

Transición al mercado de trabajo: “ugr Orienta”

Pedro Enrique Barrilao González¹, Elena Villar Rubio² y María Roldán Álvarez³

Departamento de Economía Aplicada. Universidad de Granada. E-mails: 1pedroe@ugr.es, 2elvillar@ugr.es, 3mrol@correo.ugr.es.

Resumen: El alumno universitario, a lo largo de su trayectoria académica, no siempre adquiere todas las competencias necesarias para enfrentarse al mercado laboral. Su indecisión respecto a la primera toma de contacto con este entorno, junto a su desconocimiento y distanciamiento hacia el mundo empresarial, se ponen de manifiesto en la comprensión de conceptos vinculados con la economía y la empresa, situación que genera desmotivación y, en ocasiones, malos resultados académicos. Con la intención de mitigar, en la medida de lo posible, esta problemática, se ha puesto en marcha el proyecto de innovación docente “ugr Orienta”, cuyo objetivo reside en establecer un lugar de encuentro donde los alumnos universitarios de diferentes titulaciones puedan encontrar tanto el asesoramiento como la orientación profesional necesaria para la toma de decisiones en su inminente inserción laboral.

Palabras clave: innovación docente, competencias, mercado laboral, sistema empresarial, orientación profesional.

Title: Transition to a professional market: “ugr Orienta”.

Abstract: The university student, throughout his academic career, does not always acquires all necessary baggage to face professional market. His indecision about the first approach with this world, and his ignorance about the business world, is evident in the understanding of economy and business concepts. This situation creates demotivation and even poor academic performance. In order to soothe this problem “ugr Orienta” has been launched. “ugr Orienta” is a teaching innovation project whose goal is to establish a meeting place where college students can find the counseling and vocational guidance necessary for decision-making in their impending employment.

Keywords: teaching innovation, scope, professional market, enterprise system, vocational guidance.

1. Introducción

El sistema educativo universitario actual presenta una estructura y dinámica de trabajo en la que existe una nula o escasa percepción del mundo exterior (Zubieta y Jiménez, 2003). Es por ello por lo que, en titulaciones cuya esfera profesional real es eminentemente práctica, se hace necesaria una cooperación directa entre estudiantes, profesores y profesionales que diseñen una red de interconexión (Villar y Barrilao, 2012).

El establecimiento de esta red permite dotar a los estudiantes de un conocimiento más cercano de la realidad de las situaciones y ambientes ante los que han de enfrentarse en su devenir profesional, ya que en términos de docencia, investigación y prestación de servicios a la comunidad, la organización, la estructura y el funcionamiento interno de la Universidad son aspectos

complejos, poco conocidos e incluso desvirtuados, que a menudo provocan planteamientos alejados de la realidad (Fernández *et al.*, 2007).

De esta manera, la transición al mercado de trabajo de los alumnos universitarios se debe ir produciendo de manera paulatina a lo largo de su trayectoria académica y no únicamente una vez que han finalizado los estudios universitarios, adquiriendo así competencias que, en muchas ocasiones, les ayudan a enfrentarse, ya no solo al mercado laboral, sino también a las asignaturas aún pendientes de su titulación, afrontando con mayor seguridad las diferentes pruebas que deben superar, y con una visión clara de la aplicación real de cada materia tratada.

2. Breve repaso de la literatura

En la literatura existen autores que trabajan en esta misma línea de investigación, destacando entre otros el trabajo de Berné *et al.* (2011), basado en la Metodología de la Triangulación en la Docencia, al proponer una cooperación desde tres vertientes: alumno, empresa y docente, lo cual permite un acercamiento del alumno al entorno empresarial próximo a su futura área de trabajo. Paralelamente, aunque extrapolado a la Universidad Americana, Varela (1999) presenta la vinculación existente entre Universidad y empresa, y, de forma complementaria, Soto *et al.* (2007) proponen una definición alternativa conocida como "relación trilateral o triple hélice", en la que incluyen como actuación relevante el papel que lleva a cabo el Estado en el vínculo Universidad-Empresa.

Con carácter general, el alumno desarrolla su carrera universitaria en un entorno eminentemente académico y teórico, lo que provoca que finalice sus estudios universitarios sin un conocimiento previo del funcionamiento del mercado laboral al que ha de enfrentarse (Villar *et al.*, 2013). Este desconocimiento y distanciamiento hacia el mundo empresarial es uno de los aspectos que se pone de manifiesto en la dificultad de la comprensión de los conceptos vinculados con la economía y la empresa, situación que genera en los alumnos universitarios ligados a estas áreas, desmotivación y falta de interés, lo cual lleva asociado, en muchos casos, un reflejo de la percepción de los alumnos sobre la utilidad o finalidad de determinadas materias, dificultando por tanto su superación.

3. ugr Orienta: motivación y equipo

A través de un estudio realizado durante el curso académico 2012/2013 por parte de varios profesores de este Proyecto de Innovación Docente (en adelante PID), se puso de manifiesto ese distanciamiento hacia el mercado de trabajo señalado anteriormente. Para conocer sus opiniones se realizó una encuesta sobre un total de 266 alumnos de los Grados en Economía y Administración y Dirección de Empresas de la Universidad de Granada que se encontraban próximos a la finalización de sus estudios, con el objetivo de conocer los aspectos más relevantes vinculados a la elección de su titulación, la evaluación de la oferta formativa recibida, sus expectativas laborales futuras, así como aquellos temas, sectores, áreas o mercados que más les interesasen con la finalidad de poder orientarlos y acercarlos a ellos. En cuanto a los resultados de dicho estudio, cuya publicación definitiva se realizará a mediados de 2015, destaca la opinión del alumnado sobre la valoración de la oferta educativa, ya

que casi el 60% de estos alumnos consideraba dicha oferta educativa inadecuada, puesto que este porcentaje consideraba que la formación teórica era la oportuna, pero solo un 5,5% consideró adecuada la enseñanza práctica recibida. En definitiva, el 75% de los encuestados opinó que su preparación para la inserción laboral era totalmente inadecuada.

Por tanto, el Proyecto de Innovación Docente “*ugr Orienta*” surge con la intención de contribuir a la formación de los alumnos para que, por un lado, adquieran una percepción más realista del funcionamiento de la empresa, a través de la cooperación entre estudiantes -profesores y PAS- empresas y profesionales y, por otro, mejore la inserción laboral de los Graduados en cualquiera de las titulaciones que oferta la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de Granada, es decir, alumnos que cursan, o han cursado, Grado en Administración y Dirección de Empresas, en Economía, Finanzas y Contabilidad, Marketing e Investigación de Mercados, Turismo, así como Doble Grado en Administración y Dirección de Empresas-Derecho; titulaciones en las cuales las salidas profesionales se han complicado debido a la situación económica que desde hace años atravesamos. No obstante, esta iniciativa se ha extrapolado a cualquier área de la Universidad de Granada, participando así alumnos de otras muchas titulaciones que persiguen un asesoramiento de cara a su próxima inserción laboral.

“*ugr Orienta*” cuenta con la participación y compromiso de 32 profesores de los Departamentos de Economía Aplicada, Organización de Empresas, Economía Internacional y de España, Economía Financiera y Contabilidad, Derecho Financiero y Tributario, Comercialización e Investigación de Mercados, Estadística e Investigación Operativa, Sociología, Lenguajes y Sistemas Informáticos y Geografía Humana. Además, cuenta con la participación y apoyo de 6 miembros del PAS, varios antiguos alumnos, funcionarios, profesionales y empresarios que se han comprometido con el PID y muestran colaboración de forma continua.

Por consiguiente, a través de este Proyecto, se persigue que el alumno se motive en el ámbito económico y empresarial, a la vez que desaparezca la indecisión existente en el momento de finalizar sus estudios universitarios, con motivo de la inexperiencia y la inseguridad que le genera el mercado laboral. Asimismo, el graduado debe tener la información más completa posible sobre las distintas opciones existentes para crear su propia empresa, adquirir mayor formación, enfrentarse a una entrevista de trabajo o a la elaboración de su curriculum vitae, acercarse a un determinado sector o, entre otras, incorporarse a actuaciones solidarias o de voluntariado.

De esta forma, se fomenta la participación activa de los alumnos en los procesos de enseñanza, de tal manera que, si se quieren conseguir futuros empresarios y directivos con iniciativa en las organizaciones, este tipo de iniciativas se consideran clave en la metodología didáctica sistémica, ofreciendo a través de esta conexión que los alumnos sean capaces de afrontar dificultades y resolverlas por sí mismos, sin detenerse en los aspectos meramente intelectuales de los problemas, dando utilidad a los conocimientos adquiridos en todo su bagaje curricular y resolviéndolos de forma práctica (Martínez *et al.*, 2002).

4. Objetivos del proyecto

Esta iniciativa docente se diseña basada en un doble objetivo específico. Por un lado, se pretende que el alumno universitario, de aquellas ramas con una

mayor vinculación al mundo empresarial, entienda de una forma más sencilla y realista los conceptos teóricos adquiridos a través de sus titulaciones, mientras que, por el otro, se pretende que perciban a la empresa y su futuro entorno laboral, como algo cercano y de fácil accesibilidad. Es por ello por lo que se considera necesario integrar a estos estudiantes en el entorno empresarial y laboral, más allá de donde los profesores pueden llegar, para lo cual es necesario acercarlos a los agentes donde van a desarrollar su tarea en la sociedad.

Además de cubrir estos fines concretos, mediante cursos, seminarios y sesiones informativas presenciales, intervienen profesionales y responsables de los servicios públicos de empleo vinculados a los cuatro objetivos generales del Proyecto, que de manera complementaria buscan la integración del alumno en el mercado laboral:

1. Impulsar las prácticas en empresas durante el último año de estudio.
2. Orientar sobre todas las posibilidades existentes tras la finalización de los estudios universitarios, bien sea con una formación complementaria de posgrado, o bien a través de su incorporación directa al mercado laboral.
3. Informar sobre los métodos más eficaces de acceder a un empleo acorde con la formación recibida durante el periodo de estudios universitarios.
4. Mejorar las posibilidades de autoempleo e impulsar el espíritu emprendedor de los alumnos universitarios.

En definitiva, el instrumento para alcanzar estos objetivos es el diseño de una red de interconexión entre el alumno universitario y el mercado laboral, sirviéndose para ello de la actuación del docente como nexo de unión entre ambos. Con ello se pretenden conseguir importantes beneficios tanto de índole académica, con la consiguiente motivación en finalizar sus estudios universitarios y acceder al mercado laboral, así como a nivel profesional, permitiéndole conseguir una percepción fidedigna del funcionamiento intrínseco y extrínseco de un subsistema empresarial y la consiguiente seguridad en el momento de su incorporación a la actividad profesional. Tratando de orientar así a un público objetivo compuesto por los más de 8.000 alumnos que cursan sus estudios universitarios en la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, junto con antiguos alumnos dispuestos a seguir manteniendo una vinculación con la Facultad y continuar con su formación tanto personal como profesional.

Por tanto, a pesar de las dificultades actuales en el mercado laboral, la finalización de los estudios universitarios no debe convertirse en un problema para el recién graduado, ya que son muchas las opciones que se abren para los jóvenes emprendedores de cualquiera de las titulaciones que oferta dicha Facultad. En la medida que el estudiante conozca, con la suficiente antelación, todas las posibilidades que se le van a abrir al finalizar sus estudios, el proceso de búsqueda de un empleo, acorde con la formación recibida, podrá ser mucho más corto y fructuoso. En esta dirección, se acepta que la implantación de metodologías docentes innovadoras favorece la consecución de objetivos del Espacio Europeo de Educación Superior (EEES); concretamente, la promoción de la cooperación europea para garantizar la calidad de la formación universitaria (Urosa, 2004 y Baartman *et al.*, 2007).

5. Desarrollo metodológico del Proyecto de Innovación Docente

De forma sintética, la metodología a seguir en el desarrollo de este Proyecto

se resume en varias fases a desarrollar por los diferentes agentes implicados en este PID. En primer lugar, el responsable de esta iniciativa, junto con varios profesores y profesionales que conforman el mismo, imparten una sesión informativa con la finalidad de dar a conocer esta iniciativa y los objetivos de la misma. De esta manera, los alumnos interesados en formar parte del PID pueden cumplimentar una hoja de inscripción en la que detallan aquella información que desconocen o aquellos temas sobre los que están interesados para así, crear seminarios y acciones formativas afines a las necesidades que demandan los alumnos.

De esta forma, y partiendo de la información requerida por los alumnos adscritos al Proyecto, el responsable y varios miembros del mismo, se ponen en contacto tanto con empresas como con profesionales de las áreas solicitadas por los estudiantes, seleccionando aquellas con mayor vinculación con el área de actividad del alumno, ayudado por las recomendaciones del Centro de Promoción de Empleo y Prácticas de la Universidad de Granada.

A continuación, se invita a las empresas y/o profesionales a participar en mesas redondas y seminarios, en la propia Facultad, con el objetivo de dar a conocer la sociedad o actividad, exponer los procesos de selección que son necesarios para acceder, requisitos académicos, promociones, evaluaciones, sistema de trabajo, así como posibilidades de movilidad, a la vez que se permite que el alumnado interactúe formulando todas aquellas cuestiones que le sean de interés y determinen de una forma u otra la decisión de trabajar en esa u otra empresa, o en un determinado sector o área de actividad. Todo ello organizado en torno a un calendario tentativo de actividades distribuidas cronológicamente a lo largo del curso académico, de manera que sea posible compatibilizarlo con los periodos de mayor concentración por parte del alumno, como son los periodos de exámenes. De igual forma entre los profesores involucrados en el proyecto se distribuye el trabajo presencial y no presencial de la manera más homogénea, en función de la carga docente de cada uno y teniendo en cuenta si su docencia se encuentra concentrada en un determinado cuatrimestre.

De esta manera el alumno podrá aprender de primera mano tanto los conceptos teóricos desarrollados en clase como el verdadero funcionamiento de una empresa, interactuando con los trabajadores, clientes, tareas, problemas, métodos de resolución, etc. De la misma manera, se cuenta con expertos en elaboración de un currículum vitae, en la preparación de entrevistas de trabajo y profesionales en la gestión del tiempo, cuestiones que inquietan a los alumnos de cara al desarrollo de su futura carrera profesional. De esta forma, el PID aportará al alumnado la seguridad y confianza que en muchas ocasiones les falta a la hora de enfrentarse al mercado laboral, ya que se considera clave el conocimiento del lugar físico, el entorno, la distribución, el personal, los departamentos y las funciones a desempeñar, entre otros, para que el alumno decida dar el primer paso y comenzar a explotar laboralmente los conocimientos adquiridos durante el transcurso de su carrera universitaria.

Por tanto, se pretende que los estudiantes aprovechen, de la mejor forma posible, todas las iniciativas -conferencias, foros, charlas, jornadas de trabajo, talleres y encuentros- que la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, el Centro de Promoción de Empleo y Prácticas de la Universidad de Granada, las Administraciones Públicas, las asociaciones empresariales y los profesionales, han puesto marcha.

Así, y para cumplir con todos los objetivos propuestos y detallados, se establece un calendario de sesiones presenciales en las que se orienta a los alumnos, entre otros, sobre los siguientes temas:

- Estrategias y técnicas de búsqueda de empleo -cv, carta de presentación, test psicotécnicos, dinámicas de grupo, bolsas de empleo, búsqueda 2.0, etc.
- El autoempleo como alternativa -idea de empresa, plan de negocio, búsqueda de socios en el extranjero, formas de financiación, etc.
- Otras posibilidades tras la finalización de los estudios -másteres, programas de doctorado, expertos, oposiciones, catálogo de becas, acción social/voluntariado, etc.

Tratando de mostrar, mediante el asesoramiento individual y/o grupal, y a través de la participación de profesionales, empresarios y expertos, las preferencias y capacidades de los estudiantes universitarios de las áreas de economía y empresa, e informarles y orientarles de las opciones y posibilidades que el mercado les ofrece tras finalizar la titulación.

A lo largo del curso académico 2013/2014, curso en el que entra en vigor el PID, se han llevado a cabo un total de 24 sesiones, entre seminarios, talleres y jornadas, sobre salidas profesionales, áreas de actividad, formación, etc. celebradas con la finalidad de cumplir el lema del Proyecto: "ayudémosles a cumplir sus sueños", todas ellas recogidas bajo los siguientes títulos:

- Formación de Posgrado
- Oportunidades en programas de movilidad internacional
- Emprende bajo el paraguas de una multinacional: OVB Allfinanz
- ¿Cómo preparar una entrevista de trabajo?
- El mercado financiero como salida profesional
- Caja Rural de Granada: una oportunidad práctica
- El mundo de las oposiciones: cómo ser PAS funcionario de la UGR
- El sector bancario como salida profesional
- Emprender es posible - claves para el emprendimiento
- Experiencias profesionales en el sector turístico
- Generación de ideas con creatividad
- El voluntariado internacional y emprendimiento en cooperación al desarrollo
- Jornadas sobre Moral Tributaria
- Emprendimiento en el sector de las franquicias
- Programa de Desarrollo de Jóvenes Talentos "Cosentino Impulsa"
- De idea a modelo de negocio: Metodología business model canvas
- El autoempleo como salida profesional
- Presenta tu proyecto empresarial de forma eficaz: Elevator pitch
- Conversaciones a propósito de trabajar en un banco
- Búsqueda de empleo y RRHH 2.0 - El entorno laboral actual

- Jornadas sobre Oposiciones
- Professional opportunities in a foreign country: Why not?
- Sesión informativa Másteres Cremades & Calvo Sotelo
- Mi Tiempo, Mi vida. Poner Primero lo Primero

6. Resultados y valoración del alumnado de “ugr Orienta”

Con la finalidad de conocer la opinión de los alumnos, así como la evolución y desarrollo del PID, cada uno de los seminarios, talleres y jornadas impartidas, ha sido evaluado por los asistentes, de tal forma que se ha podido conocer, entre otros aspectos, si cada acción ha cubierto los objetivos plasmados en su difusión, si han cubierto sus expectativas, si el contenido les ha resultado de interés, así como si aconsejarían la repetición de cada una de las acciones, además de una valoración final de cada acción formativa asignando una puntuación entre uno y cinco. Esta evaluación se ha obtenido a través de una encuesta cumplimentada por los alumnos una vez finalizada cada sesión, utilizando un cuestionario con escala Likert, en el que las medidas de las diferentes variables estudiadas tomaban valores comprendidos entre 1 y 5, siendo 1 darle poca importancia a la cuestión planteada y 5 el extremo opuesto, considerar que lo planteado es importante o cumple tus expectativas.

Estas opiniones y valoraciones, recopiladas en las tablas 1, 2 y 3, han sido desglosadas en función de la finalidad de cada sesión, diferenciando entre aquellos seminarios que ofrecen salidas profesionales para los alumnos, aquellos destinados al contacto directo con empresas, áreas o sectores de actividad, y aquellos otros diseñados con el objetivo de ofrecer formación complementaria o asesoramiento vinculado con su futura inserción laboral:

Valoración Acción formativa	Asistentes	Objetivos	Expectativas	Utilidad	Repetición	Puntuación
OVB Allfinanz	118	74%	68%	72%	71%	(4) 42% (5) 33%
Caja Rural	160	81%	72%	72%	78%	(4) 48% (5) 35%
Grupo Cosentino	123	68%	56%	65%	65%	(4) 30% (5) 40%

Tabla 1. Evaluación de las acciones formativas con salidas profesionales

La tabla 1 permite conocer la opinión de los alumnos que asistieron a las acciones formativas y seminarios con salidas profesionales en empresas, resultados que ponen de manifiesto el alto porcentaje de alumnos que vieron cumplidos sus objetivos con la asistencia y participación en los mismos así como el número de alumnos que recomiendan la repetición de dichas acciones debido a que, al contar con la participación de un Coordinador de Zona para OVB Allfinanz, con la Jefa del Departamento de Formación y Selección de Caja Rural de Granada y con el Responsable de Organización y Desarrollo de RRHH en Grupo Cosentino, varios de los alumnos asistentes se encuentran desarrollando su actividad profesional en dichas entidades en la actualidad.

Valoración Acción formativa	Asistentes	Objetivos	Expectativas	Utilidad	Repetición	Puntuación
Mercado financiero	112	78%	62%	68%	66%	(4) 48% (5) 34%
Sector bancario	86	84%	84%	89%	93%	(4) 39% (5) 56%
Emprendimiento	68	69%	71%	67%	65%	(4) 41% (5) 38%
Sector turístico	91	80%	78%	74%	72%	(4) 35% (5) 46%
Voluntariado	56	85%	75%	81%	81%	(4) 33% (5) 60%
Franquiciado	48	99%	90%	64%	74%	(4) 47% (5) 42%
Autoempleo	67	66%	61%	62%	72%	(4) 53% (5) 46%
Banca	52	82%	69%	81%	75%	(4) 44% (5) 50%
Salidas en el extranjero	46	83%	73%	73%	72%	(4) 64% (5) 27%

Tabla 2. Evaluación de las sesiones destinadas al contacto con empresas/sectores/áreas

En lo que respecta a las sesiones destinadas al contacto directo con empresas y sectores de actividad, a través de la tabla 2 es posible conocer la valoración de los alumnos, en cuanto a la información recibida sobre los sectores financiero, bancario y turístico, así como sobre voluntariado, emprendimiento, franquiciado y oportunidades profesionales en el extranjero, contando para ello con la participación de un Trader de la mesa de deuda corporativa del Banco Santander, con el Director de una oficina de BBVA, con el Jefe de Delegación de Granada de Viajes El Corte Inglés, así como con varios técnicos de Andalucía Emprende FPA, entre otros.

Por otro lado, la tabla 3 recoge la valoración de los seminarios y talleres diseñados con el objetivo de ofrecer formación complementaria o asesoramiento vinculado con la futura inserción laboral de los alumnos. Para ello se les muestra el amplio abanico que ofrece el mundo de las oposiciones, como las diferentes opciones para complementar su formación académica -máster, doctorado, etc.-, así como los puntos clave para enfrentarse a una entrevista de trabajo, diseñar su propio currículum vitae, preparar una estrategia de negocio o aprender a gestionar su tiempo. Para el cumplimiento de estos objetivos se ha contado con la experiencia de una experta en Coaching Personal, Coaching Ejecutivo, Coaching Educativo e Inteligencia Emocional, funcionarios de diferentes cuerpos -ámbito tributario y docente- y, entre otros, profesores de Universidad.

En definitiva, una percepción más realista del mercado laboral a través de la cooperación entre estudiantes-profesores-empresas/profesionales, se considera que tiene una clara repercusión positiva sobre el alumnado en diferentes aspectos:

- Mejora de su habilidad para comprender conceptos teóricos-prácticos vinculados con la empresa y su entorno.

- Aumenta la capacidad de los alumnos para establecer un orden de prioridades en sus aptitudes y preferencias profesionales, lo que les permite configurar su propio perfil profesional.

- Identifica la salida profesional óptima según cada perfil.

- Incrementa notablemente la confianza y seguridad de los alumnos, lo que se pondrá de manifiesto en el momento de su incorporación al mercado laboral.

Hasta el momento se ha podido comprobar que al menos de manera indirecta, todos los alumnos que han participado en las sesiones formativas manifiestan una mayor confianza en sí mismos que se traslada a un mayor rendimiento, lo cual se ha propuesto cuantificar en el próximo curso mediante un seguimiento detallado de las evaluaciones académicas de los alumnos participantes.

Valoración Acción formativa	Asistentes	Objetivos	Expectativas	Utilidad	Repetición	Puntúa
Formación de posgrado	87	82%	79%	83%	82%	(4) 35% (5) 43%
Movilidad internacional	113	52%	47%	46%	52%	(4) 40% (5) 11%
Entrevista de trabajo	144	80%	75%	84%	82%	(4) 44% (5) 35%
Oposiciones	105	85%	80%	85%	87%	(4) 37% (5) 56%
Generación de ideas	72	67%	59%	61%	63%	(4) 42% (5) 27%
J. Moral tributaria	176	92%	90%	89%	93%	(4) 31% (5) 67%
Idea-modelo de negocio	56	47%	49%	45%	47%	(4) 25% (5) 31%
Elevator pith	49	52%	64%	65%	65%	(4) 46% (5) 27%
Empleo y RRHH 2.0	107	77%	64%	73%	69%	(4) 45% (5) 30%
Jornadas Oposiciones	168	95%	98%	97%	97%	(4) 16% (5) 72%
Máster Cremades	52	71%	69%	67%	69%	(4) 35% (5) 27%
Gestión del tiempo	93	84%	75%	77%	91%	(4) 31% (5) 56%

Tabla 3. Evaluación de las acciones destinadas orientadas a formación complementaria y asesoramiento para la inserción laboral

7. Reflexiones finales

Mediante la colaboración y participación del entorno empresarial se ha intentado trasladar a los futuros graduados/licenciados las posibilidades que ofrece cada sector, sus puestos de trabajo, requisitos de acceso, funciones, así como todo lo necesario para afrontar con éxito su primera búsqueda de empleo.

Esta iniciativa docente se basa en dar respuesta a las demandas de los alumnos que solicitan una vinculación con el ámbito profesional, próximos a la

finalización de sus estudios universitarios, lo cual incrementaría su motivación y confianza y, en muchos casos, tendría un reflejo sobre la percepción que los alumnos tienen de la utilidad o finalidad de determinadas materias, pudiendo llegar así a facilitar su comprensión y consiguiente superación.

Las acciones de mejora deben ir encaminadas a fortalecer esta red de interconexión docente-empresa-alumno de manera que favorezca la creación de sinergias que finalmente redundarán en beneficio mutuo. Desde la esfera académica es necesario contribuir a que el alumno perciba la Universidad como el eslabón que le va a permitir desarrollarse tanto personal como profesionalmente, actuando por tanto como nexo de unión con el mercado laboral al que van a acceder.

El trabajo llevado a cabo no está exento de limitaciones, pues al tratarse del primer año de implantación son muchos los aspectos a mejorar, tales como una correcta planificación de los seminarios y la duración de los mismos, mejora de la difusión que permita atraer a un mayor número de profesores y alumnos, un sistema de evaluación de las actividades más depurado, así como la cuantificación del impacto en la evaluación de las asignaturas cursadas para aquellos alumnos que han participado en este Proyecto de Innovación Docente, lo cual se convierte en nuevas líneas de trabajo para sucesivos cursos.

Referencias bibliográficas

Berné, C., Lozano, P. y Marzo, M. (2011). Innovación en la docencia universitaria a través de la metodología MTD. *Revista de Educación*, 335, 605-619.

Baartman, L. K. J., Bastiaens, T. J., Kirschner, P. A. y Van der Vleuten, C. P. M. (2007). Evaluating Assessment Quality in Competence-based Education: a Qualitative Comparison of Two Frameworks. *Educational Research Review*, 2 (2), 114-129.

Fernández, E., Mir Fernández, C. y Pablo-Martí, F. (2007). Innovación docente en la enseñanza universitaria: factor diferenciador. En J. C. Ayala Calvo (ed.), *Conocimiento, innovación y emprendedores: camino al futuro* (pp. 44-55). Universidad de La Rioja.

Martínez, F. J., Infante, A. y Plaza, M. A. (2002). Aplicación práctica de técnicas de innovación docente para el desarrollo de habilidades directivas generales y tecnológicas. *Agora digital*, 4 (4). Ejemplar dedicado a: La educación en entornos no formales.

Soto, R., Castaños, H., García, O., Parra, P., Espinosa, J. y Vázquez, J. L. (2007). Vinculación Universidad-Empresa-Estado en la realidad actual de la industria farmacéutica mexicana. *Edusfarm, revista d'educació superior en Farmàcia*, 2, 1-27.

Urosa, B. (2004). Orientaciones para la selección y evaluación de actividades de aprendizaje dirigidas al desarrollo de competencias profesionales en el Espacio Europeo de Educación Superior. En J. C. Torre y E. Gil (eds.), *Hacia una enseñanza universitaria centrada en el aprendizaje* (pp. 191-218). Madrid: Servicio de Publicaciones de la Universidad Pontificia Comillas.

Varela, G. (1999). Los patrones de vinculación Universidad-empresa en EU y Canadá, y sus implicaciones para América Latina. En R. Casas y M. Luna (eds.),

Gobierno, academia en México: hacia una nueva configuración de relaciones (pp. 27-65). México: Universidad Nacional Autónoma de México.

Villar, E. y Barrilao, P. E. (2012). Diseño de una red de interconexión entre docente-empresa-alumno. En Grupo Docente ETSI de Caminos (eds.), *Libro de capítulos de las II Jornadas sobre Innovación docente y adaptación al EEES en las titulaciones técnicas* (pp. 183-186). Granada: Godel Impresiones Digitales.

Villar, E., Barrilao, P. E. y Roldán, M. (2013). Adaptación del alumno universitario al mercado laboral según el EEES. En *Libro de capítulos de las IV Jornadas Internacionales sobre Innovación Docente y Adaptación al Espacio Europeo de Educación Superior en las Titulaciones Técnicas* (pp. 37-42). Granada: Godel Ediciones.

Zubieta, J. y Jiménez, J. (2003). Acercamientos entre academia e industria: el futuro de la vinculación. En M. J. Santos (ed.), *Perspectivas y desafíos de la educación, la ciencia y la tecnología* (pp. 271-334). México: UNAM, Instituto de Investigaciones Sociales.