del proyecto y visualizar varias fotografías compartidas por el autor.



6.2. Opción premium

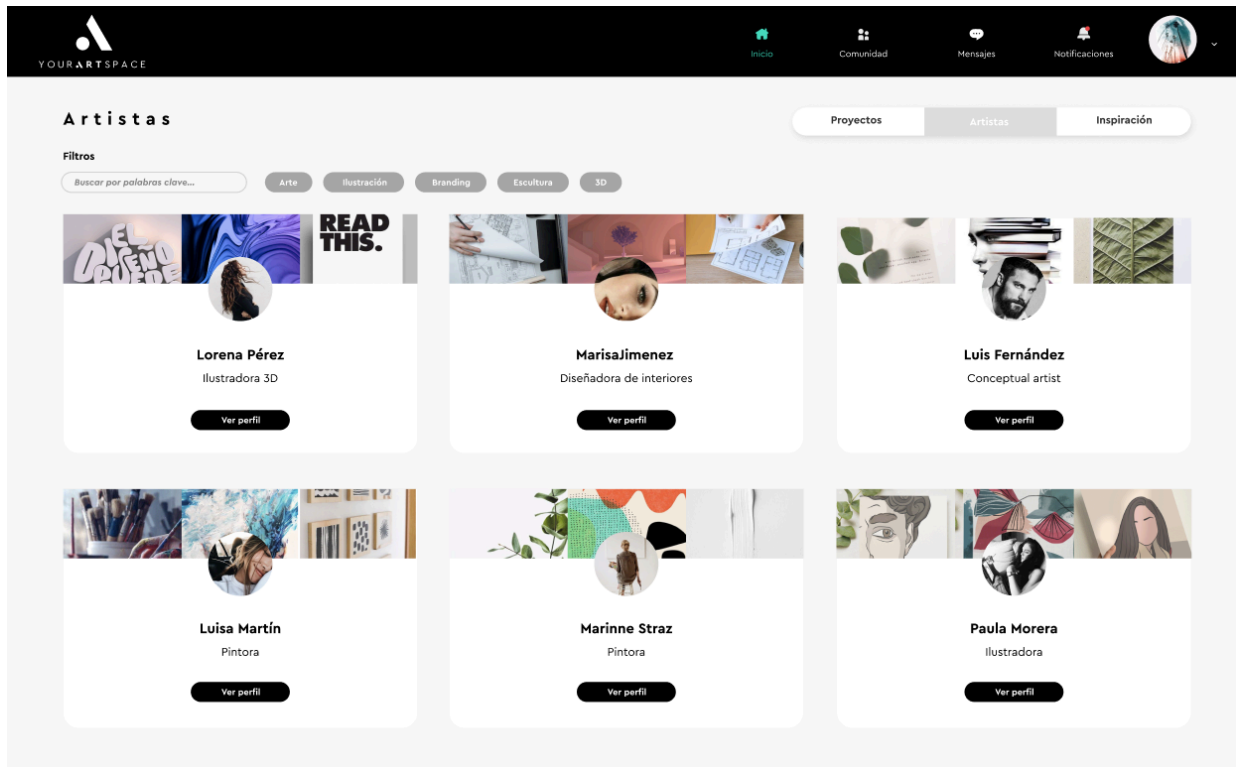
“Your Art Space” ofrece la opción de patrocinar proyectos y creatividades, proporcionando ventajas tanto para los usuarios como para la marca. Esto facilita el descubrimiento de sus obras y les otorga reconocimiento como artistas. Se puede identificar a los usuarios premium a través de la presencia de una cinta dorada que se muestra en sus proyectos.



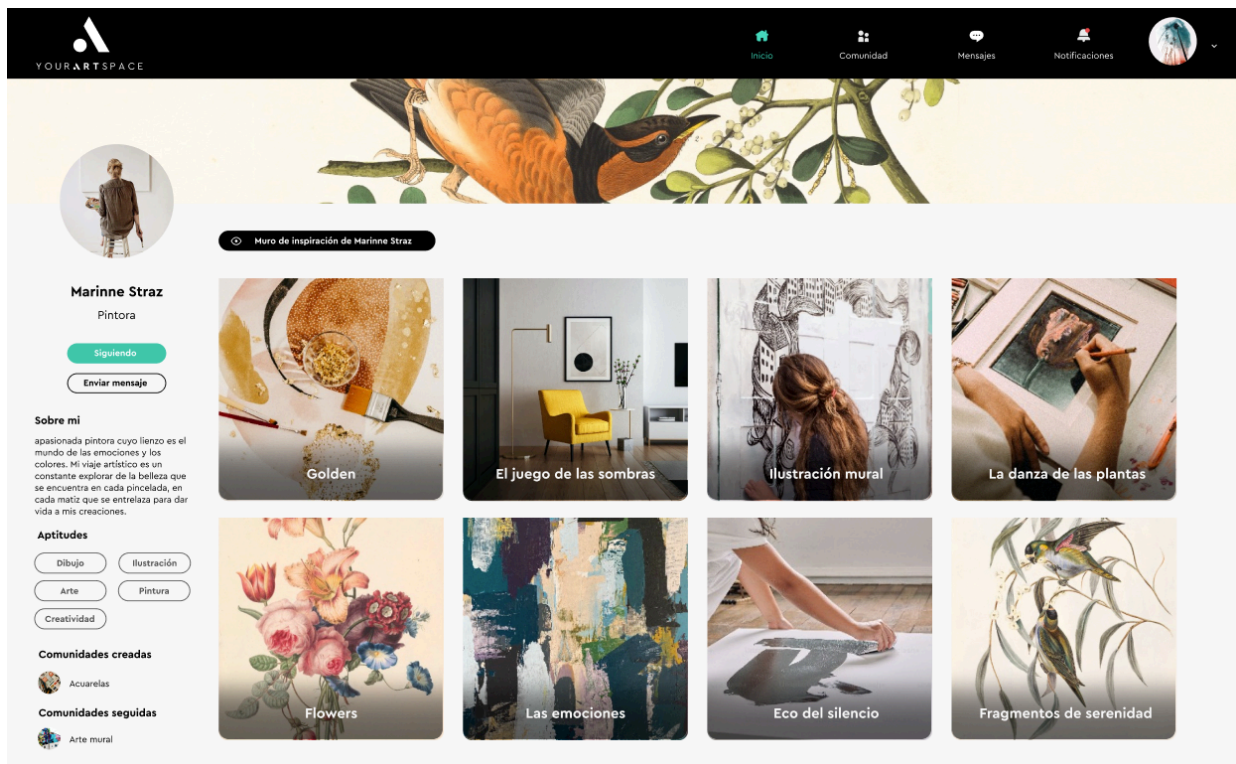
6.3. Artistas

En la sección dedicada a los artistas, se presentan todos los miembros de la comunidad con sus respectivos proyectos. Cada artista dispone de un perfil público que, al ser seleccionado, posibilita una exploración detallada de sus trabajos. Una vez dentro, se ofrece la alternativa de seguir al autor, enviarle un mensaje y obtener información más detallada sobre su trayectoria. Además, mediante el botón "muro de inspiración", se puede explorar las fuentes de inspiración de cada uno de estos artistas.

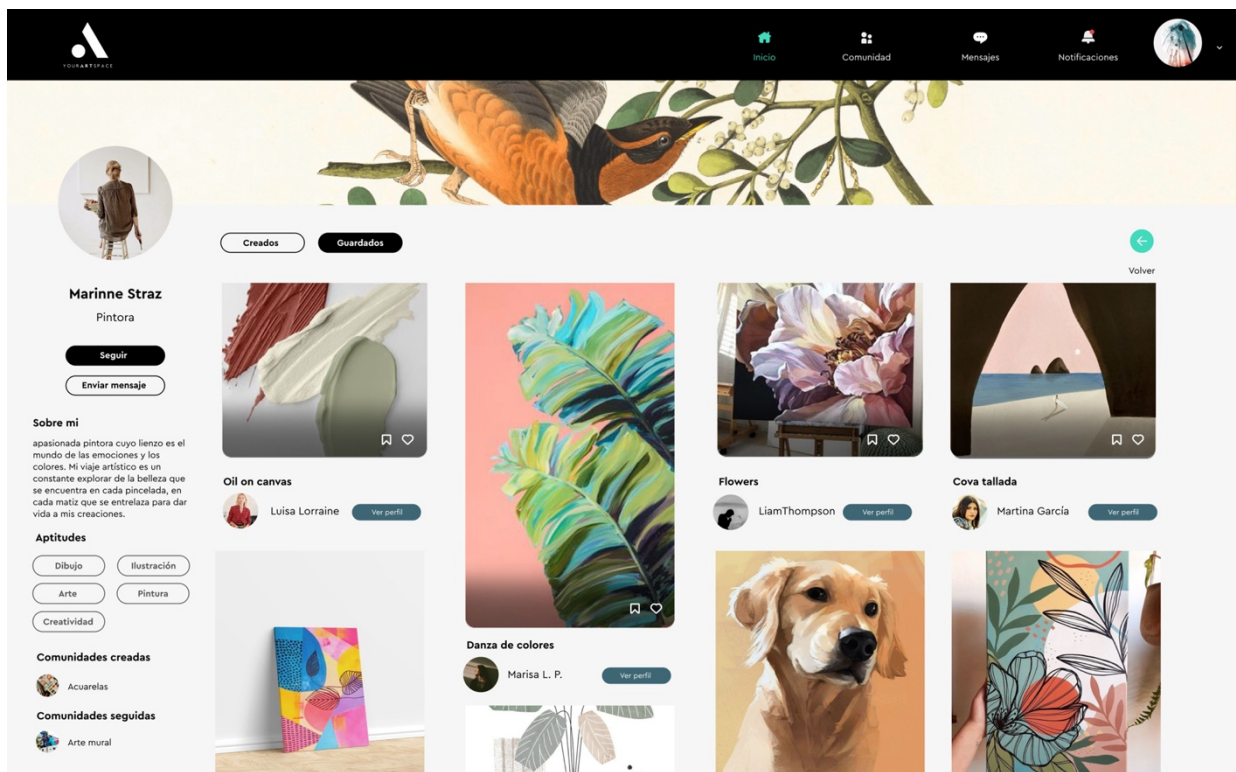
Es importante destacar que no es necesario ser creador de contenido para disponer de un perfil y tener tu propio muro de inspiración.



Como se puede apreciar, en la sección de "Artistas", en la cabecera se presenta una selección de los mejores trabajos de cada artista, específicamente los más visitados. Además, se exhibe la foto de perfil y una breve descripción del ámbito artístico al que se dedica.



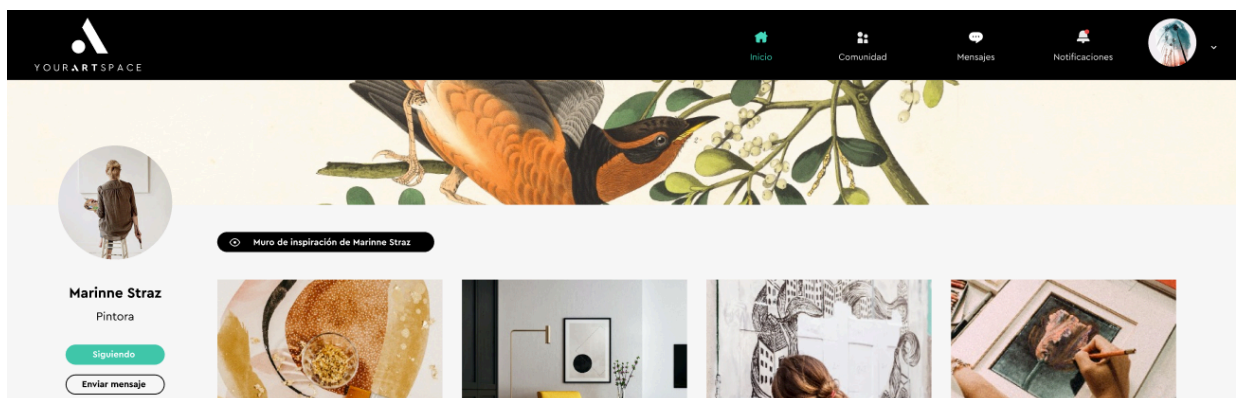
Al hacer clic en "ver perfil", se abrirá el muro del artista o usuario seleccionado, donde podremos encontrar una breve descripción del artista, así como una lista de habilidades seleccionadas por él o ella previamente, comunidades creadas y comunidades seguidas.



También se puede observar el muro que inspira a cada uno de los usuarios.

6.4. Inspiración

En la sección de inspiración, se revelan diversas temáticas organizadas por etiquetas, proporcionando una excelente fuente de ideas al comenzar un nuevo proyecto. Si un usuario no encuentra su área específica en las etiquetas, siempre puede buscarla utilizando el botón de "filtros". Una vez dentro de la temática que se desea explorar, el usuario tiene la opción de guardar las imágenes que le gustan y expresar su agrado dando un "me gusta". Además, puede identificar quién las ha compartido y decidir seguirlos si así lo desea.



YOURARTSPACE

Inicio Comunidad Mensajes Notificaciones

Inspiración

Proyectos Artistas **Inspiración**

Filtros

Buscar por palabras clave...

Arte Ilustración Branding Escultura 3D

- Arte abstracto
- Escultura
- Acuarela
- Motion graphics
- Dibujo
- Renders 3D

YOURARTSPACE

Inicio Comunidad Mensajes Notificaciones

Arte Abstracto

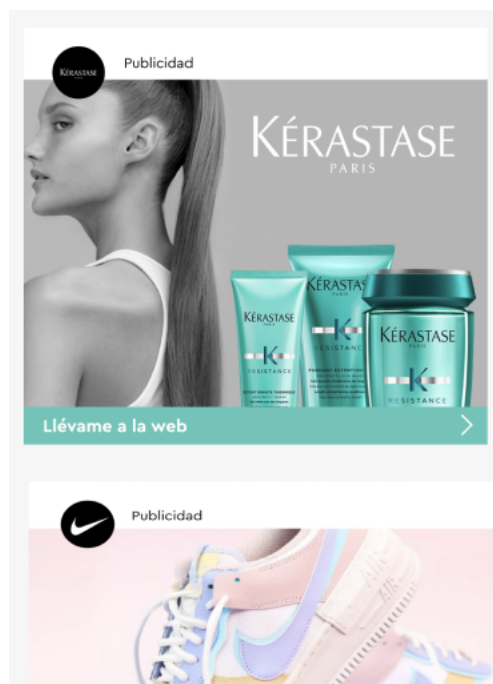
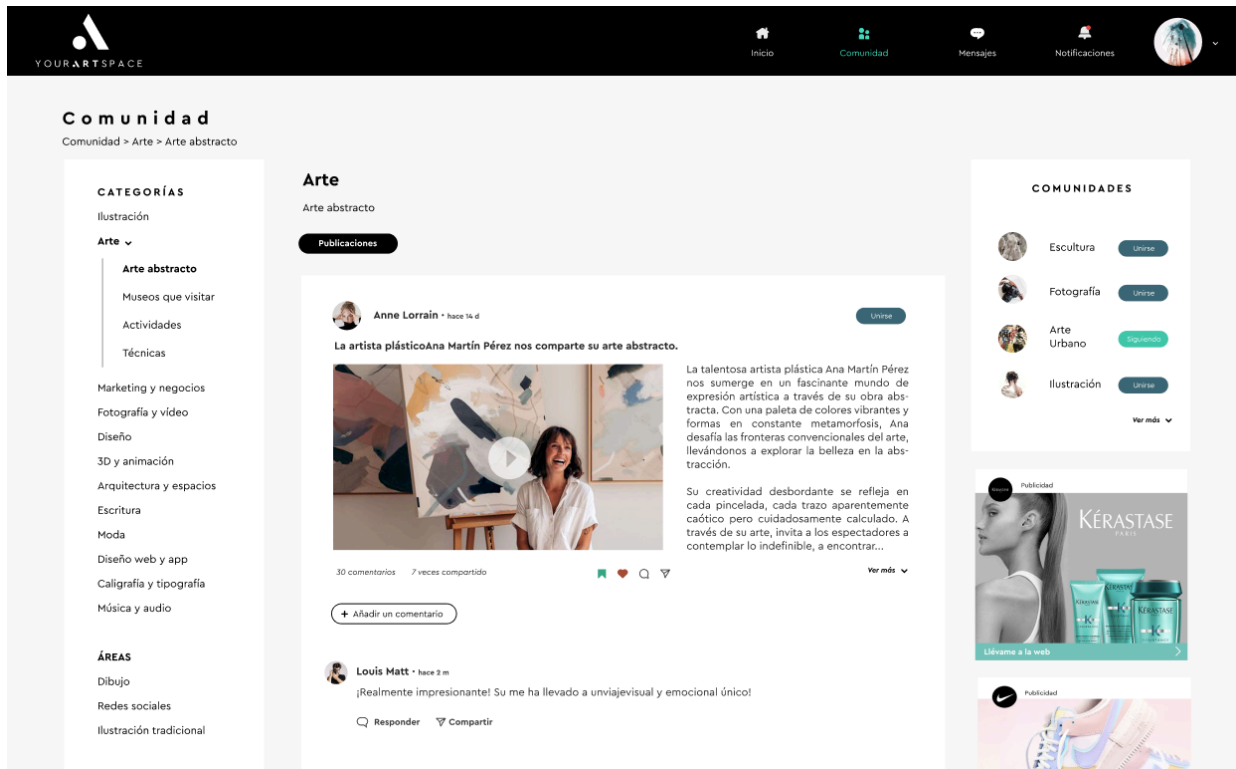
Tendencias > Arte Abstracto

Proyectos Artistas **Inspiración**

- Works on paper - Ava Harrison
- Oil pastels on canvas for beginners... - Valentina Vargas
- Danza de colores - Felipe Sánchez
- Teal Painting - LiamThompson
- Ecos de emoción - Martina García

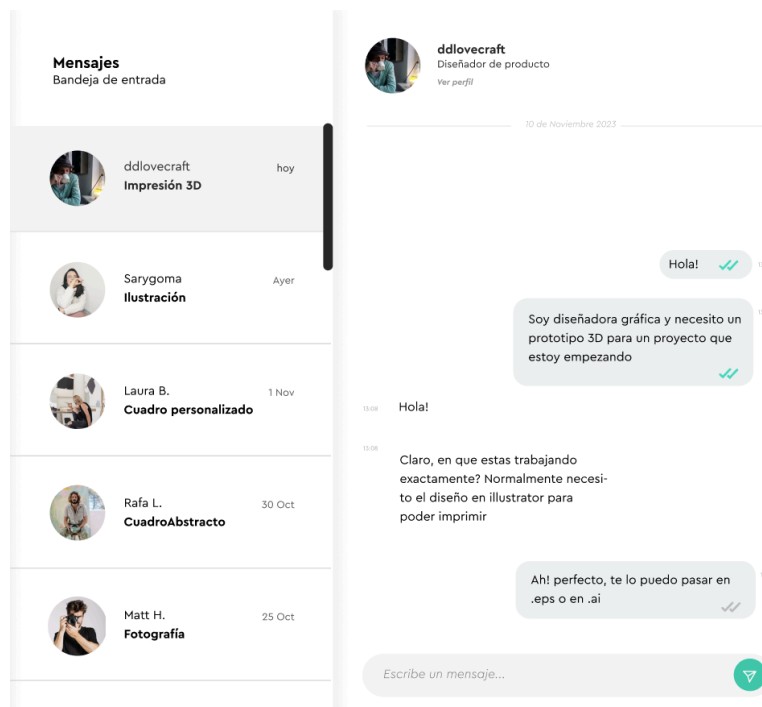
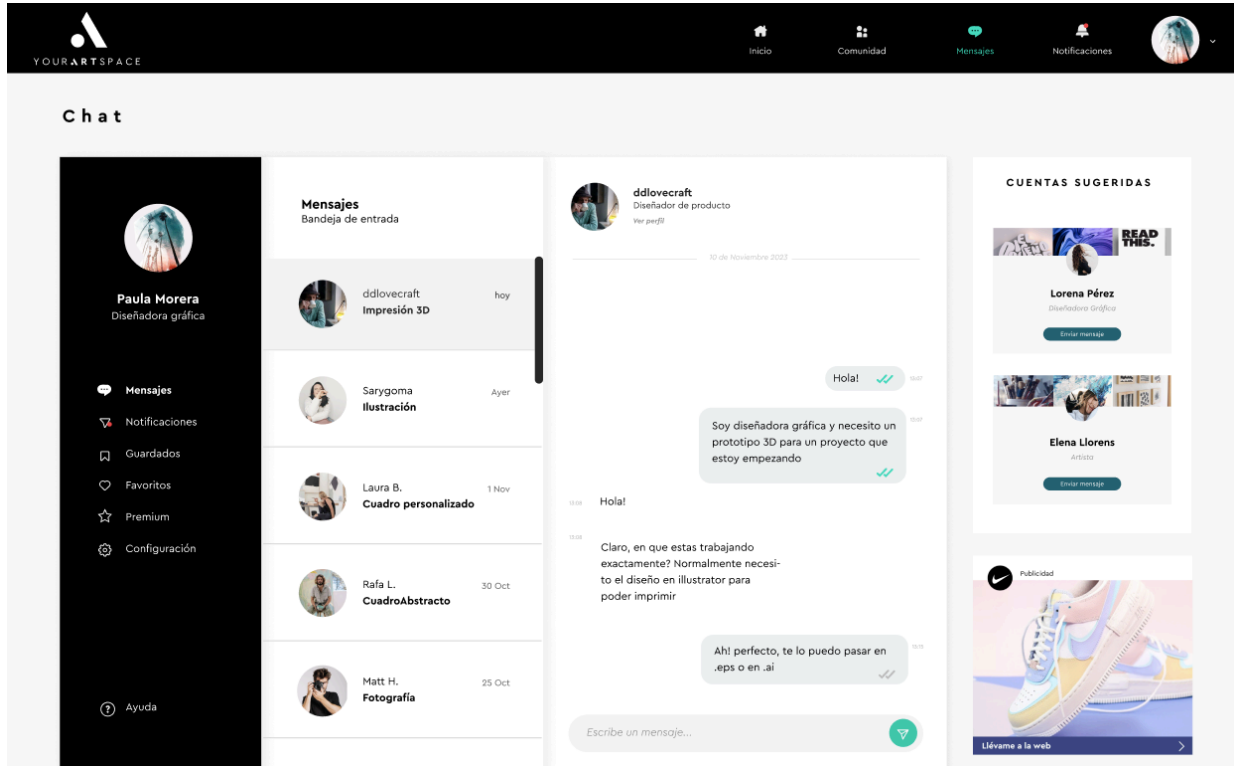
6.5. Comunidad

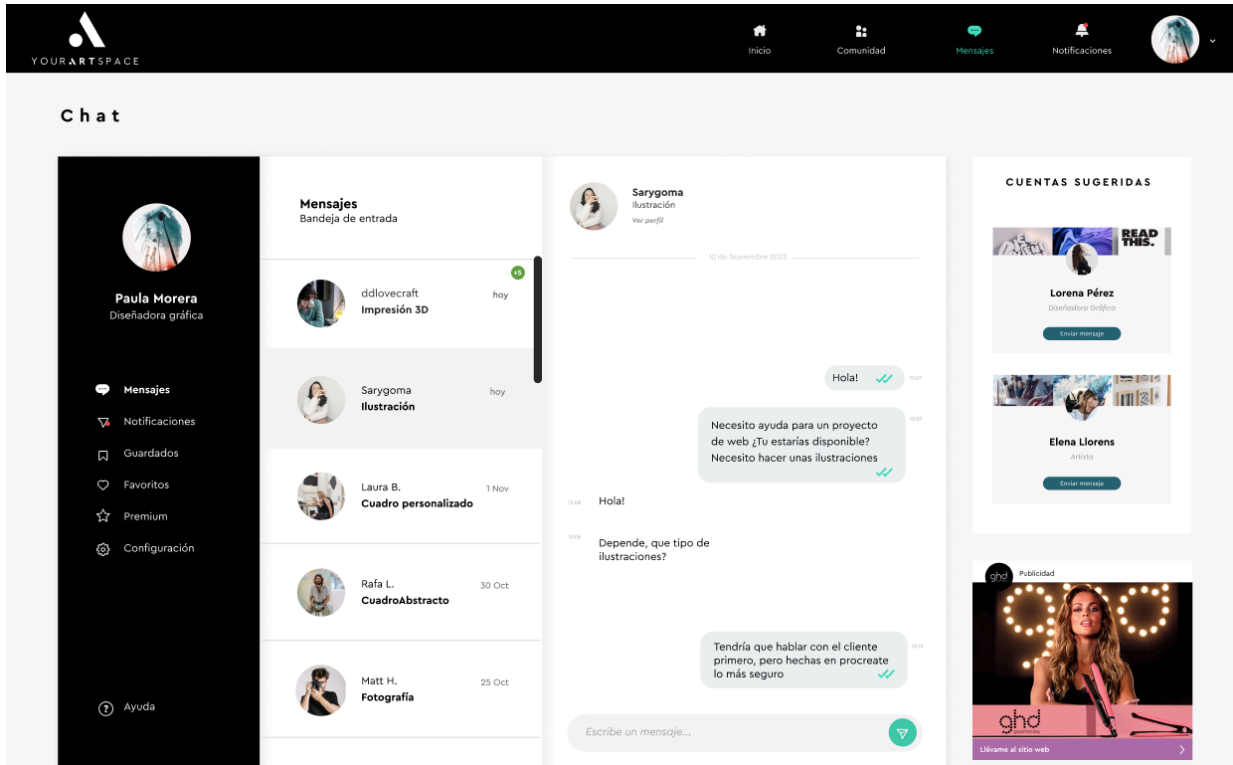
La sección de comunidad proporciona un espacio donde los artistas y los usuarios interesados en el arte pueden interactuar. Pueden compartir información relevante, seguir otras comunidades afines, comentar publicaciones, guardarlas, compartirlas y expresar su aprobación con un "me gusta". Como se puede observar, la plataforma incorpora la publicidad en línea como una fuente de ingresos para la marca.



6.6. Chat

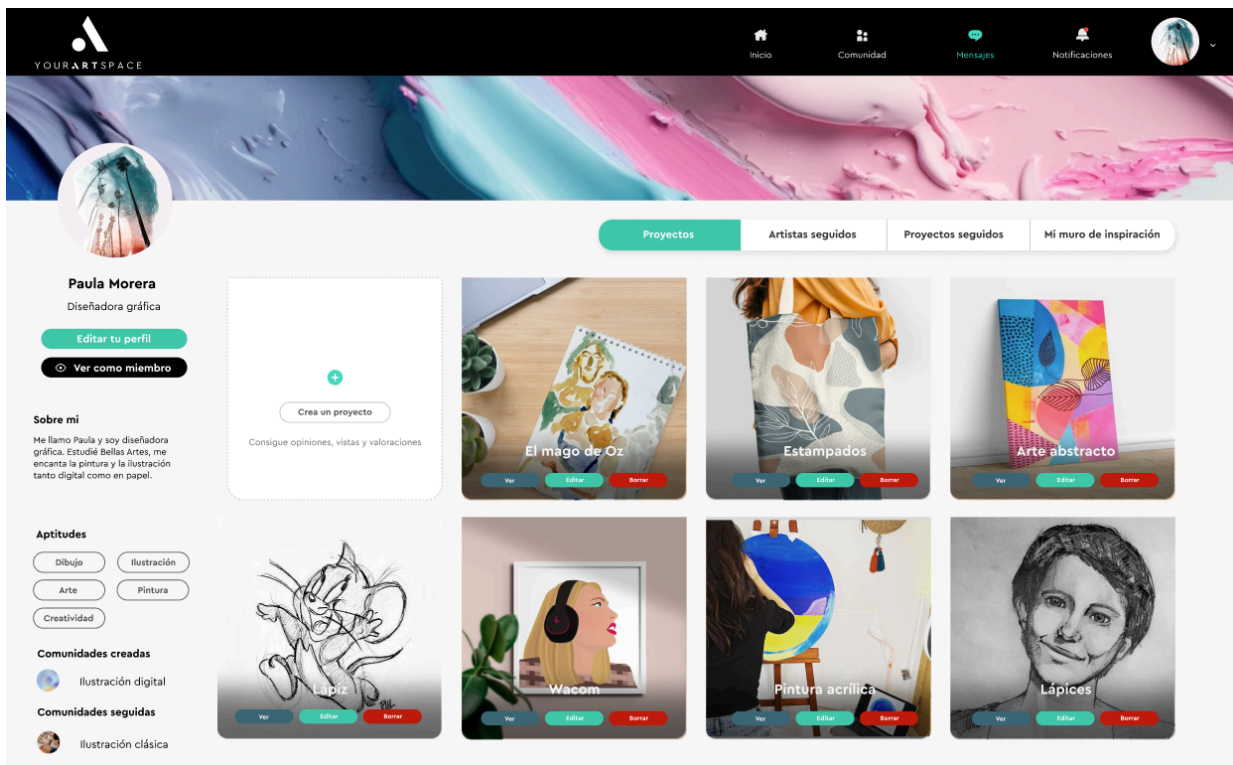
La plataforma facilita la interacción entre artistas y usuarios al posibilitar la contratación de servicios y la adquisición directa de creaciones. A través del chat, se pueden entablar conversaciones específicas con los artistas, quienes también tienen la capacidad de comunicarse entre sí para intercambiar ideas, opiniones o servicios. Esta dinámica promueve el *networking* al ofrecer a los usuarios la oportunidad de encontrar la creatividad que necesitan.

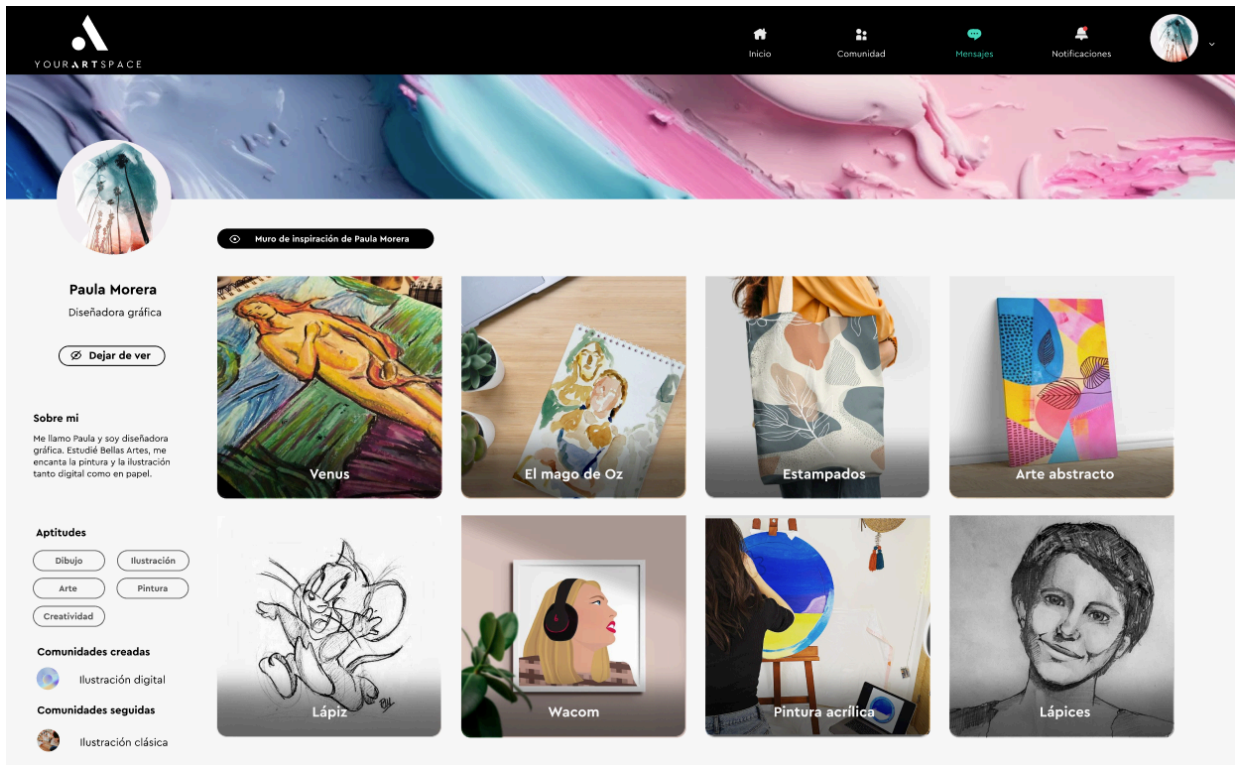




6.7. Perfil

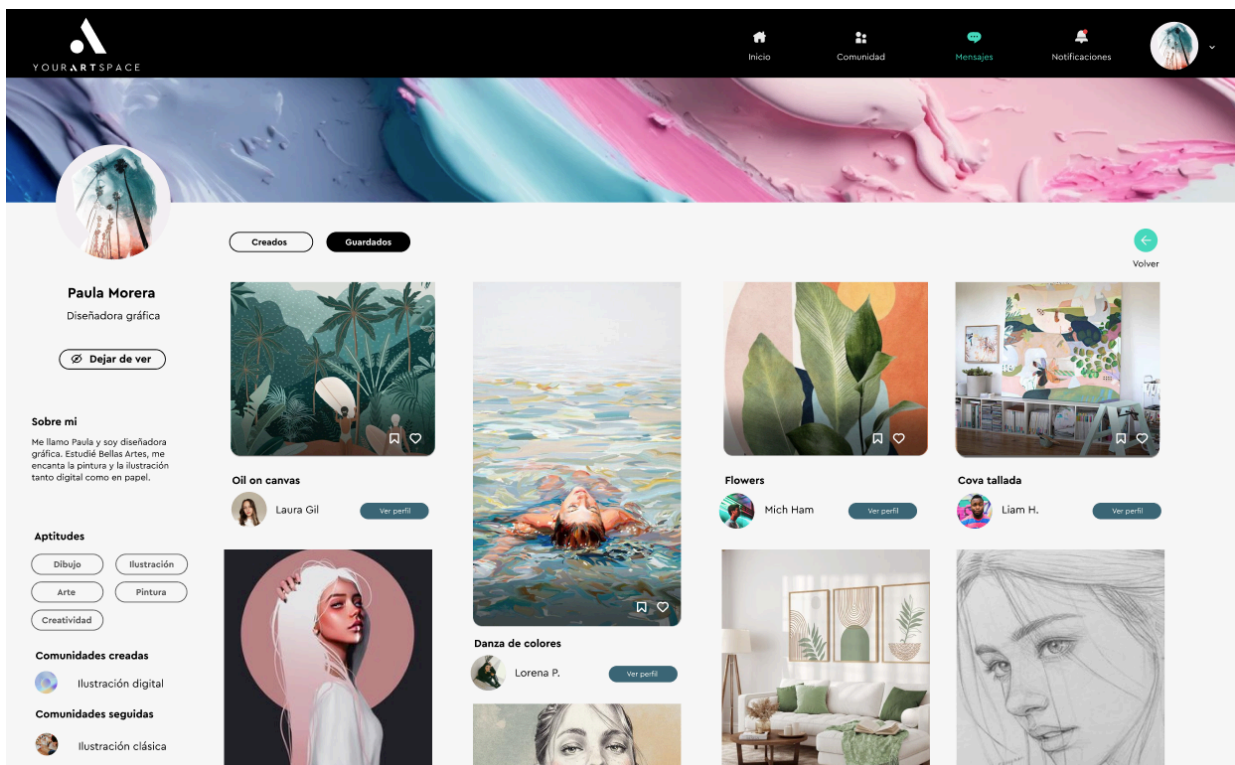
Dentro de la sección de perfil, existe la posibilidad de personalizar la información, agregando habilidades, proyectos, ubicación y un breve resumen. Se presentan varias opciones para visualizar o editar los proyectos que han sido cargados previamente.





6.8. Muro de inspiración

Los usuarios pueden explorar a los artistas o proyectos que siguen, así como su propio tablón de inspiración. En este espacio, se tiene acceso a todas las publicaciones guardadas de artistas que han compartido su contenido. Además, los usuarios cuentan con la posibilidad de visualizar sus perfiles como si fueran otro miembro más de la comunidad.



7. Plan estratégico de comunicación

7.1. Objetivos de comunicación

Objetivos generales:

- Aumentar la visibilidad y conciencia de la plataforma "Your Art Space" en la comunidad artística y creativa.
- Fomentar la participación activa de artistas y usuarios en la plataforma.
- Posicionar la marca como líder en la promoción de la diversidad y colaboración artística.

Objetivos específicos:

- Atraer un número específico de nuevos artistas y usuarios durante el primer año.
- Incrementar la interacción y participación en la sección de comunidad en un 20% en seis meses.
- Lograr la colaboración con al menos cinco artistas influyentes en el primer año.

7.2. Mensajes clave y propuesta de valor

- **Inclusividad:** "Your Art Space es un hogar para todas las formas de expresión artística, sin importar tu nivel de experiencia."
- **Colaboración:** "Conéctate, colaboremos y creemos juntos en un espacio que valora la diversidad creativa."
- **Empoderamiento:** "Tu arte merece ser visto. En Your Art Space, te ofrecemos las herramientas para destacarte y prosperar."

Propuesta de valor: "Your Art Space proporciona un espacio en línea único donde artistas y creativos pueden exhibir su trabajo, conectarse con otros miembros apasionados y encontrar oportunidades para colaborar. Celebra la diversidad y fomenta el crecimiento personal y profesional de nuestros miembros."

7.3. Plataformas y canales de comunicación

Plataformas principales:

- Sitio web: Publicación de contenido, perfiles de artistas, y funciones interactivas.
- Redes sociales: Promoción, participación y anuncios.
- Boletín electrónico: Actualizaciones, destacados y noticias.

Canales específicos:

- Instagram, Twitter, Facebook, LinkedIn.
- Publicidad en línea (Google Ads, redes sociales).
- Colaboraciones con blogs y medios artísticos.
- Participación en eventos y ferias de arte.

7.4. Contenido estratégico y calendario editorial

Contenido:

- Historias de artistas: Perfiles detallados, entrevistas y trabajos destacados.
- Tutoriales y consejos: Contenido educativo para artistas.
- Actualizaciones de la plataforma: Nuevas funciones, mejoras y anuncios.
- Eventos y desafíos: Fomentar la participación y la creatividad.

Calendario editorial:

- Frecuencia de publicación: Regularidad en las actualizaciones para mantener la participación.
- Eventos programados: Publicación anticipada para generar expectación.
- Contenido estacional: Temas relacionados con eventos culturales o celebraciones.

7.5. Adaptabilidad y revisión continuada

- Monitoreo de métricas: Seguimiento de la participación, registros y comentarios.
- Retroalimentación de usuarios: Encuestas y comentarios para ajustar estrategias.
- Evolución de plataformas: Adaptación a cambios en redes sociales y tecnología.
- Revisión periódica: Evaluación trimestral de objetivos y ajustes según resultados.

8. Conclusiones

Este proyecto abarca una propuesta integral para "Your Art Space", una plataforma en línea basada en un proyecto que aborda un problema persistente que ha existido desde que el arte fue reconocido como tal.

Esta plataforma está llevada a cabo mediante un enfoque estratégico y detallado que engloba no solo el diseño de la misma, sino el plan estratégico de comunicación posterior y la investigación previa que permite que este espacio sea el lugar perfecto que los artistas y creativos necesitamos hoy en día.

En lo que respecta a la construcción de la marca, los pilares reposan en una identidad de marca sólida, robusta y distintiva. Desde la elección del nombre "Your Art Space" hasta la creación visual y el tono de comunicación, este trabajo refleja la esencia inclusiva, creativa y colaborativa de este espacio en línea. "Your Art Space" no se limita únicamente a la exhibición de obras artísticas, sino que también impulsa la colaboración, la inspiración y el *networking*.

También se busca abordar y resolver las condiciones económicas generales que pueden influir en la disposición de las personas para adquirir obras de arte. Esto está estrechamente vinculado con la conexión de los artistas con un público objetivo que se alinee con sus propuestas.

Your Art Space también contribuye a la gestión del tiempo, ya que equilibrar la creación artística con las responsabilidades de promoción y gestión puede resultar desafiante. Algunos artistas pueden percibir que dedican demasiado tiempo a tareas administrativas en lugar de concentrarse en su creación. Este espacio optimiza los recursos de cada usuario. Por otra parte, la plataforma contribuye a la aceptación y reconocimiento tanto dentro como fuera de la comunidad artística.

Your Art Space facilita a los artistas la adaptación a las tendencias y preferencias del consumidor, puesto que como ya sabemos, el arte ha experimentado cambios constantes a lo largo del tiempo.

Por último, el plan estratégico de comunicación aborda objetivos claros, mensajes clave, canales de comunicación efectivos y un calendario editorial estructurado. La adaptabilidad y revisión continuada aseguran la vida de la plataforma a lo largo del tiempo.

9. Bibliografia

- Aaker, D. A. (1996). *Building Strong Brands*. Free Press.
- Ries, A., & Ries, L. (2002). *The 22 Immutable Laws of Branding*. HarperBusiness.
- Ries, A., & Trout, J. (2000). *Positioning: The Battle for Your Mind*. McGraw-Hill Education.
- Millman, D. (2011). *Brand Thinking and Other Noble Pursuits*. Allworth Press.
- Wheeler, A. (2017). *Designing Brand Identity: An Essential Guide for the Whole Branding Team*. Wiley.
- Álvarez del Blanco, R. . *Neurobranding: Cómo la neurociencia ayuda a las marcas a conquistar el corazón de los consumidores*.
- Herrero, M., & Soler, R. (Año). *Branding: Construir Marcas Poderosas*.
- DISSENY DE MARCA I IDENTITAT VISUAL DE NINE_ Aplicació mòbil per escurçar distàncies digitals entre expatriats vivint a la Xina i Espanya
- Disseny de marca i identitat visual de Voraviu Studio - Gemma Solà Sotos (2023)
- Zira App - Disseny de marca i identitat visual d'aplicació mòbil per millorar el Guest Journey als hotels Sirle Collection - Sergio Navarro Vidal

10. Webgrafía

Awwwards - Branding: Esta página destaca ejemplos de diseño de marca creativos y vanguardistas.

- <https://www.awwwards.com/>

99designs - Learn: Esta sección incluye recursos educativos sobre diseño y branding, así como artículos sobre tendencias y consejos prácticos. - <https://es.99designs.com/>

Domestika: Plataforma en línea que ofrece cursos creativos en diversas disciplinas, incluyendo diseño, ilustración, fotografía, marketing y branding. - <https://www.domestika.org/>

The Dieline: Una plataforma dedicada al diseño de envases y etiquetas, que a menudo incluye análisis detallados de estrategias de marca. - <https://thedieline.com/>

The Branding Journal: Un recurso que cubre temas actuales en branding, desde estrategias hasta casos de estudio y análisis de tendencias. - <https://www.thebrandingjournal.com/>

Behance: Behance es una plataforma en línea propiedad de Adobe que permite a los creativos exhibir y descubrir trabajos en diversas disciplinas, incluyendo diseño gráfico, ilustración, branding, fotografía y más. - <https://www.behance.net/>

La Marca. Creación, diseño y gestión por Joan Costa - <https://www.reddircom.com/pdfs/Texto%20libro%20La%20Marca.pdf>

eBranding. La creación de marca digital en la era de la conectividad –

<http://hdl.handle.net/10803/4125>

Estrategia para la creación de marca personal: Carlota Sanz (16 Octubre 2018) –

<https://core.ac.uk/display/275641445?source=2>

Creación y construcción de la marca Mireia Bellver - <https://core.ac.uk/reader/132092042>

Los captadores de la atención: creadores de contenido ante las lógicas de las plataformas digitales - <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8472645>