

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ

**Dragon Creative Society: Plataforma Innovadora de Portafolios para la
Carrera de Publicidad**

Dragon Creative Society

Juan Francisco Burgos Haro

Publicidad

Trabajo de fin de carrera presentado como requisito
para la obtención del título de
Licenciado en Publicidad

Quito, 17 de diciembre de 2024

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ

Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas

HOJA DE CALIFICACIÓN DE TRABAJO DE FIN DE CARRERA

**Dragon Creative Society: Plataforma Innovadora de Portafolios para
la Carrera de Publicidad**

Juan Francisco Burgos Haro

M.Sc. Juan Pablo Gallegos Campos, Coordinador Carrera de Publicidad USFQ

Quito, 17 de diciembre de 2024

© DERECHOS DE AUTOR

Por medio del presente documento certifico que he leído todas las Políticas y Manuales de la Universidad San Francisco de Quito USFQ, incluyendo la Política de Propiedad Intelectual USFQ, y estoy de acuerdo con su contenido, por lo que los derechos de propiedad intelectual del presente trabajo quedan sujetos a lo dispuesto en esas Políticas.

Asimismo, autorizo a la USFQ para que realice la digitalización y publicación de este trabajo en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en la Ley Orgánica de Educación Superior del Ecuador.

Nombres y apellidos: Juan Francisco Burgos Haro

Código: 00214816

Cédula de identidad: 1719593343

Lugar y fecha: Quito, 17 de diciembre de 2024

ACLARACIÓN PARA PUBLICACIÓN

Nota: El presente trabajo, en su totalidad o cualquiera de sus partes, no debe ser considerado como una publicación, incluso a pesar de estar disponible sin restricciones a través de un repositorio institucional. Esta declaración se alinea con las prácticas y recomendaciones presentadas por el Committee on Publication Ethics COPE descritas por Barbour et al. (2017) Discussion document on best practice for issues around theses publishing, disponible en <http://bit.ly/COPETheses>.

UNPUBLISHED DOCUMENT

Note: The following capstone project is available through Universidad San Francisco de Quito USFQ institutional repository. Nonetheless, this project – in whole or in part – should not be considered a publication. This statement follows the recommendations presented by the Committee on Publication Ethics COPE described by Barbour et al. (2017) Discussion document on best practice for issues around theses publishing available on <http://bit.ly/COPETheses>.

RESUMEN

En un mundo interconectado, la creatividad es una habilidad esencial en el ámbito laboral. A pesar de su creciente demanda, los egresados del Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas (COCOA) de la Universidad San Francisco de Quito (USFQ) enfrentan dificultades para integrarse al mercado laboral debido a la desconexión entre el sector empresarial y las carreras creativas. Este proyecto aborda esta problemática a través del rediseño de la plataforma digital "Dragon Creative Society", que busca aumentar la visibilidad de los estudiantes de Publicidad, facilitando la exhibición de sus portafolios y conectándolos con posibles empleadores mediante una herramienta interactiva y profesional. La investigación, desarrollada bajo enfoques cualitativo y cuantitativo, incluyó entrevistas a profesores y egresados, así como encuestas a estudiantes, destacando la necesidad de optimizar la presentación del talento creativo en un espacio digital accesible y especializado. "Dragon Creative Society" propone una solución que no solo beneficia a los estudiantes al incrementar sus oportunidades laborales, sino también a las empresas al facilitarles el acceso a talento innovador, reforzando así el compromiso de la USFQ con la formación integral y la inserción laboral de sus estudiantes.

Palabras clave: Publicidad, creatividad, empleabilidad, plataformas digitales, portafolios, USFQ, Dragon Creative Society, vinculación laboral.

ABSTRACT

In an interconnected world, creativity is an essential skill in the labor market. Despite its growing demand, graduates of the College of Communication and Contemporary Arts (COCOA) at Universidad San Francisco de Quito (USFQ) face challenges integrating into the job market due to the disconnect between the business sector and creative careers. This project addresses this issue by redesigning the "Dragon Creative Society" digital platform, which aims to enhance the visibility of Advertising students, enabling them to showcase their portfolios and connect with potential employers through an interactive and professional tool. The research followed qualitative and quantitative approaches, including interviews with professors and graduates, as well as surveys among students, highlighting the need for tools that optimize the presentation of creative talent alongside an accessible and specialized digital space. "Dragon Creative Society" offers a solution that benefits students by increasing job opportunities and provides companies with easier access to innovative talent, reinforcing USFQ's commitment to the comprehensive training and employability of its students.

Key words: Advertising, creativity, employability, digital platforms, portfolios, USFQ, Dragon Creative Society, professional linkage.

TABLA DE CONTENIDO

CAPÍTULO 1	12
Introducción	12
Identificación del problema	13
Objetivo general y objetivos específicos	15
Objetivo general	15
Objetivos específicos	15
Preguntas de investigación	16
Justificación	17
Viabilidad del proyecto	18
CAPÍTULO 2	20
Marco teórico	20
Dragon creative society y la carrera de publicidad	20
Contacto empresarial y feria laboral	21
Desconexión entre empresas y carreras creativas	22
Plataformas de portafolios	23
Webflow	23
WordPress	24
Behance	24
Dribbble	24
Adobe Portfolio	25
Benchmarking visibilizar el talento creativo (local/global)	25
Página web de diseño comunicacional de la Universidad San Francisco de Quito	25
The One Club for Creativity: Portfolio Night	26
Miami Ad School Portfolios	27

School of Communication Arts 2.0 Portfolios	29
CAPÍTULO 3	30
Diseño de investigación	30
Resultados cuantitativos	30
Resultados cualitativos	41
Entrevistas profesores	41
Entrevista a Álvaro Villacís (Profesor USFQ)	41
Entrevista a Javier Arano (Profesor USFQ)	42
Entrevista a Gabriela Pérez (Profesora USFQ)	43
Entrevista a Andrés Parra (Profesor USFQ)	44
Entrevistas egresados/estudiantes	45
Entrevista a Xavier Vinueza (Alumni - Redactor Creativo PARADAIS DDB)	45
Entrevista a Ronaldo Córdova (director y Creativo Junior MULLENLOWE DELTA)	46
Entrevista a Josseth Romero (Estudiante USFQ)	48
Conclusiones datos	49
Brief creativo	50
Objetivo.....	50
Target	51
Problema	52
Insight	52
USP	53
Acción	53
CAPÍTULO 4	54
Descripción de la plataforma Dragon Creative Society	54

Inicio	54
Proyectos	55
Perfiles	56
Contacto	58
Justificación visual y estilística	59
Campaña promocional	60
Objetivos a corto y largo plazo	61
Aportes del trabajo	61
Recomendaciones para la universidad	62
Ampliar el alcance de la Dragon Creative Society	62
Fortalecer el vínculo con empleadores	63
Incorporar sesiones de formación para estudiantes	63
Promoción activa de la plataforma en ferias laborales	63
Creación de un programa de seguimiento de egresados	63
CONCLUSIONES	63
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	65
ANEXO A: ENCUESTA	67
ANEXO B: ENTREVISTAS	71
ANEXO C: PIEZAS CREATIVAS	73

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Inicio página web Diseño Comunicacional USFQ	26
Figura 2. Web de los “All Stars” del evento “Portfolio Night”	27
Figura 3. Portafolios de los estudiantes graduados de la Miami Ad School	28
Figura 4. Portafolios de los estudiantes graduados de la School of Communication Arts 2.0	29
Figura 5. Porcentaje de estudiantes con portafolio	31
Figura 6. Frecuencia de uso del portafolio	32
Figura 7. Seguridad de los estudiantes con su portafolio para el mundo laboral	33
Figura 8. Tiempo dedicado a actualizar el portafolio	34
Figura 9. Uso de plataformas digitales como portafolio	34
Figura 10. Porcentaje de uso de las plataformas	35
Figura 11. Importancia de tener un portafolio	35
Figura 12. Factores importantes para exponer un portafolio	36
Figura 13. Asistencia a ferias laborales en la USFQ	37
Figura 14. Facilidad en la obtención de oportunidades laborales para estudiantes creativos	37
Figura 15. Opinión sobre las oportunidades para estudiantes creativos en las ferias laborales	38
Figura 16. Existe poco contacto con empresas para los estudiantes creativos	38
Figura 17. Accesibilidad de una página web como portafolio	39
Figura 18. Características que debe tener una página web portafolio	40

Figura 19. Características que debe tener una página web portafolio	55
Figura 20. Captura de pantalla de la sección Dragon Creative Hall of Fame	56
Figura 21. Captura de pantalla de la sección de filtros con los perfiles	57
Figura 22. Captura de pantalla de un perfil individual y su sección de proyectos destacados	58
Figura 23. Captura de pantalla de la sección de Contacto	59
Figura 24. Ejemplo de diseño de tarjeta promocional con QR	60

CAPÍTULO 1

Introducción

En un mundo cada vez más interconectado, la industria creativa ha ganado un protagonismo indiscutible, justamente como menciona Carlos Campos, estas carreras van en crecimiento por su versatilidad en distintos sectores económicos y por las oportunidades que ofrecen, poniendo a la creatividad como la habilidad que será más demandada por las empresas (Diario Gestión, 2022). Carreras como la publicidad, el diseño gráfico, la animación, y otras disciplinas dentro de las artes creativas no solo son requeridas, sino que también son fundamentales para la evolución de diversos sectores empresariales. La creatividad se ha convertido en un motor clave para la innovación, la competitividad y el crecimiento de las organizaciones. Sin embargo, pese a esta creciente importancia, en muchos contextos las carreras innovadoras aún enfrentan desafíos significativos para lograr una visibilidad adecuada y establecer vínculos sólidos con el mundo empresarial. Como se menciona en un estudio, “La creatividad e innovación no se pueden dejar al margen en las empresas, pues dichos elementos contribuyen al potenciamiento comercial, el crecimiento económico, el empoderamiento de las marcas, los productos, los bienes y servicios de las compañías y la incursión en nuevos mercados” (Zuñiga et al., 2018).

En el ámbito de la Universidad San Francisco de Quito (USFQ), y más específicamente en el Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas (COCOA), estas dificultades son palpables. Aunque el COCOA ha destacado por su enfoque innovador y su compromiso con la formación integral de sus estudiantes, existe una desconexión evidente entre el sector empresarial y las carreras creativas que se ofertan en la universidad. Los egresados de estas carreras a menudo encuentran barreras para acceder a oportunidades laborales que les permitan desplegar su talento y aplicar los conocimientos adquiridos durante su formación académica. Según una investigación realizada por Rivadeneira (2023), se puede estimar que un 75 % de

graduados han recorrido un año desempleados mientras que solo un 25 % van 2 años. La falta de visibilidad de estas carreras en la feria laboral anual organizada por la universidad refleja el problema, que limita tanto a estudiantes como a empresas que buscan perfiles creativos.

Como respuesta a esta problemática, he decidido desarrollar y relanzar desde cero la plataforma Dragon Creative Society, una página web que servirá como un espacio exclusivo para que los estudiantes de Publicidad puedan compartir sus portafolios, acceder a oportunidades laborales, y destacar sus proyectos más reconocidos. Esta iniciativa busca mejorar la conexión entre la comunidad estudiantil y el sector empresarial, asegurando que el talento creativo de la USFQ tenga mayor exposición y participación en el mercado laboral.

La Dragon Creative Society, es una iniciativa de Juan Pablo Gallegos uno de los profesores del COCOA, es una plataforma que recopila y exhibe los trabajos más destacados de los estudiantes de publicidad y otras carreras creativas. Esta página se reconoció por servir de escaparate de los logros estudiantiles, mostrando campañas publicitarias galardonadas con premios prestigiosos como el Cóndor de Oro o el Effie College. A pesar de estos logros, la página tiene un gran potencial de crecimiento y mejora, para convertirse en un espacio con trabajos destacados y facilitar el contacto entre estudiantes y empresas que buscan talento innovador.

Identificación del problema

A pesar del creciente reconocimiento de la importancia de las carreras creativas en el mercado laboral actual, los estudiantes y egresados del Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas (COCO A) de la Universidad San Francisco de Quito (USFQ) continúan enfrentando una desconexión significativa con el sector empresarial. Aunque las empresas en Ecuador y la región buscan cada vez más habilidades creativas, a menudo no tienen un entendimiento claro del valor que estos profesionales pueden aportar. Esta problemática se

agrava por la falta de plataformas eficientes y eventos que resalten el talento creativo que emerge de la USFQ, lo que reduce considerablemente las oportunidades laborales para estudiantes de áreas como publicidad, diseño, artes visuales y animación.

Un reflejo claro de esta desconexión es la baja participación de empresas interesadas en perfiles creativos durante la feria laboral anual de la universidad. A pesar de que este evento atrae a muchas empresas en busca de talento joven, la mayoría de las oportunidades laborales que se presentan están dirigidas a carreras más tradicionales, como ingeniería, administración y ciencias de la salud. En contraste, las disciplinas creativas no tienen una transparencia proporcional a su relevancia, lo que resulta en una escasez de ofertas laborales y programas de pasantías adaptados a las necesidades de estos estudiantes.

Adicionalmente, los egresados de carreras creativas carecen de una plataforma que centralice y facilite la exposición de su trabajo, así como su conexión con posibles empleadores. Aunque existen algunas iniciativas dentro de la universidad, como la página Dragon Creative Society, su alcance y funcionalidad son limitados. Por ello, el proyecto consiste en reconstruir esta plataforma desde cero, enfocándose exclusivamente en los estudiantes de Publicidad para mejorar su apreciabilidad y crear oportunidades concretas de vinculación profesional con el sector empresarial.

No abordar esta problemática tiene serias implicaciones tanto para los estudiantes como para las empresas. Para los egresados, la falta de apreciación adecuada, dificulta su integración al mercado laboral y retrasa su desarrollo profesional, obligando a muchos a aceptar trabajos fuera de su área de formación o a subemplearse. Para las empresas, la desconexión representa una pérdida de acceso a talentos creativos que podrían aportar soluciones innovadoras y valiosas en un entorno empresarial cada vez más competitivo. Este desafío no solo impacta el crecimiento de los profesionales creativos, sino también la capacidad de las empresas para adaptarse y diferenciarse en el mercado actual.

Objetivo general y objetivos específicos

El objetivo principal de esta investigación es desarrollar una estrategia que incremente la transparencia y las oportunidades laborales para los estudiantes de la carrera de Publicidad del Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas (COCOA) de la USFQ, estableciendo un vínculo más efectivo y sostenible con el sector empresarial.

A través de la mejora de plataformas digitales existentes y la implementación de campañas dentro de la universidad, se busca crear un puente que conecte el talento creativo con las empresas que demandan sus habilidades.

Objetivo general.

Establecer mecanismos que aumenten la visibilidad y las oportunidades laborales de los estudiantes y egresados de Publicidad de la USFQ, facilitando su inserción en el mercado laboral mediante el rediseño de la plataforma Dragon Creative Society y el aprovechamiento de la feria laboral de la USFQ en 2024.

Objetivos específicos.

- Desarrollar y optimizar la plataforma digital Dragon Creative Society, de manera que funcione como un escaparate dinámico para los estudiantes de Publicidad, permitiéndoles exhibir sus portafolios y proyectos de forma eficaz ante potenciales empleadores.
- Contactar y atraer a empresas que demanden talento creativo, alentándolas a participar activamente en la feria laboral creativa de la USFQ.
- Evaluar la eficiencia actual de los portafolios de los estudiantes y conocer sus principales barreras, miedos y preocupaciones con respecto a su inserción laboral.
- Evaluar la viabilidad y efectividad de la plataforma y los eventos organizados, midiendo el impacto de estas iniciativas en el aumento de la apreciación y oportunidades laborales para los estudiantes de Publicidad.

Preguntas de investigación

- ¿Qué mecanismos pueden implementarse para aumentar la notoriedad y las oportunidades laborales de los estudiantes y egresados de Publicidad de la USFQ mediante el rediseño de la plataforma Dragon Creative Society y la organización de eventos con empresas?
- ¿Cómo se puede desarrollar y optimizar la plataforma Dragon Creative Society desde cero para que funcione de manera eficaz como un escaparate interactivo de portafolios, facilitando la conexión entre los estudiantes de Publicidad y potenciales empleadores?
- ¿Cómo podemos visibilizar el talento creativo de los alumnos de publicidad?
- ¿Qué elementos clave deben incluirse en una campaña publicitaria interna en la USFQ para motivar a los estudiantes de Publicidad a utilizar la plataforma Dragon Creative Society como una herramienta para fortalecer sus portafolios y mejorar su apreciación profesional?
- ¿Cuáles son las estrategias más efectivas para contactar y atraer a empresas que demanden talento creativo, incentivándolas a participar activamente en los eventos de vinculación laboral y en la plataforma Dragon Creative Society?
- ¿Cuál es el impacto de la implementación de la plataforma Dragon Creative Society y de los eventos organizados en la visibilidad y oportunidades laborales de los estudiantes de Publicidad de la USFQ, y cómo puede medirse su efectividad?

Justificación

El desarrollo de este proyecto es crucial por la falta de plataformas eficientes y eventos para visibilizar el talento creativo en la Universidad San Francisco de Quito (USFQ), en especial en la carrera de Publicidad del Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas (COCOA). A medida que las industrias creativas adquieren mayor relevancia en el mercado laboral global, es esencial que las universidades generen espacios donde sus estudiantes puedan conectarse de manera efectiva con empresas y empleadores. La plataforma Dragon Creative Society, aunque ya existe, tiene el potencial de ser rediseñada para convertirse en una herramienta clave para visibilizar el trabajo de los estudiantes de Publicidad, brindándoles mayores oportunidades profesionales.

Este proyecto se justifica en varios niveles. En primer lugar, beneficiará directamente a los estudiantes de Publicidad, permitiéndoles mostrar sus portafolios y proyectos de manera más estructurada y profesional. Esto no solo incrementará sus oportunidades laborales, sino que también los posicionará de manera más competitiva en el mercado. Al mejorar la apreciación de los trabajos más destacados, la plataforma ayudará a los estudiantes a conseguir empleos, pasantías, trabajos freelance y colaboraciones creativas.

En segundo lugar, las empresas participantes en este espacio se beneficiarán mucho al acceder a un grupo de talentos innovadores capaces de aportar ideas frescas y soluciones creativas. En un entorno donde la diferenciación y la creatividad son esenciales para mantenerse competitivo, contar con profesionales formados en estas disciplinas representa una ventaja significativa para las empresas.

Desde la perspectiva de las Artes Liberales y la USFQ, este proyecto añade valor al fortalecer la conexión entre la academia y la industria. Las Artes Liberales fomentan la integración, el pensamiento crítico y la creatividad, elementos esenciales para el éxito profesional. Este proyecto refleja esos valores al promover una relación más cercana entre los

estudiantes de Publicidad y el mercado laboral, mejorando también la reputación de la universidad como una institución comprometida con la formación de profesionales altamente competitivos en áreas creativas.

Además, la implementación de este proyecto dentro de la USFQ contribuirá a consolidar el perfil renovador de la universidad. Al ofrecer un espacio dedicado exclusivamente a los estudiantes de Publicidad, se abrirá una nueva puerta para que la USFQ se destaque no solo por su calidad académica, sino también por su capacidad para conectar efectivamente a sus estudiantes con el mundo profesional. Dragon Creative Society puede posicionarse como un referente dentro de la universidad y en el país, atrayendo a más estudiantes interesados en carreras creativas y consolidando a la USFQ como un centro de formación y conexión de talento creativo de alta calidad.

Viabilidad del proyecto

Reconozco que, como estudiante, desarrollar una plataforma desde cero puede parecer un reto. Sin embargo, al utilizar herramientas accesibles como Webflow, que permite crear páginas web sin necesidad de grandes inversiones en infraestructura o programación, este proyecto sigue siendo viable con una inversión mínima y una buena organización. Webflow ofrece una solución práctica, ya que permite diseñar y lanzar sitios sin necesidad de contratar desarrolladores web o invertir en software costoso. Aunque tiene algunos costos asociados para mantener la página activa, estos son significativamente menores en comparación con otras plataformas. Además, es posible reducir gastos al comenzar con una versión básica de Webflow e ir mejorando la plataforma a medida que el proyecto crezca. Para cubrir estos costos iniciales, se podría explorar financiamiento interno o apoyo por parte del COCOA y la USFQ.

En cuanto a los recursos humanos, aunque no cuento con un equipo profesional, existe una gran oportunidad de colaboración entre los estudiantes del COCOA. Los estudiantes de publicidad y diseño web pueden aportar en la creación de contenidos y el diseño gráfico para la plataforma. Asimismo, podríamos involucrar a estudiantes de carreras tecnológicas para gestionar las funcionalidades de Webflow, dándoles una valiosa experiencia práctica. Este enfoque colaborativo no solo reduce costos, sino que también refuerza el sentido de comunidad y apoyo mutuo entre los estudiantes.

Desde el punto de vista tecnológico, Webflow es ideal para un proyecto como Dragon Creative Society, ya que permite crear un sitio web atractivo y funcional sin necesidad de conocimientos avanzados de programación. Además, facilita la integración de portafolios y muestras de trabajo de los estudiantes, que es un elemento clave para el propósito de la plataforma. La USFQ también cuenta con recursos tecnológicos que podrían complementar el desarrollo, como acceso a equipos de diseño y soporte técnico.

El apoyo institucional es otro aspecto relevante. Tanto el departamento de PASEM como el departamento de Contacto Empresarial han mostrado interés en el proyecto, lo que representa un respaldo importante para avanzar. Este apoyo facilita el acceso a recursos y abre la posibilidad de futuras colaboraciones con empresas y patrocinadores interesados en conectar con talento creativo. Además, la visión de la USFQ de promover plataformas que visibilicen a sus estudiantes está alineada con este proyecto, lo que lo fortalece aún más.

En cuanto al manejo del tiempo y la organización, aunque las horas disponibles son limitadas, el proyecto se puede desarrollar de forma gradual. Al usar Webflow, puedo construir la plataforma en etapas, comenzando con una versión básica y luego añadiendo funcionalidades según sea necesario. Esto permite equilibrar mis responsabilidades académicas con el desarrollo del proyecto, evitando que me sienta abrumado.

El principal desafío que preveo es el costo de mantener la plataforma. No obstante, estos retos pueden superarse con una buena planificación.

CAPÍTULO 2

Marco teórico

En este capítulo, se explorarán los fundamentos teóricos que sustentan la investigación sobre la visibilidad y la inserción laboral de los estudiantes de Publicidad del Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas (COCOA). Se analizarán diversas plataformas y eventos que facilitan la conexión entre los estudiantes y el sector empresarial, así como la problemática de la desconexión entre las empresas y las carreras creativas. Además, se examinarán las herramientas digitales que permiten a los estudiantes mostrar sus portafolios y proyectos de manera profesional. Este análisis teórico proporcionará un marco comprensivo para entender las dinámicas y desafíos que enfrentan los estudiantes de Publicidad en su transición al mundo laboral.

Dragon creative society y la carrera de publicidad

Según Juan Pablo Gallegos, coordinador de la carrera de Publicidad, la Dragon Creative Society se creó con la intención de ser una plataforma destinada a destacar los trabajos de los estudiantes de Publicidad del Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas (comunicación personal, 2024). Esta herramienta permitió a los estudiantes mostrar sus portafolios y proyectos. En un entorno donde la diferenciación y la creatividad son esenciales para el éxito empresarial, la Dragon Creative Society se posiciona como una herramienta clave para que los estudiantes de Publicidad puedan presentar sus habilidades y proyectos de manera profesional y estructurada, aumentando así sus oportunidades laborales y su percepción en el mercado.

Como lo menciona en este artículo:

El portafolio digital se ha convertido en una herramienta fundamental para profesionales creativos y expertos en diversos campos. No se trata simplemente de una recopilación de trabajos; es una ventana interactiva que expone la esencia misma de la creatividad, las habilidades técnicas y la evolución profesional de una persona. Su importancia no solo se limita a la presentación de logros pasados, sino que también está arraigada en su capacidad para destacar en un mundo cada vez más digitalizado y competitivo (A. Pérez, 2024).

Además, la implementación de plataformas como la Dragon Creative Society no solo a los estudiantes, sino que también aportará valor a las empresas que buscan talento fresco y creativo. Al proporcionar un espacio donde los estudiantes pueden mostrar sus habilidades y proyectos, se facilita la identificación de candidatos con potencial innovador, lo que puede resultar en colaboraciones fructíferas y en el fortalecimiento de la industria creativa en general.

Contacto empresarial y feria laboral

El contacto empresarial y la feria laboral son mecanismos esenciales para la inserción laboral de los estudiantes. En la USFQ, estos eventos han evidenciado una desconexión significativa entre las empresas y las carreras creativas. La feria laboral semestral de la universidad, aunque atrae a muchas empresas en busca de talento joven, no proporciona una apreciación adecuada a las disciplinas creativas. La mayoría de las oportunidades laborales que se presentan están dirigidas a carreras más tradicionales, como ingeniería, administración y ciencias de la salud, dejando a los estudiantes de Publicidad y otras áreas creativas con pocas opciones.

La falta de transparencia y oportunidades limita el potencial de los estudiantes para aplicar sus conocimientos y habilidades en el ámbito profesional, lo que a su vez afecta su

desarrollo y crecimiento profesional. Muchas de estas ferias se manejan con portafolios físicos lo cual puede llevar a un descarte masivo de profesionales al ser un método largo y tedioso, por eso es fundamental lo que se menciona en este texto: “Las ferias de empleo son una herramienta tradicional para fomentar el encuentro entre las empresas y los estudiantes universitarios. Ahora, muchas de estas muestras se realizan a través de internet” (Varea, 2021).

Es necesario que las universidades adapten sus estrategias de inserción laboral para incluir a todas las disciplinas, especialmente aquellas que están emergiendo y evolucionando rápidamente, como las carreras creativas. Al hacerlo, no solo se mejora la empleabilidad de los estudiantes, sino que también se enriquece el mercado laboral con profesionales diversos y altamente capacitados.

Desconexión entre empresas y carreras creativas

La desconexión entre las empresas y las carreras creativas se debe a la falta de comprensión del valor que estos profesionales pueden aportar. Esta problemática se agrava por la falta de plataformas eficientes que resalten el talento creativo emergente de la USFQ. La baja participación de empresas interesadas en perfiles creativos durante la feria laboral anual es un reflejo claro de esta desconexión. Las empresas, a menudo, no tienen un entendimiento claro de cómo las habilidades creativas pueden contribuir a su crecimiento y competitividad. Además, la falta de eventos y plataformas que destaquen el talento creativo reduce considerablemente las oportunidades laborales para los estudiantes de áreas como publicidad, diseño, artes visuales y animación. Esta desconexión no solo impacta negativamente a los estudiantes, sino también a las empresas, que pierden la oportunidad de incorporar talento innovador que podría aportar soluciones frescas y creativas a sus desafíos empresariales. Justamente como señala Ramos “la incerteza de la modernidad demanda

vislumbrar nuevas respuestas, tendencias y oportunidades para mantenerse a la vanguardia. De esta forma, las personas, trabajadores y empresas se encuentran en la desafiante tarea de generar un enfoque creativo que contemple las necesidades, realidades y recursos" (Ramos et al., 2022).

Por lo tanto, es crucial que las empresas reconozcan y valoren las habilidades creativas como un activo estratégico. Implementar plataformas y eventos que promuevan el talento creativo no solo beneficiará a los estudiantes, sino que también permitirá a las empresas acceder a un pool de talento innovador. Este enfoque no solo mejorará la competitividad empresarial, sino que también fomentará un ecosistema más dinámico y colaborativo entre la academia y la industria.

Plataformas de portafolios

Las plataformas de portafolios como lo mencionan Mangui et al. (2022) “son plataformas que los estudiantes deben diseñar para implicarse en su desarrollo personal y profesional, e interactuar activamente con las comunidades de aprendizaje y los diferentes agentes implicados en el proceso de aprendizaje”; igualmente son esenciales para que los estudiantes de carreras creativas muestren su trabajo y se conecten con posibles empleadores. A continuación, se analizan algunas de las plataformas más relevantes:

Webflow.

Webflow “es una herramienta que nos facilita el desarrollo de sitios web de una forma completamente visual, sin necesidad de escribir código.” (J. F. Pérez, 2023). Es ideal para proyectos como Dragon Creative Society debido a su facilidad de uso y capacidad para integrar portafolios de manera atractiva y funcional. Webflow ofrece una solución práctica y accesible para la creación de sitios web profesionales, permitiendo a los estudiantes que no están familiarizados con la programación mostrar sus trabajos de manera efectiva y

profesional. Además, la plataforma permite personalizar el diseño y la estructura del sitio web, lo que facilita la creación de un sitio único y atractivo para los proyectos y portafolios de los estudiantes.

WordPress.

WordPress “es una plataforma de gestión de contenidos” (Coppola, 2023). Permite a los usuarios crear sitios web y blogs, y es una opción viable para la creación de portafolios en línea. WordPress es conocido por su facilidad de uso y su amplia gama de plugins y temas, que permiten a los usuarios personalizar sus sitios web según sus necesidades y preferencias. Para los estudiantes de Publicidad, WordPress ofrece una plataforma accesible y versátil para mostrar sus trabajos y proyectos, facilitando su conexión con posibles empleadores. La capacidad de WordPress para integrar diversas funcionalidades y herramientas hace que sea una opción popular entre los creativos.

Behance.

Behance es una plataforma de Adobe que permite a los creativos mostrar sus trabajos y conectarse con otros profesionales del sector. Es especialmente popular entre diseñadores gráficos, fotógrafos y artistas visuales. Behance ofrece una plataforma visualmente atractiva y fácil de usar, donde los creativos pueden compartir sus proyectos y recibir comentarios de otros profesionales. Para los estudiantes de Publicidad, Behance proporciona una plataforma global para mostrar sus trabajos y conectarse con posibles empleadores y colaboradores. La capacidad de Behance para integrar diversas funcionalidades y herramientas hace que sea una opción ideal.

Dribbble.

Dribbble es una plataforma de redes sociales para creativos que permite a los diseñadores compartir capturas de pantalla de sus trabajos, recibir comentarios y conectarse con otros profesionales. Es una herramienta útil para la visibilidad y el networking en la

industria creativa. Dribbble ofrece una plataforma visualmente atractiva y fácil de usar, donde los creativos pueden compartir sus proyectos y recibir comentarios de otros profesionales. Para los estudiantes de Publicidad, Dribbble proporciona una plataforma global para mostrar sus trabajos y conectarse con posibles empleadores y colaboradores.

Adobe Portfolio.

Adobe Portfolio permite a los usuarios crear sitios web de portafolios personalizados utilizando plantillas de diseño profesional. Es parte del ecosistema de Adobe Creative Cloud, lo que facilita la integración con otras herramientas de Adobe. Adobe Portfolio ofrece una solución práctica y accesible para la creación de sitios web profesionales, permitiendo a los estudiantes de Publicidad mostrar sus trabajos de manera efectiva y profesional. Además, la plataforma permite personalizar el diseño y la estructura del sitio web, lo que facilita la creación de un escaparate único y atractivo para los proyectos y portafolios de los estudiantes.

Benchmarking visibilizar el talento creativo (local/global)

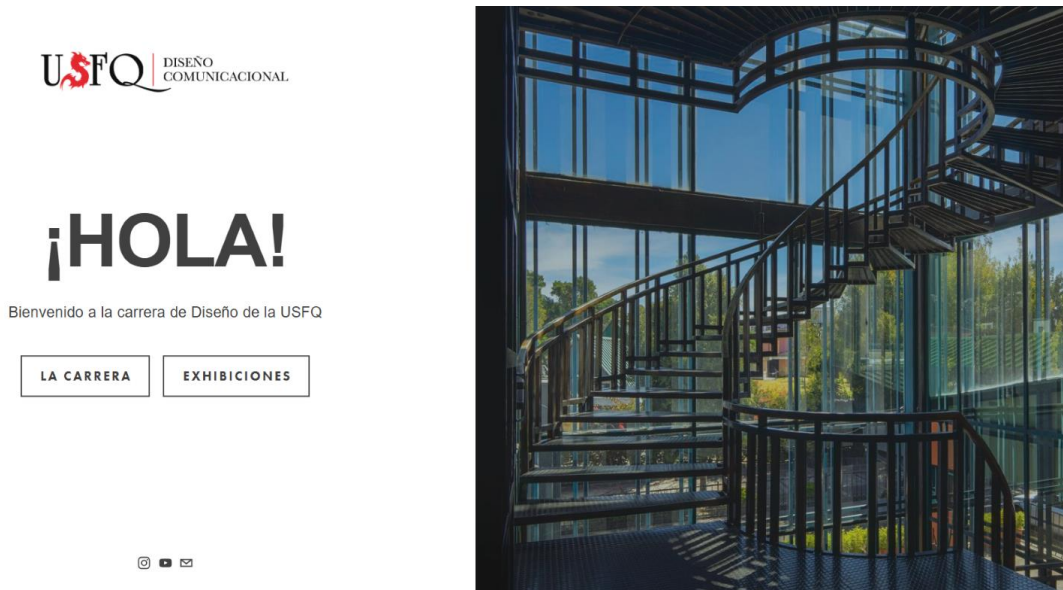
Página web de diseño comunicacional de la Universidad San Francisco de Quito.

Esta plataforma permite a los estudiantes de Diseño Comunicacional mostrar sus portafolios, proyectos y eventos relacionados con la carrera. Es un ejemplo claro de cómo una universidad puede crear un espacio dedicado a la visibilidad del talento creativo de sus estudiantes. La Exhibición de Diseño no solo actúa como un escaparate de los logros estudiantiles, sino que también sirve como un puente entre el talento emergente y las empresas que buscan perfiles innovadores. En un mundo donde la diferenciación y la creatividad son claves para el éxito empresarial, esta plataforma se posiciona como una herramienta fundamental para que los estudiantes de Diseño Comunicacional puedan mostrar

sus habilidades y proyectos de manera profesional y estructurada, aumentando así sus oportunidades laborales y su visibilidad en el mercado.

Figura 1

Inicio página web Diseño Comunicacional USFQ



Nota. En esta figura se muestra como es la portada de la página web de Diseño Comunicacional de la USFQ.

The One Club for Creativity: Portfolio Night.

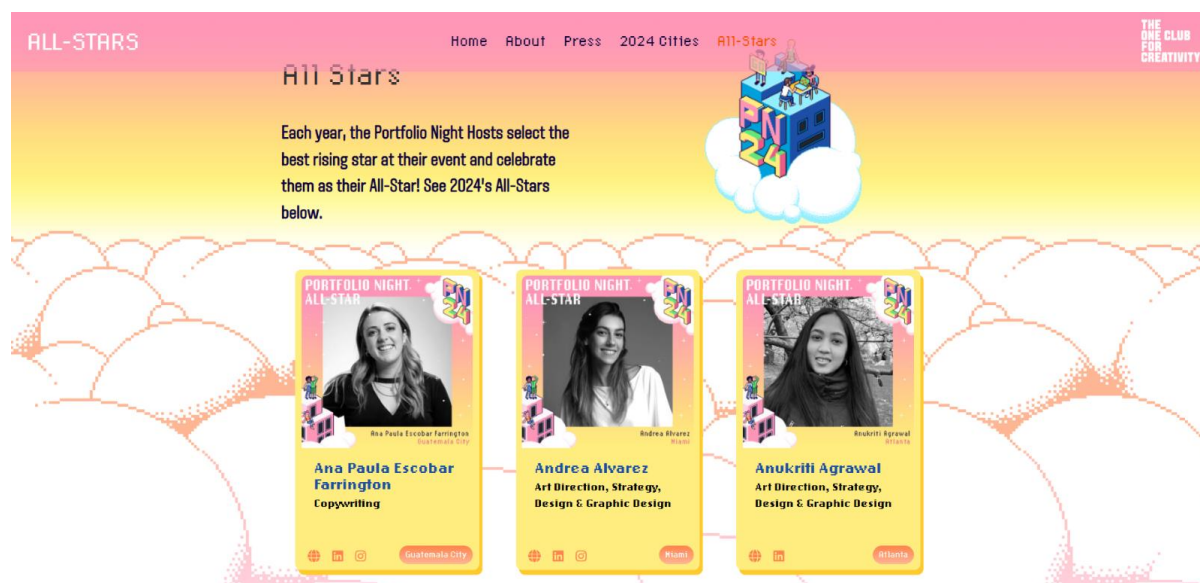
Portfolio Night es un evento global organizado por The One Club for Creativity, que se celebra en más de 70 ciudades alrededor del mundo. Este evento ofrece a los creativos emergentes una oportunidad única para recibir retroalimentación directa de profesionales establecidos en la industria. Además de las revisiones de portafolios, los participantes pueden disfrutar de una noche llena de energía, con revisiones uno a uno y una fiesta de networking al final, lo que facilita la creación de conexiones valiosas en el ámbito creativo.

Durante el evento, los revisores no solo evalúan los portafolios, sino que también seleccionan al “All-Star” de cada ciudad. Estos ganadores tienen la oportunidad de competir en una competencia global virtual, y los campeones son invitados a Nueva York para

participar en la Creative Week. Portfolio Night es una plataforma ideal para obtener nuevas perspectivas, recibir consejos honestos y construir relaciones que pueden ser cruciales para el desarrollo profesional futuro de los creativos.

Figura 2

Web de los “All Stars” del evento “Portfolio Night”



Nota. En esta figura se ve como se presentan los perfiles de los “All Stars” en la página de The One Club for Creativity.

Miami Ad School Portfolios.

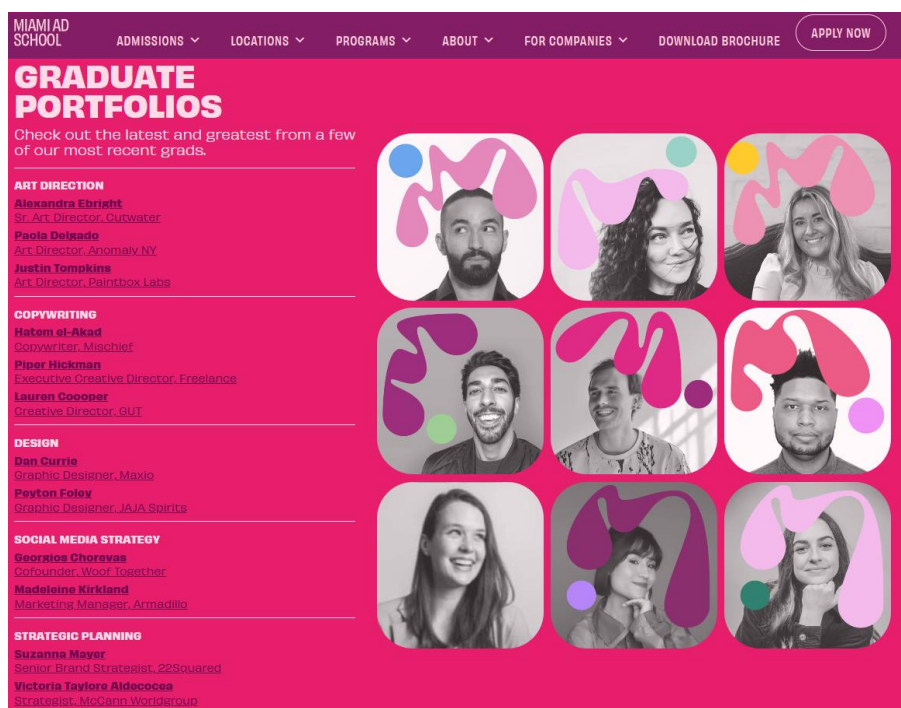
La Miami Ad School es reconocida mundialmente por su enfoque innovador en la educación creativa. Su programa de portafolios está diseñado para ayudar a los estudiantes a desarrollar y mostrar sus habilidades de manera profesional. Los estudiantes tienen la oportunidad de trabajar en proyectos reales, colaborando con clientes externos y creando trabajos que reflejan las demandas de la industria. El programa de portafolios de la Miami Ad School se destaca por su énfasis en la práctica y la experiencia directa. Los estudiantes no

solo aprenden teoría, sino que también aplican sus conocimientos en proyectos prácticos, lo que les permite construir un portafolio robusto y atractivo.

Además, la Miami Ad School también presenta los perfiles de sus graduados y los trabajos de sus alumnos en un apartado de su web. Este apartado permite a los estudiantes mostrar sus mejores proyectos y conectarse con potenciales empleadores. Los portafolios de graduados incluyen trabajos destacados en áreas como dirección de arte, redacción publicitaria, diseño gráfico, estrategia de redes sociales y planeamiento de estrategias.

Figura 3

Portafolios de los estudiantes graduados de la Miami Ad School



Nota. En esta figura se muestra como son los portafolios de la página web de la Miami Ad School.

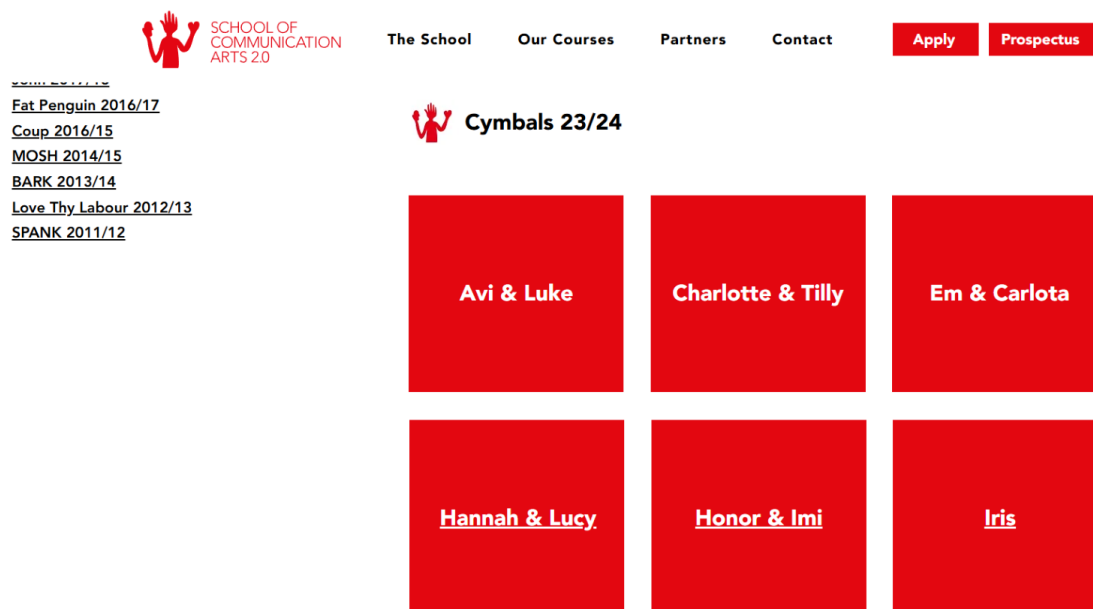
School of Communication Arts 2.0 Portfolios.

La School of Communication Arts 2.0 es una institución educativa que se enfoca en formar a la próxima generación de directores de arte, redactores y tecnólogos creativos, apoyada por más de 100 agencias de publicidad. En su página web, hay un apartado que muestra los portafolios de los egresados, conocidos como alumni.

Cada promoción elige su propio nombre. Por ejemplo, la promoción 2023-2024 se llama Cymbals y la 2022-2023 tiene otro nombre. En cada promoción, se muestran los nombres de las duplas o de una sola persona. Cada nombre te lleva al portafolio de esas personas. Esto se repite con todas las promociones que ha tenido esta escuela, hasta la promoción 2011-2012.

Figura 4

Portafolios de los estudiantes graduados de la School of Communication Arts 2.0



Nota. En esta figura se muestra como los portafolios de la página web de la School of Communication Arts 2.0.

CAPÍTULO 3

Diseño de investigación

La investigación se desarrolló bajo dos enfoques metodológicos: cualitativo y cuantitativo. En el enfoque cualitativo, se llevaron a cabo entrevistas a profundidad con graduados que actualmente trabajan en agencias de publicidad y con profesores especializados en el área. El objetivo de estas entrevistas fue obtener retroalimentación sobre las herramientas y funcionalidades que podrían ser incorporadas en una página web destinada a servir como escaparate para los portafolios de estudiantes y egresados de publicidad.

Por otro lado, el enfoque cuantitativo se centró en la realización de encuestas dirigidas a estudiantes creativos de la USFQ. Estas encuestas tenían como propósito principal identificar las necesidades y perspectivas de los estudiantes en relación con sus perfiles profesionales y su preparación para el mundo laboral. Además, se buscó conocer qué herramientas y funcionalidades consideran esenciales para una página web que albergue sus portafolios. Los datos cuantitativos obtenidos permitieron validar las hipótesis planteadas y proporcionar una visión más amplia y objetiva de las expectativas y requerimientos del público estudiantil.

Resultados cuantitativos

Se realizaron 80 encuestas a diferentes estudiantes de publicidad y carreras afines.

Figura 5*Porcentaje de estudiantes con portafolio*

1. ¿Tienes un portafolio?



De acuerdo con los datos, la mayoría de los encuestados respondió afirmativamente, indicando que poseen un portafolio digital. Este resultado sugiere una tendencia positiva entre los estudiantes de carreras creativas de la USFQ, que han adoptado el uso de portafolios como herramienta clave para la presentación de sus proyectos.

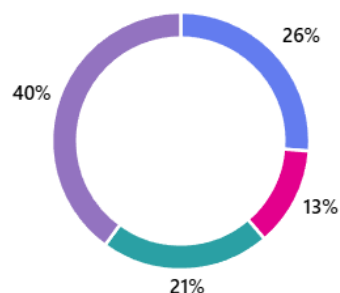
El alto índice de estudiantes que poseen un portafolio digital muestra que existe una conciencia generalizada sobre la importancia de estas herramientas en el ámbito creativo. Sin embargo, este hallazgo también plantea preguntas sobre la efectividad con la que los estudiantes utilizan sus portafolios para conectar con el mercado laboral, aspecto que se analizará en preguntas posteriores.

Figura 6

Frecuencia de uso del portafolio

2. ¿Qué tanto usas tu portafolio para presentar proyectos?

● Lo uso frecuentemente	21
● Lo uso ocasionalmente	10
● Casi no lo uso	17
● No tengo portafolio	32



Las respuestas indican que los estudiantes varían en cuanto al uso de su portafolio, con una distribución entre aquellos que lo utilizan "frecuentemente" y otros que lo usan "ocasionalmente" o "casi nunca". Es notable que, aunque la mayoría posee un portafolio, el uso constante y estratégico de esta herramienta no parece estar tan generalizado.

Los resultados muestran que, aunque muchos estudiantes tienen un portafolio, no todos lo utilizan de forma constante y estratégica. Esto sugiere la necesidad de una plataforma web como una herramienta que no solo aloje portafolios, sino que motive su actualización continua y oriente a los estudiantes en cómo optimizar su presentación profesional para destacarse ante empleadores, facilitando una conexión más eficaz con el mercado laboral.

Figura 7

Seguridad de los estudiantes con su portafolio para el mundo laboral

3. ¿Piensas que tu portafolio está listo para el mundo laboral?



Una mayoría significativa respondió "No", mostrando inseguridad respecto a si sus portafolios cumplen con los estándares esperados por las empresas del sector creativo.

La percepción de que los portafolios no están listos para el mundo laboral resalta una falta de confianza y una brecha entre lo que los estudiantes producen y lo que esperan los empleadores. Esto enfatiza la necesidad de una plataforma web, que ofrecerá un entorno profesional y accesible para mejorar la presentación de los trabajos de los estudiantes, adaptándolos a las expectativas del mercado y brindando un soporte que facilite su transición hacia el empleo.

Figura 8

Tiempo dedicado a actualizar el portafolio

4. ¿Cuánto tiempo dedicas a actualizar tu portafolio con proyectos?



Las respuestas muestran que muchos estudiantes dedican "menos de una hora" o "de una a tres horas" en promedio para actualizar sus portafolios.

El tiempo limitado que dedican los estudiantes a actualizar sus portafolios indica que este proceso no siempre es percibido como una prioridad. Una plataforma web podría fomentar esta práctica, haciendo que la actualización del portafolio sea fácil, motivante y relevante, permitiendo que los estudiantes mantengan una presencia profesional y competitiva que capte el interés de posibles empleadores.

Figura 9

Uso de plataformas digitales como portafolio

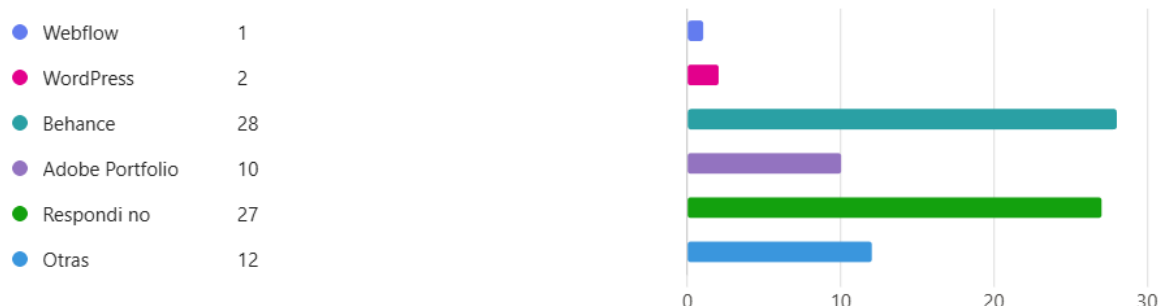
5. ¿Has utilizado o pensado en utilizar plataformas digitales para mostrar tu portafolio con tus trabajos?



Figura 10

Porcentaje de uso de las plataformas

6. Si respondiste que sí, ¿qué plataformas has utilizado?



La mayoría de los estudiantes respondió afirmativamente, mencionando plataformas populares como Behance.

La familiaridad con plataformas como Behance muestra que los estudiantes entienden la importancia de exponer su trabajo en línea, pero depender únicamente de estas plataformas externas limita su capacidad para personalizar y destacar sus perfiles de forma única. Dragon Creative Society responde a esta necesidad al ofrecer una plataforma especializada en los perfiles de estudiantes de Publicidad de la USFQ, garantizando una experiencia adaptada, personalizada y acorde a los estándares laborales del sector.

Figura 11

Importancia de tener un portafolio

7. ¿Cuán importante consideras tener un portafolio en línea para mejorar tus oportunidades laborales?



La mayoría considera que tener un portafolio en línea es "importante" o "muy importante" para mejorar sus perspectivas de empleo.

La percepción de que un portafolio en línea es crucial para mejorar la empleabilidad muestra una conciencia positiva sobre su importancia. Sin embargo, para que esta herramienta se utilice al máximo, es clave que los estudiantes tengan acceso a un recurso como Dragon Creative Society, que facilite una presencia en línea profesional y bien estructurada, maximizando su visibilidad ante empleadores del sector creativo.

Figura 12

Factores importantes para exponer un portafolio

8. ¿Qué factores consideras más importantes a la hora de mostrar un portafolio profesional?



Las respuestas más frecuentes señalan "calidad de contenido" y "diseño visual" como los factores prioritarios.

La preferencia por la calidad del contenido y un diseño visual atractivo subraya la necesidad de que el portafolio sea tanto profesional como memorable. Dragon Creative Society responde directamente a estos requerimientos, ofreciendo a los estudiantes una plataforma en la que puedan exponer sus habilidades y proyectos de una manera más específica y fácil.

Figura 13

Asistencia a ferias laborales en la USFQ

9. ¿Has asistido a alguna feria laboral organizada por la USFQ?



Un porcentaje considerable de estudiantes respondió afirmativamente, aunque una minoría indicó que no ha asistido.

Aunque muchos estudiantes asisten a ferias laborales, sería ideal tener un recurso adicional que esté disponible en todo momento para mostrar sus trabajos. Dragon Creative Society complementa estos eventos, proporcionando una plataforma continua de exposición de perfiles creativos, donde empleadores pueden explorar trabajos y contactar a estudiantes cuando lo necesiten dentro de estas ferias laborales.

Figura 14

Facilidad en la obtención de oportunidades laborales para estudiantes creativos

10. ¿Qué tan fácil consideras que es encontrar oportunidades laborales para estudiantes creativos de la USFQ?



La mayoría consideró que es "difícil" encontrar oportunidades laborales. La percepción de dificultad para encontrar oportunidades laborales resalta la necesidad de apoyo

adicional en la búsqueda de empleo. Con Dragon Creative Society, los estudiantes de Publicidad podrán beneficiarse de una plataforma que amplíe su visibilidad ante el mercado y facilite el contacto con empleadores, contribuyendo a reducir las barreras que actualmente enfrentan en su búsqueda de trabajo.

Figura 15

Opinión sobre las oportunidades para estudiantes creativos en las ferias laborales

11. ¿Crees que las ferias laborales en la USFQ deberían ofrecer más oportunidades para estudiantes de carreras creativa...



Una mayoría significativa estuvo "totalmente de acuerdo" o "de acuerdo" en que las ferias laborales deberían tener más oportunidades para carreras creativas.

El deseo de una mayor representación de carreras creativas en las ferias laborales subraya la necesidad de un enfoque específico en las industrias creativas.

Figura 16

Existe poco contacto con empresas para los estudiantes creativos

12. ¿Crees que la falta de contacto con empresas es un problema para los estudiantes creativos en la USFQ?



La mayoría respondió afirmativamente, indicando que la falta de contacto con empresas es percibida como una barrera importante.

La carencia de conexiones directas con empresas del sector creativo representa una desventaja para los estudiantes en su transición hacia el mercado laboral.

Figura 17

Accesibilidad de una página web como portafolio

13. ¿Qué tan accesible consideras una página web estilo portafolio para mostrar tus proyectos?



La mayoría considera que una página web estilo portafolio es "accesible" o "muy accesible", aunque algunos respondieron que es "poco accesible".

La accesibilidad percibida hacia una plataforma de portafolio es en general positiva, pero algunos estudiantes pueden requerir ayuda técnica. Dragon Creative Society está diseñada pensando en una experiencia accesible y fácil de navegar para todos los estudiantes, brindando una solución que no solo expone sus trabajos, sino que también asegura una estructura amigable y funcional.

Figura 18

Características que debe tener una página web portafolio

14. ¿Qué mejoras o características te gustaría ver en una página web estilo portafolio para aumentar su efectividad como u... [Más detalles](#)



Entre las respuestas, las mejoras más mencionadas fueron un diseño claro y limpio, la facilidad de uso y una mayor capacidad de personalización para que cada estudiante pueda adaptar su portafolio a su estilo y necesidades específicas. Otros aspectos destacados incluyen la opción de organizar el contenido de forma visualmente atractiva, opciones para incluir descripciones de los proyectos, un sistema de filtrado de trabajos por categoría, y herramientas para facilitar la búsqueda de perfiles por parte de empleadores.

Los estudiantes valoran una plataforma que les permita presentar sus habilidades de manera profesional y personalizada, con opciones que mejoren tanto la funcionalidad como la apariencia de su portafolio. Estos resultados sugieren que cualquier página de portafolios que se desarrolle para los estudiantes debería priorizar no solo el diseño atractivo y profesional, sino también una estructura intuitiva y flexible. Además, incluir opciones para personalizar el portafolio podría hacer que los estudiantes se sientan más conectados con su trabajo, reflejando su estilo y especialización personal.

Resultados cualitativos

Se entrevistaron a 3 egresados de publicidad y a 4 profesores especializados en áreas de publicidad y diseño.

Entrevistas profesores.

Entrevista a Álvaro Villacís (Profesor USFQ).

La entrevista con Álvaro Villacís revela la importancia de una plataforma personalizada y actualizada para los portafolios de los estudiantes de publicidad. Villacís sugiere que la página web debe enfocarse en perfiles de recién graduados o alumni de hasta dos años, asegurando que los portafolios presentados sean relevantes y actuales. Además, destaca la necesidad de categorizar los trabajos en áreas específicas como marketing digital, redacción, publicidad impresa y BTL. Esta categorización facilita la búsqueda y navegación para los empleadores y permite a los estudiantes mostrar sus habilidades de manera organizada y profesional. La estructura en formato de grid o mosaico propuesta por Villacís mejora la accesibilidad y la presentación visual de los proyectos, haciendo que la plataforma sea más atractiva y funcional.

La recomendación de utilizar WordPress como base para el desarrollo de la página web es otro punto clave. Villacís argumenta que WordPress ofrece una solución flexible y económica, con una amplia gama de plugins que pueden adaptarse a las necesidades específicas de una plataforma de portafolios. La idea de que la página funcione como una red social, donde los usuarios puedan crear y gestionar sus propios perfiles, es particularmente relevante. Este enfoque facilita la actualización constante de los portafolios y fomenta la interacción y el networking entre estudiantes y empleadores. La elección de WordPress sobre otras plataformas como Wix se basa en consideraciones de costo y funcionalidad, reflejando una estrategia práctica y orientada a resultados.

Villacís subraya la importancia de la sostenibilidad y la escalabilidad de la plataforma. Aunque reconoce que el desarrollo y mantenimiento de la página requerirán un esfuerzo considerable, considera que WordPress es la opción más viable a largo plazo. Este enfoque permite evitar los altos costos asociados con otras plataformas y asegura que la página web pueda crecer y adaptarse a medida que aumente el número de usuarios. La recomendación de utilizar una solución accesible y robusta demuestra una comprensión profunda de las necesidades tanto de los estudiantes como de los empleadores, ofreciendo una hoja de ruta clara para el desarrollo de una plataforma eficaz y sostenible.

Entrevista a Javier Arano (Profesor USFQ).

Javier Arano enfatiza la importancia de identificar y segmentar adecuadamente el público objetivo al organizar una campaña para atraer agencias de publicidad a la nueva plataforma de portafolios. Sugiere que, además de las agencias de publicidad, se debe considerar a las pequeñas y medianas empresas (pymes) que podrían estar interesadas en contratar publicistas de manera freelance o part-time. Arano destaca la necesidad de una comunicación personalizada y directa con los responsables de contratación dentro de las agencias, asegurando que la información sobre la plataforma llegue a las personas adecuadas, como directores creativos o gerentes de recursos humanos. Este enfoque personalizado es crucial para maximizar la efectividad de la campaña y garantizar que los potenciales empleadores conozcan y utilicen la plataforma.

En cuanto a las características que la página web debe tener para ser valiosa para las agencias, Arano subraya la importancia de minimizar los pasos necesarios para realizar búsquedas efectivas. Menciona estudios que demuestran que los usuarios tienden a abandonar procesos largos y complicados, por lo que es fundamental diseñar filtros y mecanismos de búsqueda que sean intuitivos y rápidos. Los filtros deben reflejar las prioridades de los empleadores, como la universidad de procedencia, los años de experiencia y otras cualidades

relevantes. Este enfoque práctico asegura que los empleadores puedan encontrar rápidamente a los candidatos que cumplen con sus requisitos, mejorando la usabilidad y la eficiencia de la plataforma.

Arano aborda la necesidad de que los estudiantes definan claramente su camino profesional antes de subir sus portafolios a la plataforma. Argumenta que los empleadores prefieren candidatos que tengan una idea clara de su rol deseado, ya sea como redactores, directores de arte, planners o en cuentas. Un portafolio bien definido y enfocado facilita el proceso de selección para los empleadores, evitando la confusión y el tiempo perdido en evaluar candidatos que no tienen una dirección clara. Este enfoque no solo beneficia a los empleadores, sino que también ayuda a los estudiantes a posicionarse mejor en el mercado laboral, presentándose como profesionales decididos y preparados.

Entrevista a Gabriela Pérez (Profesora USFQ).

Gabriela destaca la importancia de la navegación y la usabilidad en el diseño de la página web para portafolios de estudiantes de publicidad. Subraya que la plataforma debe ser amigable, fácil de usar y visualmente atractiva para captar la atención de las empresas de publicidad. Gaby sugiere que, en lugar de múltiples secciones, la página debería contar con filtros efectivos que permitan a los empleadores buscar por año de graduación, especialización y otros criterios relevantes. Este enfoque facilita la búsqueda de candidatos adecuados y asegura que los empleadores puedan encontrar rápidamente a los estudiantes que cumplen con sus requisitos específicos.

En cuanto a la estructura de la página, Gaby recomienda que los estudiantes muestren solo sus mejores trabajos y proporcionen enlaces a sus portafolios externos, como sus propias páginas web o perfiles en Behance. Esto evita problemas de almacenamiento y carga en la plataforma principal, manteniéndola ligera y eficiente. Gaby también enfatiza la necesidad de un buscador robusto y fichas de alumnos bien diseñadas que ofrezcan una visión general de

sus habilidades y trabajos. Este enfoque no solo mejora la experiencia del usuario, sino que también facilita la actualización constante de los portafolios por parte de los estudiantes.

Gaby sugiere que plataformas como Webflow o Framer podrían ser más adecuadas que WordPress para este proyecto, debido a su facilidad de uso y menor riesgo de seguridad. Gaby menciona que WordPress requiere un mantenimiento constante y puede ser vulnerable a hackeos, lo que lo hace menos ideal para una plataforma que necesita ser segura y de bajo mantenimiento. Además, Gaby propone que los estudiantes tengan la capacidad de actualizar sus propios portafolios, lo que reduce la carga de trabajo del administrador de la plataforma y asegura que la información esté siempre actualizada. También sugiere la integración con LinkedIn para aprovechar los perfiles profesionales ya existentes, lo que podría aumentar la visibilidad y accesibilidad de los portafolios de los estudiantes.

Entrevista a Andrés Parra (Profesor USFQ).

Andrés Parra subraya la importancia de la simplicidad y la facilidad de navegación en la página web destinada a atraer agencias de publicidad y otros empleadores. Destaca que la plataforma debe permitir un acceso directo y sencillo a la información de los estudiantes, incluyendo datos de contacto completos y accesibles, como un botón de WhatsApp para facilitar la comunicación inmediata. Además, Parra enfatiza la necesidad de que la página sea fácil de actualizar, rápida en su carga y visualmente atractiva, utilizando animaciones y colores llamativos para captar la atención de los usuarios. La elección de un dominio memorable y fácil de recordar también es crucial para asegurar que los empleadores puedan acceder a la plataforma sin dificultad.

En cuanto a la plataforma más adecuada para desarrollar la página web, Parra recomienda Webflow debido a su flexibilidad y capacidad para manejar diseños más avanzados. A diferencia de WordPress y Wix, Webflow permite un mayor control sobre el diseño y la personalización, lo que es ideal para usuarios con conocimientos de diseño.

Además, Webflow ofrece ventajas en términos de hosting y rendimiento, asegurando que la página se cargue rápidamente y sin problemas. Parra también menciona Framer como una opción similar a Webflow, destacando la importancia de elegir una plataforma que se adapte a las necesidades específicas del proyecto y del usuario.

Parra aborda la posibilidad de permitir que los estudiantes actualicen sus propios portafolios en la plataforma. Aunque esto es técnicamente posible en Webflow, Parra advierte que agregar múltiples usuarios puede aumentar los costos y complicar el mantenimiento de la página. Sugiere evaluar cuidadosamente si vale la pena permitir el acceso a los estudiantes o si es más práctico que el administrador maneje las actualizaciones. Además, Parra recomienda realizar pruebas de usuario con mockups de alto nivel en Figma antes de desarrollar la página en Webflow, para identificar y corregir posibles problemas de usabilidad. Este enfoque asegura que la plataforma sea intuitiva y efectiva desde el principio, mejorando la experiencia tanto para los estudiantes como para los empleadores.

Entrevistas egresados/estudiantes.

Entrevista a Xavier Vinueza (Alumni - Redactor Creativo PARADAIS DDB).

Xavier Vinueza destaca la importancia de mantener un contacto constante y cercano con los jóvenes talentos en las universidades. Las iniciativas como las presentaciones de carpetas y los encuentros face-to-face organizados por la Universidad San Francisco son altamente valoradas por las agencias de publicidad, ya que permiten evaluar directamente el potencial y las habilidades de los estudiantes. En el ámbito publicitario, los portafolios tienen un peso mayor que los currículums, reflejando de manera más precisa las capacidades y la creatividad de los candidatos. Esto sugiere que una plataforma como Dragon Creative Society, que permite seguir el progreso de los estudiantes y mostrar sus portafolios, podría ser una herramienta efectiva para atraer a las agencias.

Para organizar una campaña publicitaria externa que motive a las agencias a utilizar la plataforma Dragon Creative Society, Xavier propone involucrar a publicistas profesionales en interacciones directas con los estudiantes, como revisiones de portafolios. Este enfoque no solo aumentaría la visibilidad de la plataforma, sino que también proporcionaría retroalimentación valiosa a los estudiantes, mejorando sus habilidades y aumentando su atractivo para las agencias. Además, presentar la plataforma en ferias laborales y en stands de agencias permitiría a las agencias conocer de primera mano los perfiles y portafolios de los estudiantes, incentivándolas a utilizar la plataforma como una herramienta para la búsqueda de talento creativo.

Xavier valora enormemente la formación en artes liberales que recibió en la Universidad San Francisco. Considera que el aprendizaje en diversas áreas como ecología, sociología y matemáticas es crucial para un publicista, ya que permite analizar y relacionar conceptos de diferentes campos. Además, subraya la importancia de ser multidisciplinario en la publicidad. Tener conocimientos en diseño, fotografía, ilustración y redacción hace que un publicista sea más versátil y valioso. La formación integral y la capacidad de manejar múltiples disciplinas son habilidades esenciales que han sido muy útiles en su carrera profesional, destacando la importancia de una educación amplia y diversa en el campo de la publicidad.

Entrevista a Ronaldo Córdova (director y Creativo Junior MULLENLOWE DELTA).

Ronaldo Córdova enfatiza la importancia de tener un portafolio sólido y genuino para atraer a empresas y agencias de publicidad. Según él, un portafolio debe incluir trabajos de calidad y reflejar la autenticidad del creativo, mostrando también pasatiempos y proyectos personales. Ronaldo sugiere contactar directamente a directores creativos a través de plataformas como LinkedIn, elogiando su trabajo y compartiendo el portafolio. Esta

estrategia de contacto directo ha sido efectiva para él en múltiples ocasiones, permitiéndole establecer conexiones valiosas en la industria. Además, Ronaldo valora los eventos de networking como las Portafolio Nights, donde los creativos pueden interactuar cara a cara con directores creativos, formar conexiones y mostrar su trabajo, lo cual considera crucial para el desarrollo profesional.

En cuanto a la organización de una campaña publicitaria externa para la plataforma Dragon Creative Society, Ronaldo propone publicitarla como un portafolio en línea o un evento face-to-face virtual. Sugiere destacar a creativos que hayan ganado premios o que tengan trabajos destacados, ya que esto atraerá a las agencias que buscan talento con capacidad para generar ideas premiadas. Ronaldo también menciona la importancia de presentar la plataforma directamente a las agencias, mostrando que incluye creativos con un fuerte deseo de pensar creativamente y generar ideas innovadoras. Esta estrategia podría posicionar a Dragon Creative Society como una herramienta valiosa para las agencias en la búsqueda de nuevos talentos.

Ronaldo destaca varias habilidades y conocimientos adquiridos durante su formación en la Miami AD School que han sido valiosos en su carrera. La escuela le enseñó a pensar creativamente y a identificar ideas ganadoras, habilidades que ha desarrollado a través de constantes sesiones de brainstorming y colaboración con directores creativos de todo el mundo. Ronaldo también valora la capacidad de trabajar en equipo y de ser abierto a nuevas ideas, lo cual considera esencial en el proceso creativo. Además, su experiencia le ha enseñado a manejar las tareas diarias y a ver cada brief, por pequeño que sea, como una oportunidad para desarrollar una gran idea. Estas habilidades multidisciplinarias y la capacidad de gestionar el día a día son fundamentales para su éxito en la industria publicitaria.

Entrevista a Josseth Romero (Estudiante USFQ).

Josseth Romero resalta la importancia de revitalizar la página web de la Universidad San Francisco, enfocándose en crear un portafolio más personalizado y atractivo para los estudiantes de publicidad. Josseth menciona que la falta de puntos de contacto entre agencias y estudiantes es un problema significativo, ya que la mayoría de las oportunidades laborales ofrecidas por la universidad están orientadas hacia empresas del lado del cliente, como departamentos de marketing o comunicación interna, en lugar de agencias de publicidad. Para mejorar esta situación, sugiere que la universidad debería crear más puntos de contacto, como ferias laborales y visitas a agencias, que permitan a los estudiantes conocer mejor el campo laboral y establecer conexiones valiosas. Además, Josseth destaca la importancia de programas como el AD Hopping, que facilitan encuentros cara a cara entre estudiantes y profesionales de la industria.

En cuanto a la organización de una campaña publicitaria para la plataforma Dragon Creative Society, Josseth propone que la página web debería permitir a los reclutadores ver el crecimiento de los estudiantes a lo largo del tiempo, mediante bootcamps y contactos directos con profesionales. Esto podría posicionar a los estudiantes como "productos verificados de excelencia", asegurando a las agencias que el trabajo que recibirán será de alta calidad. Además, sugiere que la plataforma debería destacar los mejores trabajos de los estudiantes y organizar competencias creativas para que los perfiles más destacados sean visibles para las agencias. Josseth también menciona la posibilidad de presentar la página web en ferias laborales, aunque señala que estas ferias suelen estar dominadas por empresas del lado del cliente y no tanto por agencias de publicidad.

Finalmente, Josseth valora la formación en artes liberales que recibió en la Universidad San Francisco, destacando que esta educación le ha proporcionado un background cultural amplio y diverso. Considera que las materias de artes liberales, aunque a

veces vistas como "de relleno" en otras carreras, son fundamentales para un publicista, ya que permiten entender y relacionar conceptos de diferentes contextos sociales. Entre las clases que más le han ayudado, menciona principios de publicidad, planificación, narrativas audiovisuales, creatividad y comerciales de TV. Estas materias le han proporcionado las habilidades necesarias para desarrollar campañas publicitarias efectivas y le han permitido tener una visión más completa y enriquecedora del campo de la publicidad.

Conclusiones datos

Según los datos recolectados de las entrevistas, la creación de una plataforma personalizada y actualizada para los portafolios de estudiantes de publicidad es crucial para destacar en un mercado saturado. Enfocarse en perfiles de recién graduados o alumni de hasta dos años asegura la relevancia y actualidad de los portafolios. La categorización de trabajos en áreas específicas facilita la búsqueda y navegación para los empleadores, mejorando la accesibilidad y presentación profesional de las habilidades de los estudiantes. Utilizar WordPress como base para el desarrollo de la página web garantiza flexibilidad y economía, asegurando la sostenibilidad y escalabilidad de la plataforma.

Identificar y segmentar adecuadamente el público objetivo es esencial para atraer agencias de publicidad y pequeñas y medianas empresas interesadas en contratar publicistas freelance o part-time. La comunicación personalizada con los responsables de contratación maximiza la efectividad de la campaña, y diseñar filtros de búsqueda intuitivos asegura que los empleadores encuentren rápidamente a los candidatos adecuados, incrementando el valor de la plataforma.

La navegación y usabilidad de la página web son fundamentales para captar la atención de las empresas de publicidad. La plataforma debe ser amigable, fácil de usar y visualmente atractiva, con filtros efectivos y enlaces a portafolios externos para evitar

problemas de almacenamiento. La integración con LinkedIn puede aumentar la visibilidad y accesibilidad de los portafolios.

La simplicidad y facilidad de navegación son esenciales para atraer a empleadores. La plataforma debe permitir un acceso directo y sencillo a la información de los estudiantes, con datos de contacto completos y accesibles. Un dominio memorable y fácil de recordar es crucial para asegurar el acceso sin dificultad. Realizar pruebas de usuario con mockups de alto nivel en Figma antes de desarrollar la página asegura que la plataforma sea intuitiva y efectiva desde el principio.

Mantener un contacto constante con los jóvenes talentos en las universidades es fundamental para el éxito de la plataforma. Los portafolios reflejan de manera más precisa las capacidades y creatividad de los candidatos que los currículums. Organizar campañas publicitarias externas que involucren a publicistas profesionales en interacciones directas con los estudiantes aumentaría la visibilidad de la plataforma. Permitir que los reclutadores vean el crecimiento de los estudiantes a lo largo del tiempo mediante bootcamps y contactos directos con profesionales posiciona a los estudiantes como "productos verificados de excelencia", asegurando a las agencias que recibirán trabajo de alta calidad.

Brief creativo

Objetivo.

El objetivo de Dragon Creative Society es ofrecer a los estudiantes de Publicidad una plataforma profesional donde puedan exponer sus perfiles y trabajos de una manera accesible, personalizada y atractiva para los empleadores. Con esta web, se busca cerrar la brecha entre los estudiantes y el mercado laboral, aumentando su visibilidad y facilitando su conexión directa con empresas y profesionales del sector creativo. La plataforma está diseñada para

que los estudiantes puedan destacar sus mejores proyectos, sintetizar su perfil profesional y detallar sus áreas de especialización, todo en un formato fácilmente navegable y atractivo.

En última instancia, Dragon Creative Society pretende incrementar la empleabilidad de los estudiantes al brindar a los empleadores una herramienta eficaz para visualizar, filtrar y contactar directamente con los perfiles más alineados a sus necesidades, todo en un entorno donde el talento de los estudiantes se exhibe de manera profesional.

Target.

Dragon Creative Society tiene dos públicos objetivo-principales: los estudiantes de Publicidad de la USFQ y los empleadores del sector creativo.

Estudiantes de Publicidad de la USFQ: Este grupo está compuesto por estudiantes en formación que buscan consolidar su perfil profesional y exhibir su trabajo de una manera que les permita diferenciarse en un mercado laboral altamente competitivo. La mayoría de estos estudiantes son jóvenes con un enfoque en la creatividad, innovación y especialización en áreas como la creación de contenido multimedia, redacción creativa, estrategia publicitaria, y más. Dragon Creative Society se convierte para ellos en una herramienta de autopromoción, una vitrina digital donde no solo pueden exponer sus habilidades y proyectos destacados, sino también construir una identidad profesional sólida y reconocible.

Empleadores del sector creativo: Este grupo incluye empresas, agencias y profesionales del mundo de la publicidad, comunicación, diseño y marketing, que buscan nuevos talentos en la industria. Estos empleadores necesitan una herramienta que les permita identificar y acceder a estudiantes talentosos con facilidad, filtrando perfiles según habilidades específicas, áreas de especialización y calidad de trabajos previos. La plataforma facilita la navegación y personalización de búsquedas, lo cual convierte a Dragon Creative Society en un recurso atractivo y eficiente para los empleadores en busca de talento publicitario fresco y adaptable a las demandas del mercado.

Problema.

El principal obstáculo para los estudiantes de Publicidad es la falta de un espacio adecuado y accesible donde puedan exponer sus habilidades y trabajos de manera memorable ante los empleadores. Actualmente, los estudiantes no cuentan con una plataforma propia de la carrera para presentar su talento, lo que reduce su visibilidad en el sector. Las plataformas genéricas de empleo o redes sociales profesionales no siempre cumplen con los requisitos visuales y de filtrado necesarios para destacar el perfil de un estudiante, y suelen sentir que sus trabajos quedan opacados en estos entornos llenos de una cantidad masiva de perfiles.

Además, existe una percepción entre los estudiantes de que los empleadores del sector creativo pueden desconocer su trabajo o subestimar su preparación, especialmente si no tienen un formato adecuado para presentar su portafolio.

Insight.

El éxito en la empleabilidad de los estudiantes de Publicidad no depende únicamente de sus habilidades, sino de la visibilidad y el impacto con el que esas habilidades son presentadas al mundo laboral.

Al contar con una plataforma especializada como Dragon Creative Society, tanto los estudiantes como los empleadores pueden superar las limitaciones de visibilidad y segmentación que ofrecen otras plataformas. Para los estudiantes, este portal representa una oportunidad para transformar su portafolio en una herramienta que no solo muestre su trabajo, sino que los proyecte como profesionales en su campo de especialización.

Para los empleadores, Dragon Creative Society ofrece una manera más eficiente y personalizada de encontrar talento específico para sus necesidades, permitiéndoles no solo ver el trabajo de los estudiantes, sino también conocer sus áreas de enfoque y habilidades de una manera accesible y directa. Esto transforma la búsqueda de talento en una experiencia más intuitiva y dirigida, maximizando las posibilidades de que los empleadores encuentren

candidatos que no solo se ajusten a sus requerimientos, sino que también aporten frescura e innovación.

USP.

Permite a los estudiantes y graduados exhibir sus proyectos y perfiles profesionales de manera clara y estructurada. Facilita la conexión directa con empleadores del sector creativo, quienes pueden filtrar y encontrar el talento que necesitan. Con una navegación fácil y un sistema de contacto directo, Dragon Creative Society ayuda a los estudiantes a destacarse en el mercado. Además, apoya a los estudiantes en la construcción de una marca personal que resalte sus talentos, proyectos y especializaciones, permitiéndoles sobresalir entre la competencia y proyectarse profesionalmente de manera accesible y atractiva para los empleadores.

Acción.

Para los estudiantes de Publicidad, la meta es que perciban Dragon Creative Society como una herramienta fundamental para construir su identidad profesional y proyectar sus habilidades de una forma estratégica y efectiva. Queremos que comprendan que esta plataforma les permite presentar su mejor trabajo en un entorno que los pone en contacto directo con empleadores específicos del sector, y que vean esta oportunidad como un paso esencial en su transición al mercado laboral. La expectativa es que los estudiantes se sientan motivados a construir y mantener actualizado un perfil completo y atractivo en la plataforma, donde puedan demostrar sus talentos de forma visual y especializada.

Para los empleadores, queremos que Dragon Creative Society se convierta en un recurso confiable y accesible que les permita descubrir y contactar talento emergente con rapidez y precisión. Se espera que los empleadores perciban esta plataforma como una manera de optimizar su proceso de selección de candidatos, considerando que podrán visualizar, filtrar y acceder a perfiles de estudiantes que se ajusten específicamente a sus

necesidades creativas. La acción final deseada es que los empleadores sientan que esta plataforma les ahorra tiempo y les ofrece una visión clara del potencial creativo disponible en la USFQ, alentando así una mayor conexión y contratación de talento de la universidad.

CAPÍTULO 4

Descripción de la plataforma Dragon Creative Society

La plataforma Dragon Creative Society se ha diseñado como una herramienta digital para cerrar la brecha entre los estudiantes de Publicidad de la Universidad San Francisco de Quito (USFQ) y el sector empresarial. Este espacio busca destacar el talento creativo, ofrecer mayor visibilidad a los estudiantes y facilitar la conexión con empleadores. La estructura de la página web se divide en cuatro secciones principales: Inicio, Proyectos, Perfiles y Contacto, cada una diseñada para cumplir un propósito específico y optimizar la experiencia del usuario.

Inicio.

La sección de Inicio actúa como la carta de presentación de la plataforma. En esta, los usuarios pueden encontrar:

- **Logo y presentación general:** Un diseño limpio e impactante que introduce el concepto de Dragon Creative Society y refleja la identidad visual de la USFQ.
- **Perfiles destacados:** Una mini sección donde se muestran tres perfiles de estudiantes seleccionados aleatoriamente. Cada vez que se recarga la página, los perfiles cambian, ofreciendo variedad y dinamismo.
- **Proyectos destacados:** Cuatro proyectos se destacan en esta sección, también con una rotación automática al recargar la página. Esto permite a los visitantes explorar diferentes trabajos creativos en cada visita.

Figura 19

Captura de pantalla de la sección de Inicio, mostrando el logo, los colores y la tipografía



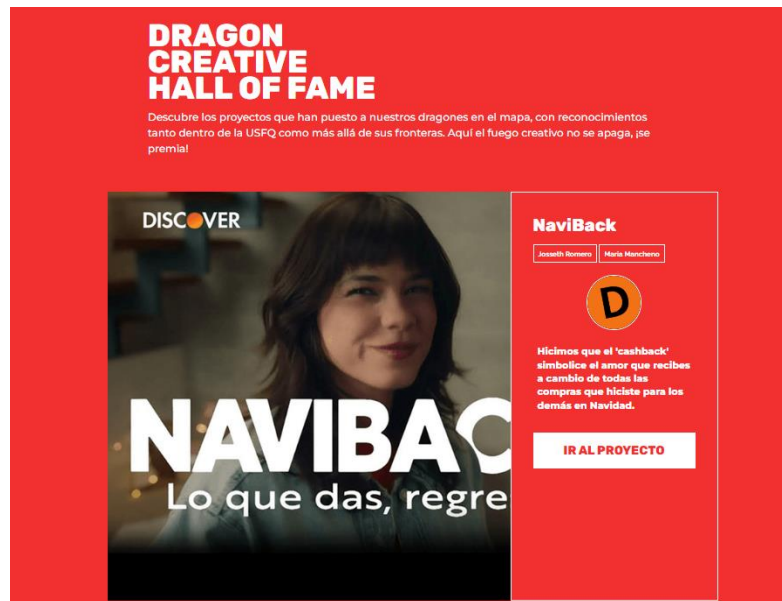
Proyectos.

La sección de Proyectos tiene como objetivo principal visibilizar el trabajo más destacado de los estudiantes:

- **Dragon Creative Hall of Fame:** Este espacio está dedicado a los proyectos que han sido premiados o reconocidos dentro o fuera de la universidad. Cada entrada incluye:
 - Nombres de los integrantes del equipo.
 - Título del proyecto.
 - Premio obtenido.
 - Enlace directo para explorar el proyecto completo.
- **Carrusel automático:** Una galería de proyectos donde los usuarios pueden visualizar rápidamente todas las iniciativas subidas a la plataforma de manera interactiva.

Figura 20

Captura de pantalla de la sección Dragon Creative Hall of Fame



Perfiles.

La sección de Perfiles es una de las más importantes, ya que permite a los empleadores explorar el talento disponible mediante filtros y categorías específicas. Esta sección incluye:

- **Filtros de búsqueda:** Los usuarios pueden filtrar los perfiles por:
 - Especialidad (redacción, diseño, estrategia, etc.).
 - Idioma.
 - Estatus académico (estudiante activo o graduado).
 - Experiencia laboral.
 - Premios obtenidos.
- **Perfiles individuales:** Cada estudiante cuenta con un perfil que incluye:
 - Imagen de perfil y nombre.
 - Categorías o etiquetas seleccionadas por el estudiante.
 - Enlace al perfil completo.

- **Perfil detallado:** Al hacer clic en un perfil, los usuarios acceden a una página específica con:
 - Foto de mayor tamaño y una descripción completa del estudiante.
 - Íconos que enlazan a redes profesionales (Behance, LinkedIn, correo, etc.).
 - Una sección con las cinco preguntas esenciales que un empleador podría hacer en una entrevista laboral.
 - Los tres mejores proyectos del estudiante, con descripciones, autores y enlaces a los trabajos completos.

Figura 21

Captura de pantalla de la sección de filtros con los perfiles

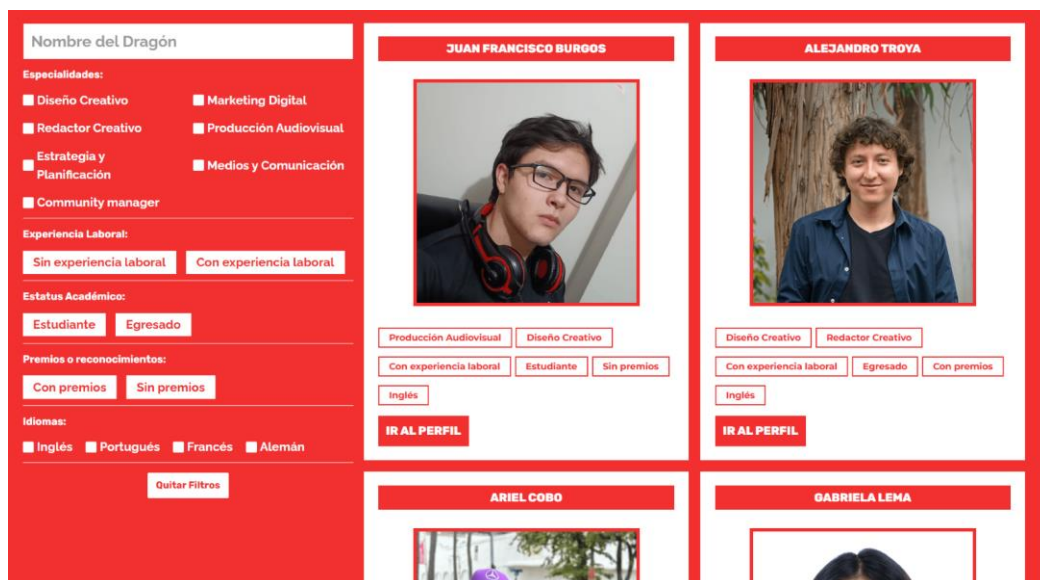
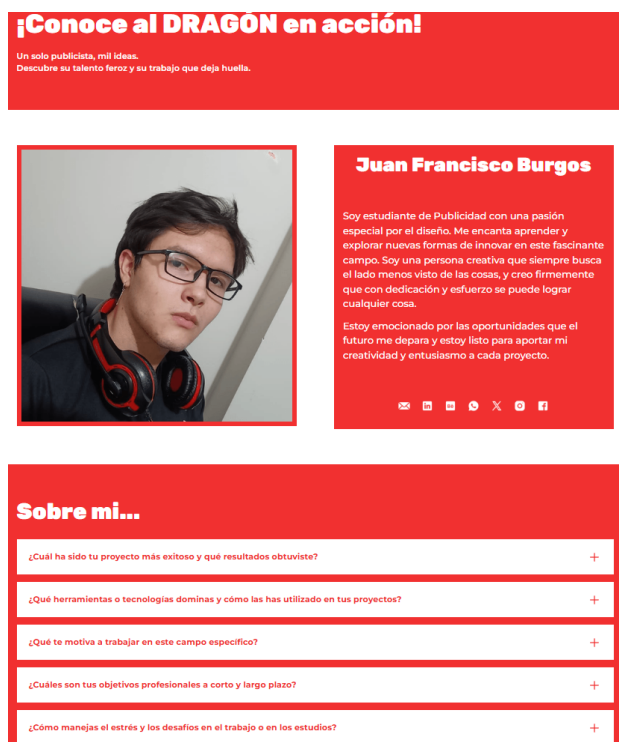


Figura 22

Captura de pantalla de un perfil individual y su sección de proyectos destacados



Contacto.

La sección de Contacto facilita la comunicación entre los usuarios y los administradores de la plataforma:

- **Formulario de contacto:** Un espacio donde los usuarios pueden llenar un formulario para solicitar más información o establecer contacto con la administración de la plataforma.
- **Direcciones de correo:** Se incluye una lista de correos electrónicos de los responsables de la plataforma y de la carrera de Publicidad, como el profesor Juan Pablo Gallegos.
- **Mapa de ubicación:** Un mapa que muestra la localización de la USFQ, facilitando la identificación del campus.

Figura 23

Captura de pantalla de la sección de Contacto

Nombre

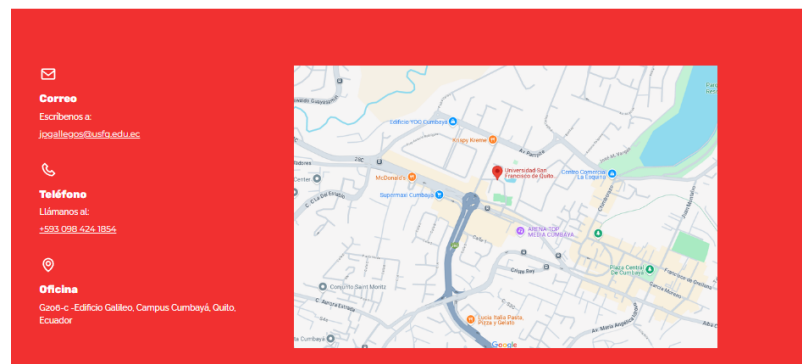
Apellido

Correo

Número de contacto

¿Quién nos contacta?

Mensaje



Justificación visual y estilística.

La plataforma utiliza una tonalidad irreverente, juguetona e informativa, con el objetivo de destacar y atraer tanto a estudiantes como a empleadores. Los colores predominantes son el rojo, asociado a la identidad de la USFQ y a la creatividad, y el blanco, que aporta limpieza y neutralidad al diseño.

En cuanto a la tipografía, se han utilizado tres fuentes principales:

- **Rubik:** Para los títulos, debido a su estilo visible y energético, acorde con el tono irreverente de la plataforma.
- **Raleway:** Para subtítulos y elementos como botones, aportando claridad y estructura.
- **Montserrat:** Para descripciones largas y textos más detallados, gracias a su legibilidad.

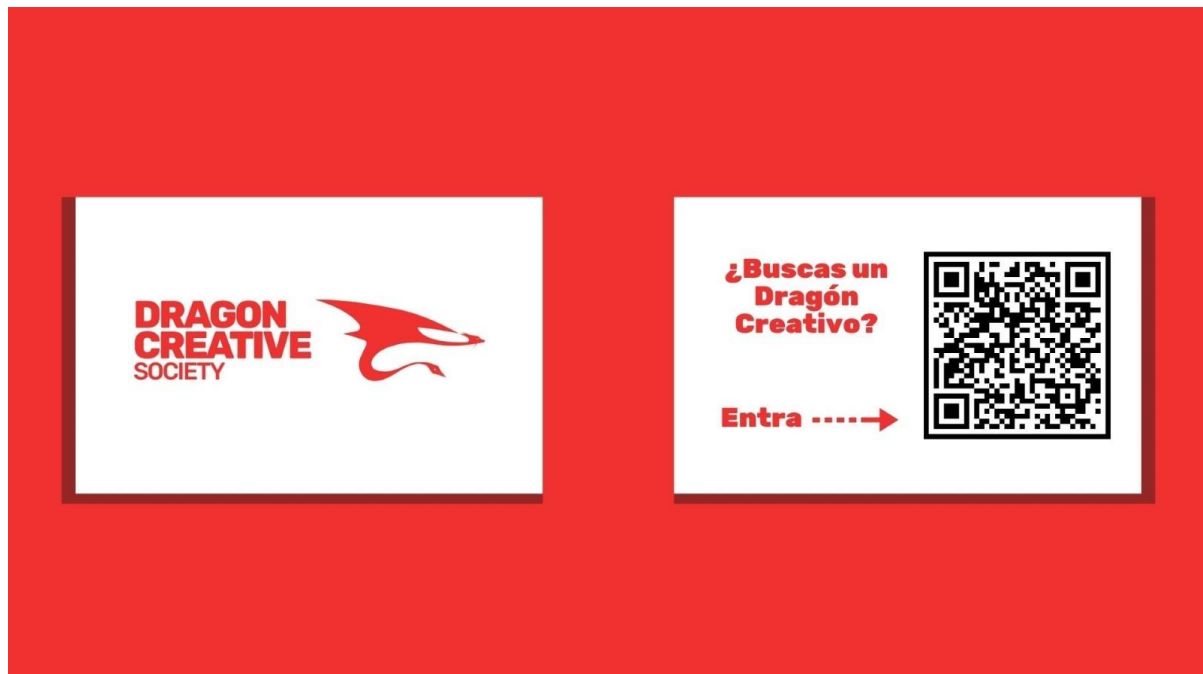
Campaña promocional

Para garantizar la adopción de la plataforma, se desarrollará una campaña promocional dentro de las ferias laborales de la USFQ. Esta incluirá:

- **Backings y roll-ups:** Diseños que destaquen la identidad de Dragon Creative Society.
- **Tarjetas promocionales:** Con un código QR que redirija a la página web, distribuidas entre los asistentes a las ferias laborales.
- **Mailing:** Invitaciones personalizadas para la inauguración de la página, reflejando el estilo visual y tonal de la plataforma.

Figura 24

Ejemplo de diseño de tarjeta promocional con QR



Objetivos a corto y largo plazo

A corto plazo, se espera que la plataforma albergue al menos 50 perfiles de estudiantes para 2025. Se logre un incremento del 30% en el contacto de empleadores hacia estudiantes gracias a la plataforma.

A largo plazo, la visión es expandir Dragon Creative Society para incluir perfiles de todas las carreras dentro del Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas (COCOA), convirtiéndola en una herramienta imprescindible y un referente de la USFQ.

Aportes del trabajo

El proyecto Dragon Creative Society ofrece soluciones clave para la desconexión que existe entre los estudiantes de Publicidad y el sector empresarial dentro de Ecuador. El mercado laboral nacional muestra una carencia significativa de plataformas especializadas en destacar perfiles creativos, lo que limita la visibilidad y las oportunidades para los egresados de carreras artísticas y comunicativas.

La plataforma se posiciona como un puente entre el talento emergente y las empresas locales, promoviendo la interacción directa y facilitando el descubrimiento de perfiles que se ajusten a las demandas del mercado. Esta propuesta no solo beneficia a los estudiantes al aumentar su empleabilidad, sino que también enriquece a las empresas al garantizar el acceso a talento fresco e innovador.

En comparación con iniciativas similares a nivel local, Dragon Creative Society presenta una ventaja competitiva al estar específicamente diseñada para estudiantes de Publicidad de la USFQ. Mientras que otras universidades ecuatorianas promueven ferias laborales o actividades genéricas, esta plataforma destaca por su enfoque digital, personalizado y continuo, lo que le permite sobresalir como una herramienta pionera en el contexto nacional.

A nivel global, existen plataformas destacadas como Behance, Dribbble o el apartado de portafolios de la Miami Ad School, que permiten a creativos exponer sus proyectos y conectarse con empleadores. Sin embargo, en lugar de competir con estas plataformas, Dragon Creative Society busca integrarlas de manera estratégica dentro de su ecosistema.

Cada proyecto subido a Dragon Creative Society incluye una portada con un enlace directo al proyecto completo en plataformas como Behance. Este enfoque asegura que los estudiantes no necesiten duplicar su esfuerzo al subir contenido en diferentes lugares, manteniendo la experiencia centrada en la facilidad y rapidez.

Esta integración también refuerza la funcionalidad de la plataforma al aprovechar las fortalezas de herramientas globales establecidas, permitiendo a los empleadores acceder a proyectos completos con un solo clic. Además, al actuar como un intermediario entre los estudiantes y estas plataformas globales, Dragon Creative Society fomenta un ecosistema en el que la visibilidad local e internacional se complementan mutuamente.

De esta forma, la plataforma no solo amplía las oportunidades de los estudiantes en mercados internacionales, sino que también posiciona a la USFQ como un centro innovador que promueve la colaboración y la conexión con herramientas ya consolidadas en la industria creativa global.

Recomendaciones para la universidad

Ampliar el alcance de la Dragon Creative Society.

Se recomienda que la USFQ no limite la plataforma exclusivamente a estudiantes de Publicidad, sino que en un futuro la expanda para incluir carreras como Diseño Gráfico, Animación Digital y Artes Visuales. Esto aumentará el alcance del talento creativo de la universidad, consolidándola como un referente en la formación de profesionales innovadores.

Fortalecer el vínculo con empleadores.

La universidad debería crear alianzas estratégicas con agencias de publicidad, estudios creativos y empresas tecnológicas. Esto puede incluir acuerdos para que estas organizaciones usen la plataforma como una herramienta de reclutamiento prioritario para sus necesidades de talento creativo.

Incorporar sesiones de formación para estudiantes.

Implementar talleres regulares sobre creación de portafolios digitales, estrategias para destacar en entrevistas laborales y manejo de herramientas como Webflow, Behance y LinkedIn. Esto no solo mejorará la calidad de los portafolios de los estudiantes, sino que también les dará confianza al enfrentar el mercado laboral.

Promoción activa de la plataforma en ferias laborales.

La USFQ debería integrar Dragon Creative Society como una parte esencial de sus ferias laborales, incentivando tanto a los estudiantes como a los empleadores a utilizarla. Además, sería valioso incluir stands dedicados para mostrar cómo funciona la plataforma, motivando a más empresas a participar activamente.

Creación de un programa de seguimiento de egresados.

Establecer un sistema para monitorear el desempeño laboral de los estudiantes que han usado la plataforma. Esto permitirá identificar áreas de mejora y adaptaciones necesarias, además de reforzar el prestigio de la USFQ como institución líder en vinculación laboral para carreras creativas.

CONCLUSIONES

El desarrollo de la plataforma Dragon Creative Society representa un paso significativo en la mejora de la visibilidad y la inserción laboral de los estudiantes de Publicidad de la USFQ. A través de este proyecto, se ha abordado una problemática clave: la

desconexión entre el talento creativo emergente y las necesidades del mercado laboral, ofreciendo una solución práctica, accesible y personalizada.

El trabajo permitió identificar que una herramienta digital bien diseñada no solo visibiliza el talento de los estudiantes, sino que también facilita la interacción con empleadores, cerrando brechas en un contexto donde las carreras creativas todavía luchan por ganar el reconocimiento que merecen. Asimismo, integrar esta plataforma con herramientas globales como Behance y LinkedIn no solo fortalece su funcionalidad, sino que amplía las oportunidades de los estudiantes a nivel internacional.

Este proyecto también resalta el papel de la universidad como promotora del talento creativo. La colaboración entre estudiantes, docentes y empleadores refuerza la idea de que la USFQ no solo forma profesionales, sino que también actúa como un puente hacia el éxito laboral.

Como autor, este trabajo ha sido un ejercicio invaluable para comprender la importancia de combinar creatividad, tecnología y estrategia en la solución de problemas profesionales. Aunque se enfrentaron retos relacionados con el tiempo y recursos, los aprendizajes obtenidos han sido significativos, consolidando mi visión como publicista y gestor de proyectos.

Finalmente, Dragon Creative Society no es solo una plataforma digital, sino un compromiso hacia el futuro del talento creativo en Ecuador. Si la universidad implementa y da continuidad a este proyecto, podrá posicionarse como un referente nacional en la formación y vinculación de profesionales creativos, fortaleciendo su reputación y asegurando el éxito de sus estudiantes en el competitivo mundo laboral.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Coppola, M. (2023, 13 junio). *Qué es WordPress, para qué sirve y cómo utilizarlo*. Blog Hubspot Es. <https://blog.hubspot.es/website/guia-completa-wordpress>
- Gestión, R. (2022, 20 abril). *¿Cuáles son las carreras creativas con mayor demanda por los jóvenes y cuánto es el salario?* Gestión. <https://gestion.pe/economia/management-empleo/cuales-son-las-carreras-creativas-con-mayor-demanda-por-los-jovenes-y-cuanto-es-el-salario-rmmn-noticia/>
- Mangui, S. P. M., Mujica, A. G. G., Freire, E. M. A., Guachi, L. C. Q., Tipantuña, M. R. G., Estrada, C. V. R., & Beltrán, P. S. E. (2022). *Competencias pedagógicas y digitales del docente universitario*. En Instituto de Investigaciones Transdisciplinarias Ecuador - BINARIO eBooks. <https://doi.org/10.56846/bin.ec.wyib1538>
- Pérez, A. (2024, 19 enero). *Portafolio digital: cómo hacerlo y por qué. Contiene ejemplos*. ESDESIGN. <https://www.esdesignbarcelona.com/actualidad/disenografico/portafolio-digital>
- Pérez, J. F. (2023, 28 febrero). *¿Qué es Webflow? Paradigma Digital*. <https://www.paradigmadigital.com/dev/introduccion-a-webflow/#:~:text=Webflow%20es%20una%20herramienta%20que,click%20en%20muy%20pocos%20segundos.>
- Ramos, E. R. A., Luna, E. M. V., Vasquez, F. J. T., & Vera, K. J. R. (2022). *Creatividad en el Desarrollo Empresarial desde un Análisis Teórico*. Comuni Cción Revista de Investigación En Comunicación y Desarrollo, 13(4), 310-322. <https://doi.org/10.33595/2226-1478.13.4.780>
- Rivadeneira, J. (2023). *The Hall of Fame* [Tesis de grado, Universidad San Francisco de Quito]. <http://repositorio.usfq.edu.ec/handle/23000/13743>
- Varea, R., & Varea, R. (2021, 25 octubre). *De la universidad a la empresa: así se facilita a los estudiantes su acceso al empleo*. El País. <https://elpais.com/sociedad/educacion->

online/2021-10-25/de-la-universidad-a-la-empresa-asi-se-facilita-a-los-estudiantes-su-acceso-al-empleo.html

Zuñiga, E. C., Quesada, N. C., & Toro, J. L. C. (2018). *Creatividad e innovación: Motores de desarrollo empresarial*. Lámpsakos, 19, 55-65.

<https://doi.org/10.21501/21454086.2663>

ANEXO A: ENCUESTA

- 1) **¿Tienes un portafolio?**
 - a) Sí
 - b) No
- 2) **¿Qué tanto usas tu portafolio para presentar proyectos?**
 - a) Lo uso frecuentemente
 - b) Lo uso ocasionalmente
 - c) Casi no lo uso
 - d) No tengo portafolio
- 3) **¿Piensas que tu portafolio está listo para el mundo laboral?**
 - a) Sí
 - b) No
 - c) No tengo portafolio
- 4) **¿Cuánto tiempo dedicas a actualizar tu portafolio con proyectos?**
 - a) Menos de 1 hora
 - b) 1-3 horas
 - c) 4-6 horas
 - d) Más de 6 horas
 - e) No tengo portafolio
- 5) **¿Has utilizado o pensado en utilizar plataformas digitales para mostrar tu portafolio con tus trabajos?**
 - a) Sí
 - b) No
- 6) **Si respondiste que sí, ¿qué plataformas has utilizado?**
 - a) Webflow

- b) WordPress
- c) Behance
- d) Adobe Portfolio
- e) Respondí no
- f) Otras

7) **¿Cuán importante consideras tener un portafolio en línea para mejorar tus oportunidades laborales?**

- a) Muy importante
- b) Importante
- c) Poco importante
- d) No es importante

8) **¿Qué factores consideras más importantes a la hora de mostrar un portafolio profesional?**

- a) Diseño Visual
- b) Calidad de contenido
- c) Variedad de proyectos
- d) Facilidad de navegación
- e) Otras

9) **¿Has asistido a alguna feria laboral organizada por la USFQ?**

- a) Sí
- b) No

10) **¿Qué tan fácil consideras que es encontrar oportunidades laborales para estudiantes creativos de la USFQ?**

- a) Muy fácil
- b) Fácil
- c) Difícil

d) Muy difícil

11) ¿Crees que las ferias laborales en la USFQ deberían ofrecer más oportunidades para estudiantes de carreras creativas?

a) Totalmente de acuerdo

b) De acuerdo

c) Neutral

d) En desacuerdo

e) Totalmente en desacuerdo

12) ¿Crees que la falta de contacto con empresas es un problema para los estudiantes creativos en la USFQ?

a) Sí

b) No

c) No lo sé

13) ¿Qué tan accesible consideras una página web estilo portafolio para mostrar tus proyectos?

a) Muy accesible

b) Accesible

c) Poco accesible

d) No accesible

14) ¿Qué mejoras o características te gustaría ver en una página web estilo portafolio para aumentar su efectividad como una herramienta de exposición y empleabilidad para los estudiantes creativos?

Escriba su respuesta

Enlace resultados encuesta:

<https://forms.office.com/Pages/AnalysisPage.aspx?AnalyzerToken=qoIHSAUnpfJiSvP1>

[f8QHv93jUFw9bRzI&id=YpkRn2KMHEOo7-](#)

[fgpC0R_KcRVJvqIIRKoDKw_6W1AW9UMEpQRTBKNzBWUVBDSzFFSkxHN1A3S](#)

[0dWUy4u](#)

ANEXO B: ENTREVISTAS

Preguntas dirigidas a profesores:

1. ¿Qué características debería tener la página web para atraer empleadores o agencias?
2. ¿Qué herramientas deberían incluirse para facilitar la búsqueda y selección de talento?
3. ¿Qué plataforma recomendarías para desarrollar esta página web y por qué?
4. ¿Cómo se podría organizar una campaña para atraer a empresas a utilizar esta plataforma?
5. ¿Qué estrategias sugieres para promocionar la página entre agencias y empresas?
6. ¿Cómo se puede lograr que la navegación sea amigable y eficiente para los usuarios?
7. ¿Qué tipo de perfil o enfoque deberían tener los estudiantes para maximizar el uso de esta plataforma?

Preguntas dirigidas a egresados y estudiantes:

1. ¿Qué estrategias serían efectivas para contactar y atraer a empresas que demanden talento creativo?
2. ¿Cómo podrían destacarse los perfiles de los estudiantes dentro de la plataforma para evitar saturación o anonimato?
3. ¿Qué impacto podrían tener actividades complementarias como bootcamps o competencias creativas?
4. ¿Qué habilidades y conocimientos adquiridos durante su formación consideran más valiosos para el ámbito profesional?
5. ¿Qué opinan sobre eventos como ferias laborales y cómo podrían integrarse a la promoción de la página web?

6. ¿Cómo creen que las agencias percibirían una página web que muestre el progreso y las áreas de especialización de los estudiantes?

ANEXO C: PIEZAS CREATIVAS

Enlace página web: <https://franciscos-cool-site-c2482c.webflow.io/>

Imágenes página web:



Conoce a nuestros **DRAGONES**, sus portafolios, y todo lo que los hace únicos.



Alejandro Troya

Diseñador gráfico enfocado en branding y contenidos, combinando estética, funcionalidad e innovación emocional.

Diseño Creativo

Redactor Creativo



Roberto Guillén

Apasionado por el arte y diseño, creando proyectos impactantes que fusionan creatividad y autenticidad.

Diseño Creativo

Estrategia y Planificación



Josseth Romero

Apasionada por la comunicación, con ideas frescas para crear campañas impactantes y colaborar efectivamente.

Redactor Creativo

Estrategia y Planificación

Galería de proyectos

Descubre los proyectos de nuestros **DRAGONES**.



DRAGON CREATIVE HALL OF FAME

Descubre los proyectos que han puesto a nuestros dragones en el mapa, con reconocimientos tanto dentro de la USFQ como más allá de sus fronteras. Aquí el fuego creativo no se apaga, ¡se premia!



NaviBack

Josseth Romero

María Mancheno



Hicimos que el 'cashback' simbolice el amor que recibes a cambio de todas las

Maaas Proyectos...



Así suena mi país



Audible



SyGlide



Dirección:

Campus Cumbayá, Diego de Robles s/n, Quito 170901

Contacto:

+593 098 424 1854

jpgallegos@usfq.edu.ec



Inicio

Proyectos

Perfiles

Contacto

© 2024 USFQ. Todos los derechos reservados.

Nombre del Dragón

Especialidades:

- ☐ Diseño Creativo
 ☐ Marketing Digital
 ☐ Redactor Creativo
 ☐ Producción Audiovisual
 ☐ Estrategia y Planificación
 ☐ Medios y Comunicación
 ☐ Community manager

Experiencia Laboral:

Sin experiencia laboral

Con experiencia laboral

Estatus Académico:

Estudiante

Egresado

Premios o reconocimientos:

Con premios

Sin premios

JUAN FRANCISCO BURGOS



Producción Audiovisual

Diseño Creativo

Con experiencia laboral

Estudiante

Sin premios

Inglés

ALEJANDRO TROYA



Diseño Creativo

Redactor Creativo

Con experiencia laboral

Egresado

Con premios

Inglés

Contáctanos

Estamos aquí para ayudarte. Si tienes preguntas o necesitas más información, no dudes en ponerte en contacto con nosotros.

Nombre

Apellido

Correo

Número de contacto

¿Quién nos contacta?

Mensaje



Correo

Escribenos a:

jpaallegos@usfq.edu.ec



Teléfono

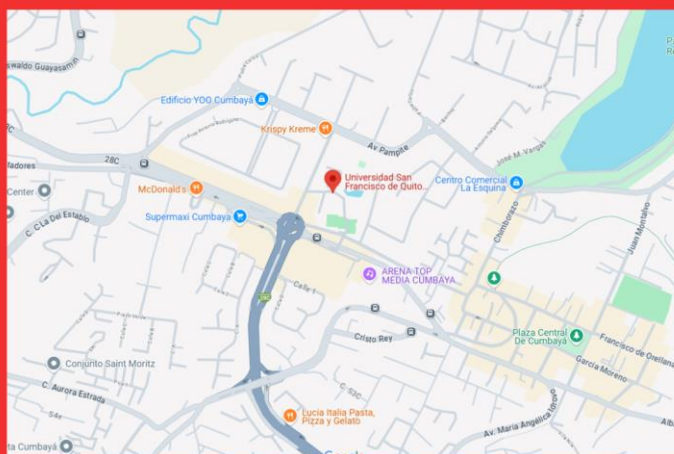
Llámanos al:

+593 098 424 1854



Oficina

Gzo6-c -Edificio Galileo, Campus Cumbayá, Quito, Ecuador



Piezas feria laboral:





Mailing:

¡Hola, (Nombre)!

¿Estás listo para una dosis de
creatividad y talento fresco? 🧠⚡

Te invito a la inauguración de nuestra
página web, donde podrás conocer los
perfiles de los estudiantes de
publicidad de la **USFQ** de una manera
que jamás habías experimentado.

[IR A LA PÁGINA](#)

¡No te lo pierdas! Sumérgete en un
mundo de creatividad y talento.



**Se enviará un Mail a cada
agencia, marca o empresa
que se inscribió en el día
de la Feria Laboral.**