



UNIVERSIDAD  
**COMPLUTENSE**  
MADRID

Proyecto de Innovación

Convocatoria 2020/2021

Proyecto 4

Desarrollo de comunidad virtual y *branding* en el Mapa Interactivo de Orientación Profesional para el Grado en Publicidad y Relaciones Públicas (GoalPro)

Responsable: Luis Mañas Viniegra

Facultad de Ciencias de la Información

Departamento de Ciencias de la Comunicación Aplicada

## 1. Objetivos propuestos en la presentación del proyecto

Este Proyecto Innova-Docencia nº 4 se ha realizado con el objetivo de dotar con una comunidad virtual y una identidad visual corporativa al Mapa Interactivo de Orientación Profesional creado en los anteriores Proyectos Innova-Docencia nº 60 2019/2020 y nº 290 2018/2019, de los que es continuación, para facilitar la orientación profesional y posterior integración laboral de los estudiantes del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas de la Universidad Complutense de Madrid.

En la encuesta previa realizada, ya se puso de manifiesto la urgencia de implantar el Mapa Interactivo de Orientación Profesional propuesto, ya que el 72% de los 406 encuestados, que es muestra representativa de los alumnos del Grado en Publicidad y RR.PP., afirmó no tener claro a qué le gustaría dedicarse al finalizar la carrera.

El análisis de contenido realizado a partir de 1.134 ofertas de empleo publicadas en *domestika.org*, portal especializado en publicidad, comunicación y diseño, sirvió para establecer los perfiles profesionales principales en el anterior Mapa Interactivo de Orientación Profesional, tanto en el ámbito *offline* como *online*.

Por otro lado, la aplicación informática ha permitido a través de un cuestionario la conversión de las habilidades, competencias e intereses individuales de cada estudiante en una salida profesional específica a través de un Mapa Interactivo de Orientación Profesional que adecúe su preferencia vocacional y la integre en su desarrollo personal, educativo, social y laboral. Sin embargo, era necesario en este tercer año del proyecto que la herramienta generada desarrollase tanto el soporte tecnológico para albergar contenidos formativos que se pudiesen cocrear, valorar, comentar y compartir, con una identidad visual corporativa acorde a la marca GoalPro que identifica y diferencia al Mapa Interactivo. La generación de una identidad propia permite integrar en la aplicación programas formativos de la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid, de modo que se potencien las actividades promovidas por la Universidad.

El mapa de orientación profesional es un recurso para el asesoramiento del alumnado en el ámbito profesional, diseñado a la medida del contexto en el que se va a utilizar, el Grado universitario de Publicidad y RR.PP. de la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid. Con esta herramienta, se brinda no sólo un instrumento específico, sino todo un proceso de ayuda especializada a los alumnos y alumnas, con la intención de que adquieran un mayor conocimiento de sus propias capacidades, aptitudes y potencialidades profesionales. El objetivo final es adecuar sus preferencias vocacionales e integrarlas en su desarrollo personal, educativo, social y laboral. De este modo, la aplicación aconseja al alumnado, informando y aportando experiencias de aprendizaje para favorecer la adquisición de conocimientos, actitudes y competencias que toda persona necesita para poder desarrollar con éxito su carrera.

### Objetivos generales del proyecto

- 1) Asesorar y ayudar al alumnado del Grado de Publicidad y Relaciones Públicas a elegir una salida profesional.
- 2) Ofrecer al profesorado herramientas y técnicas para realizar una mejor labor en la orientación profesional.
- 3) Desarrollar nuevos materiales docentes para la orientación vocacional, profesional y laboral.

- 4) Introducir al profesorado de publicidad en el uso de la infografía, la visualización de datos y la gestión de comunidades virtuales.
- 5) Consolidar el trabajo del laboratorio de innovación del Departamento, a través de un trabajo que involucra por igual al profesorado y al alumnado que participa en el proyecto.
- 6) Generar herramientas y recursos que se pueden extender y adaptar a otras disciplinas.

#### Objetivos específicos para este tercer año del Proyecto

- 1) Crear una auténtica comunidad virtual de usuarios desde el eje temático de la orientación profesional para mejorar la empleabilidad.
- 2) Mejorar la experiencia de usuario y la usabilidad de la *webApp*.
- 3) Fomentar la visibilidad de la oferta formativa de la Universidad Complutense de Madrid.
- 4) Registrar y desarrollar la marca GoalPro como impulsora del proyecto.
- 5) Modificar el registro de propiedad intelectual como *software* para adaptarlo a la versión definitiva del proyecto, una vez finalizado.

## 2. Objetivos alcanzados

Se han cumplido todos los objetivos específicos propuestos para el tercer año de este Proyecto Innova Docencia. Sin embargo, los objetivos 1 y 5 solo se han alcanzado parcialmente por problemas sobrevenidos durante un año que ha seguido marcado por las restricciones en las actividades presenciales en grupo.

### Objetivo 1. Crear una auténtica comunidad virtual de usuarios desde el eje temático de la orientación profesional para mejorar la empleabilidad

El objetivo se ha alcanzado. A partir del *software* libre Elgg se ha creado la comunidad virtual, que permite actualmente la cocreación de contenidos por parte de los usuarios y la posibilidad de comentar, valorar y compartir los mismos. El haber partido de una solución de código abierto disponible –ante la limitación de recursos con los que cuenta el proyecto– ha generado problemas de integración con el resto de apartados de la aplicación, por lo que inicialmente se encuentra como un subdominio y se continuará depurando su apariencia y funcionalidades en el siguiente año del proyecto, de modo que pueda evolucionar progresivamente desde una comunidad virtual hacia una red social de orientación profesional. Para el curso 21/22, se ha presentado una ampliación del proyecto que contempla la grabación de entrevistas a profesionales del sector en las que se establezcan recomendaciones sobre los diferentes perfiles profesionales.

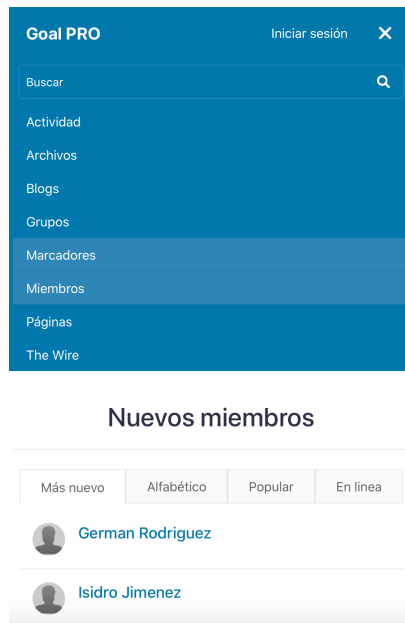


Figura 1. Menú y miembros de la comunidad virtual. Elaboración propia.

## Objetivo 2. Mejorar la experiencia de usuario y la usabilidad de la webApp

El proyecto ha cumplido el objetivo, en tanto que la aplicación permite realizar todo el proceso de orientación profesional de forma totalmente *online* y adaptado a los diferentes dispositivos móviles. Se han reducido las preguntas de algunos bloques para ajustar la visualización con la introducción de la publicidad nativa sobre los programas formativos de la Universidad, se han reformulado algunas preguntas y mejorado la experiencia de usuario de algunos botones, se ha implementado el informe descargable en PDF y su recepción por correo electrónico y se ha actualizado la identidad visual corporativa para ajustarla al perfil de los usuarios. Para el siguiente año del proyecto, se afrontará el reto de mejorar la accesibilidad para públicos vulnerables dentro de las limitaciones presupuestarias con las que se cuenta.

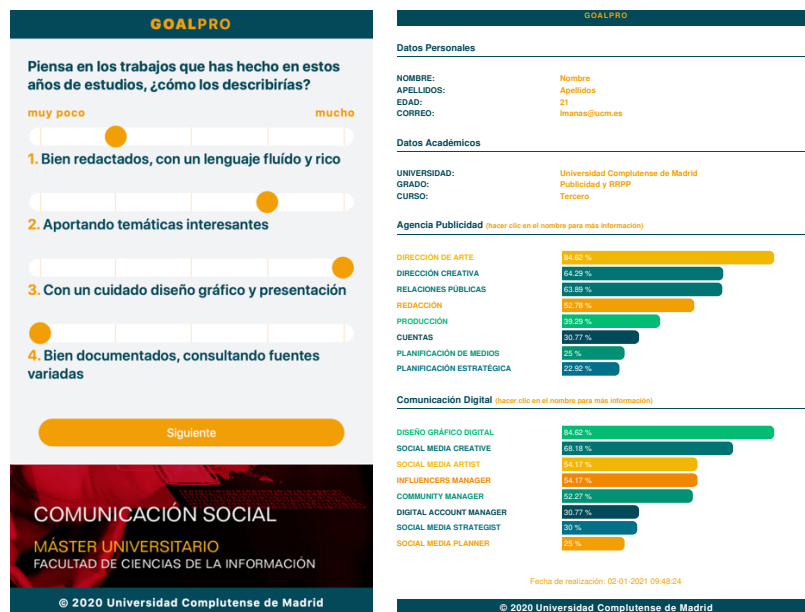


Figura 2. Ejemplos de mejoras implementadas en la WebApp. Elaboración propia.

### Objetivo 3. Fomentar la visibilidad de la oferta formativa de la Universidad Complutense de Madrid

El objetivo se ha cumplido. Como se puede apreciar en la Figura 2, el contenido de la aplicación se ha ajustado para que los usuarios puedan estar informados sobre la oferta formativa que la UCM proporciona en relación con sus intereses y expectativas profesionales, integrando como publicidad nativa un contenido que se ha diseñado para no ser intrusivo ni interferir en la experiencia de usuario.

### Objetivo 4. Registrar y desarrollar la marca GoalPro como impulsora del Proyecto

El objetivo se ha cumplido. Se ha desarrollado la identidad visual corporativa para adaptarla a un ámbito más profesional, dado que el nombre GoalPro y la analogía que se realizó anteriormente con imágenes deportivas confundía a los usuarios sobre la auténtica finalidad de orientación profesional, como se puso de manifiesto en *los focus groups* realizados. Por ello, se sustituyeron las imágenes utilizadas por otras más propias del entorno laboral.

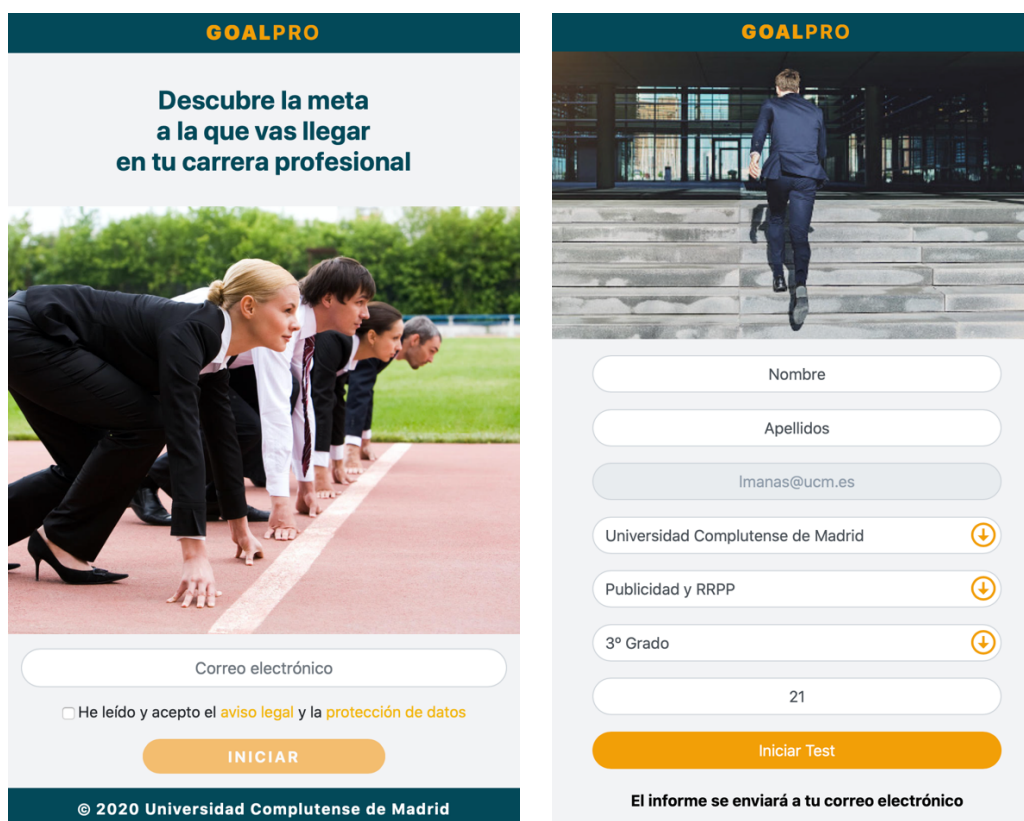


Figura 3. Identidad visual de la interfaz. Elaboración propia.

En último lugar, se ha elaborado una marca gráfica, que será necesario continuar desarrollando, en dos direcciones: como marca (parte izquierda de la figura) y como insignias que los usuarios vayan adquiriendo en su orientación profesional a través de la aplicación creada (parte derecha de la figura).



Figura 4. Marca gráfica de GoalPro. Elaboración propia.

Una vez desarrollada esta identidad visual corporativa, se procedió al registro de la marca GoalPro en la Oficina Española de Patentes y Marcas (OEPM) a través de la OTRI de la Universidad Complutense, habiéndose publicado la concesión de la misma en la Clase de Niza 42 (*software*) en el Boletín Oficial de la Propiedad Industrial con fecha de resolución de 17/12/2020 y número de marca nacional M4068833, perteneciendo la titularidad de la misma a la Universidad Complutense de Madrid.

**Objetivo 5. Modificar el registro de propiedad intelectual como *software* para adaptarlo a la versión definitiva del proyecto, una vez finalizado**

El objetivo se ha cumplido parcialmente. Si bien se ha contado con el apoyo de la OTRI de la Universidad Complutense y toda la documentación para realizar el registro de propiedad intelectual se encuentra preparada, la baja laboral prolongada de uno de los miembros del equipo, cuya firma y documentos son necesarios, no ha permitido que haya podido presentarse a fecha de cierre de esta memoria. No obstante, el trámite se realizará en cuanto las circunstancias lo permitan.

### **3. Metodología empleada en el proyecto**

La metodología del proyecto consta de un plan de trabajo en 5 fases, adaptadas a las condiciones y calendario de la convocatoria: planificación de actividades, definición de los nuevos perfiles profesionales, mejora de la experiencia de usuario y la usabilidad de la *webApp*, creación de la comunidad virtual de usuarios, evaluación y difusión de los resultados y protección de la propiedad intelectual e industrial.

### **4. Recursos humanos**

El equipo de este proyecto Innova Docencia ha estado formado por seis profesores/as y cinco estudiantes, uno del Grado en Publicidad y RRPP y cuatro del programa de Doctorado en Comunicación Audiovisual, Publicidad y RR.PP. de la Universidad Complutense de Madrid:

- Luis Mañas Viniegra (Responsable): Profesor Contratado Doctor interino del Grado en Publicidad y RR.PP. de la Universidad Complutense de Madrid.
- Isidro Jiménez Gómez: Profesor Asociado del Grado en Publicidad y RR.PP. de la Universidad Complutense de Madrid.
- José Juanco Linares: Profesor Asociado del Grado en Publicidad y RR.PP. de la Universidad Complutense de Madrid.
- Luz Martínez Martínez: Profesora Asociada del Grado en Comunicación Audiovisual de la Universidad Complutense de Madrid.
- José P. Olivares Santamarina: Profesor Asociado del Grado en Publicidad y RR.PP. de la Universidad Complutense de Madrid.
- María Isabel Reyes Moreno: Profesora Titular del Grado en Publicidad y RR.PP. de la Universidad Complutense de Madrid.
- Ignacio Colmenero Arenado: Doctorando en el programa de Comunicación Audiovisual, Publicidad y RR.PP. de la Universidad Complutense de Madrid.

- Cecilia Duro Batalla: Estudiante de 4º curso del Grado en Publicidad y RR.PP. de la Universidad Complutense de Madrid.
- Ismael López Cepeda: Doctorando en el programa de Comunicación Audiovisual, Publicidad y RR.PP. de la Universidad Complutense de Madrid.
- Sergio Rodríguez-Malo de la Cruz: Doctorando en el programa de Comunicación Audiovisual, Publicidad y RR.PP. de la Universidad Complutense de Madrid.
- Germán Rodríguez Perujo: Doctorando en el programa de Comunicación Audiovisual, Publicidad y RR.PP. de la Universidad Complutense de Madrid.

Se ha reunido a un equipo de profesores e investigadores con una amplia y variada experiencia en la formación en herramientas complementarias, con experiencia previa en innovación docente, con una excelente valoración en el programa Docentia y con experiencia profesional en el ámbito en el que se iba a orientar profesional y laboralmente. Los profesores miembros del equipo son tanto Titulares como Contratados Doctores y Asociados, han compartido docencia en muchas asignaturas y forman parte de comisiones de coordinación y calidad comunes, lo que aseguraba, a priori, una buena integración y coordinación entre ellos, como así ha sido.

Los estudiantes que participan en el proyecto realizan distintos cursos de Grado y Postgrado en el ámbito de la Publicidad y Relaciones Públicas, colaboran en el laboratorio de innovación del Departamento de Ciencias de la Comunicación Aplicada de la Facultad de Ciencias de la Información y presentan diferentes perfiles vocacionales, lo que ha posibilitado un mejor trabajo para el desarrollo del Mapa Interactivo de Orientación Profesional.

## 5. Desarrollo de actividades

### Actividades de la fase 1. Planificación de actividades

Se estructura a partir de una primera reunión general del equipo de trabajo. El objetivo es iniciar la coordinación de las primeras actividades y organizar el calendario de sesiones de trabajo. Esta fase se llevó a cabo durante el mes de octubre.

### Actividades de la fase 2. Mejora de la experiencia de usuario y la usabilidad de la webApp

Pese a que la evaluación con *neuromarketing* realizada durante el segundo año del proyecto tuvo que ser interrumpida por el Estado de Alarma y no se ha podido realizar en este tercer año por continuar la situación desfavorable, los resultados exploratorios extraídos apuntaron a la necesidad de mejorar la programación de la *webApp* para alcanzar una mejor experiencia de usuario, para lo cual se rediseñaron algunos botones, se reubicaron algunos textos, se unificó la longitud de cada pregunta del cuestionario de autoevaluación, se mejoró el informe final en PDF y se cambiaron las imágenes deportivas utilizadas por otras de carácter profesional, puesto que no se entendía correctamente la analogía de llegar a la meta profesional (de ahí el la marca GoalPro creada). También se mejoró la accesibilidad desde todos los dispositivos móviles y se modificaron los módulos publicitarios en la *webApp* reservados a dar visibilidad a la oferta formativa de la Universidad Complutense de Madrid, puesto que la evaluación realizada durante el segundo año puso de manifiesto su elevado potencial para dar a conocer los programas formativos y su capacidad de atraer la atención de los usuarios, con un perfil afín.

Esta fase se completó durante el mes de noviembre.

### Actividades de la fase 3. Creación de la comunidad virtual de usuarios

Se construyó dentro de la aplicación una comunidad virtual a partir del *software* libre Elgg. Teniendo en cuenta que el usuario medio de la aplicación tiene entre 18 y 28 años, el modelo de comunidad digital se ajusta a los objetivos que se buscan, puesto que es un tipo de comunidad que puede aprovechar los recursos digitales y la formación *online* recomendada por la aplicación. Serán los propios usuarios de la comunidad digital, aquellos jóvenes que utilizan la aplicación, los que decidirán qué tipo de contenidos han sido los más útiles en su crecimiento profesional, valorándolos en la plataforma. En ese sentido, los usuarios de la aplicación realizan una tarea esencial como *content curators* que, unido al análisis de los perfiles profesionales de la comunicación, permite una mejora constante de la efectividad de la aplicación. Durante la siguiente anualidad del proyecto, se crearán contenidos específicos a partir de entrevistas a profesionales del sector.

Esta fase se materializó entre los meses de diciembre y Marzo.

### Actividades de la fase 4. Evaluación y difusión de los resultados

La fase de evaluación prevista durante los meses de abril y mayo se suspendió ante las limitaciones a las reuniones en grupo y la precaución que debe imperar durante la crisis sanitaria en la actividad presencial del laboratorio de *neuromarketing*, posponiéndose para la siguiente anualidad.

A pesar de ello, los resultados derivados del proyecto se han presentado a la comunidad académica y científica, destacando, hasta la fecha de cierre de esta memoria, los siguientes resultados:

- Mañas-Viniegra, L. et al. (2022). Comunidades virtuales de orientación profesional: Desarrollo de la *app* GoalPro en el Grado de Publicidad y Relaciones Públicas. En C. Fernández, & S. Parrat (Eds.), *Investigación en docencia y comunicación. 50 años de la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense* [en edición]. Tirant Lo Blanch. Indexación: SPI General Q1.
- Mañas-Viniegra, L., & Jiménez-Gómez, I. (2020). *Desarrollo del Mapa Interactivo de Orientación Profesional para el Grado en Publicidad y Relaciones Públicas*. Comunicación presentada en VII Congreso Internacional de la AE-IC, Universidad de Valencia.
- Se encuentra también en evaluación en una revista científica indexada el artículo titulado "Orientación profesional interactiva en la Universidad: Implantación de una *App*".

En todas las acciones de difusión, se ha indicado como entidad financiadora el Proyecto de Innovación nº 4 20/21 de Innova-Docencia de la Universidad Complutense de Madrid

### Actividades de la fase 5. Protección de la Propiedad Intelectual e Industrial

Se registrará en la OEPM como marca nacional GoalPro, que identifica a la *webApp* del Mapa Interactivo de Orientación Profesional para el Grado de Publicidad y RR.PP. y se ha desarrollado todo el *branding* e identidad visual corporativa para dar visibilidad a un

proyecto que ya está aportando una mayor satisfacción del alumnado con su titulación y una visibilidad profesional de la oferta formativa de la Universidad Complutense.

El registro iniciado en el Registro de la Propiedad Intelectual de la *webApp* en la modalidad de *software* en colaboración con la OTRI de la Universidad Complutense ha tenido que ser aplazado por las causas descritas anteriormente, si bien quedará totalmente protegido este Proyecto Innova Docencia antes de comenzar su transferencia de conocimiento a la sociedad de un modo masivo. El titular de los derechos de explotación es la Universidad Complutense de Madrid, por lo que ésta podrá elegir en todo momento si desea hacer una transferencia de conocimiento social o bien una transferencia con explotación comercial de la *webApp* a través de la cesión o venta de tales derechos de explotación a un tercero.

Esta fase se está llevando a cabo durante el mes de junio.