

## NUEVAS INICIATIVAS EN LA CONTRIBUCIÓN HACIA EL APRENDIZAJE EXPERIENCIAL: UGR ORIENTA

Barrilao González, Pedro Enrique<sup>1</sup>, Villar Rubio, Elena<sup>2</sup>, Roldán Álvarez,  
María<sup>3</sup>

1, 2, 3: Departamento de Economía Aplicada  
Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales  
Universidad de Granada  
Campus Universitario de La Cartuja 18071 Granada

1: e-mail: pedroe@ugr.es, web: <http://ugrorienta.com/>  
2: e-mail: elvillar@ugr.es, web: <http://ugrorienta.com/>  
3: e-mail: mariarol@ugr.es, web: <http://ugrorienta.com/>

**Resumen.** *Establecer un lugar de encuentro donde los alumnos que integran una Facultad puedan encontrar información, asesoramiento y orientación profesional, es el principal motivo por el que nace el Proyecto de Innovación Docente ugr Orienta. A través de esta iniciativa se pretende contribuir a la formación de los alumnos universitarios para que adquieran una percepción más realista del funcionamiento de la empresa y, en definitiva, del mercado laboral al que han de enfrentarse. Con carácter general, el estudiante vive en una burbuja académica dónde se le dota de amplios conocimientos teóricos pero, sin embargo, carecen de contenidos prácticos. Es por ello por lo que, mediante la cooperación entre estudiantes -profesores, personal de administración y servicios y la experiencia más próxima de antiguos alumnos-empresas y profesionales, se pretende dotar a estos estudiantes de un conocimiento más cercano de la realidad de las situaciones y ambientes ante los que han de sobrevivir en su devenir profesional, y enseñarles así que los conocimientos teóricos tienen una importante e interesante aplicación práctica.*

**Palabras clave:** Orientación profesional, Formación, Mercado laboral.

### 1. INTRODUCCIÓN

El desconocimiento y distanciamiento hacia el mundo empresarial es uno de los aspectos que se pone de manifiesto en la comprensión de los conceptos vinculados con la economía y la empresa. Cada vez es mayor el número de alumnos universitarios que, por sus aptitudes, por la posibilidad de encontrar trabajo o por la posible retribución del mismo, elige una determinada titulación con la que formarse y adquirir las competencias necesarias para enfrentarse al mercado laboral. Esto se puso de manifiesto a través de un estudio realizado durante el curso académico 2012/2013 sobre un colectivo de alumnos de Economía y Administración y Dirección de Empresas de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de Granada, próximos a la finalización de sus estudios.

Este experimento tenía como finalidad contribuir a la mejora de la inserción laboral de los alumnos universitarios de aquellas titulaciones en las que las salidas profesionales se habían complicado como consecuencia de la crisis económica y que se impartían en la

mencionada Facultad, para lo cual se realizó una encuesta sobre un total de 266 alumnos de las citadas titulaciones, cuyos resultados permitirían conocer los aspectos más relevantes considerados a la hora de elegir 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.

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 lo que planteado es importante, se obtuvo que un 66,5 % de los alumnos encuestados habían elegido Grado en Economía o en Administración y Dirección de Empresas porque consideraban que tenían las aptitudes propias y oportunas para desarrollarse en dicho ámbito. De la misma manera, casi el 73 % de los alumnos que participaron en este estudio ponían de manifiesto que habían elegido tales titulaciones por la posibilidad de encontrar trabajo, además de la retribución que podrían obtener a través del mismo, con un 62 % de la población universitaria analizada.

Además, se pudo conocer que algo más del 78 % de los alumnos encuestados no habían realizado a lo largo de su trayectoria universitaria ninguna actividad profesional relacionada con los conocimientos adquiridos a lo largo de su formación, siendo similar el porcentaje de alumnos (79,3 %) que se encontraba buscando empleo. Sin embargo, lo más llamativo que se obtuvo de este experimento fue que, del pequeño porcentaje de alumnos (16 %)<sup>1</sup> que sí había realizado desde el comienzo de su titulación alguna actividad que en principio parecía relacionada con la formación recibida, casi el 40 % consideró finalmente que era escasa o nula su relación con los conocimientos adquiridos. De la misma manera, y con la finalidad de valorar la oferta educativa que estos universitarios habían obtenido hasta llegar al momento de su graduación, el 75 % de los alumnos que participaron pusieron de manifiesto que su preparación para la inserción era totalmente inadecuada.

Por tanto, establecer un lugar de encuentro donde los alumnos que integran una Facultad puedan encontrar información, asesoramiento y orientación profesional, es el principal motivo por el que nace el Proyecto de Innovación Docente ugr Orienta, el cual pretende 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 de la inserción laboral de los universitarios 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/Licenciatura en Administración y Dirección de Empresas, en Economía, Finanzas y Contabilidad, Marketing e Investigación de Mercados, Turismo, así como Doble Grado/Licenciatura en Administración y Dirección de Empresas-Derecho.

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,

---

<sup>1</sup> El 5 % restante no contestaron a esta pregunta.

2003). El alumno desarrolla su carrera universitaria en una especie de burbuja académica que le impide ver el horizonte, lo que provoca que termine sus estudios universitarios sin un conocimiento previo del funcionamiento del mercado laboral al que ha de enfrentarse. Este distanciamiento con el mundo empresarial, y en definitiva laboral, se pone de manifiesto en la falta de comprensión de los conceptos teóricos, lo que a su vez genera desmotivación y falta de interés, con el consiguiente fracaso en los resultados académicos. Por tanto, existen muchos conceptos cuya comprensión, sin una inmersión empresarial o conocimiento aproximado de la realidad, resulta compleja.

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. 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, permitiendo de esta forma 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 incluye como actuación relevante el papel que lleva a cabo el Estado en el vínculo Universidad-Empresa.

De esta forma, se intenta conseguir una Universidad más integrada en la sociedad, incrementando los servicios prestados a los estudiantes mediante la atracción del ámbito empresarial y la realización de actividades complementarias, en las que participan profesionales de los ámbitos público y privado.

## **2. OBJETIVOS DEL PROYECTO**

Esta iniciativa docente se diseña basada en un doble objetivo específico. En primer lugar, y tras lo establecido anteriormente, se pretende que el alumno universitario, de aquellas ramas con una mayor vinculación al mundo empresarial, entienda de una forma más próxima y efectiva, los conceptos teóricos adquiridos a través de sus titulaciones, mientras que, en segundo lugar, se pretende que perciban la empresa y su futuro entorno laboral, como algo cercano y de fácil accesibilidad. Es por ello por lo que se considera necesario conectar a estos estudiantes con su futuro entorno, 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 estos fines concretos, y bajo la misma finalidad, se realizarán cursos, seminarios y sesiones informativas, en las que participarán profesionales y responsables de los servicios públicos de empleo que tienen que ver con 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 de los Graduados/Licenciados en Administración y Dirección de

- Empresas, en Economía, Finanzas y Contabilidad, Marketing e Investigación de Mercados, Turismo y doble grado/licenciatura ADE-Derecho.
3. Informar mejor 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 universitarios de las mencionadas titulaciones de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de Granada.

Por tanto, el instrumento para alcanzar estos objetivos es el diseño de una red entre el alumno universitario y el mercado laboral, sirviéndose para ello de la figura del docente como nexo de unión entre ambos. De esta manera, a pesar de las dificultades actuales del mercado laboral, la finalización de los estudios universitarios no debe convertirse en un problema para el recién graduado/licenciado, o el alumno próximo a su graduación, ya que son muchas las opciones que se abren para los jóvenes emprendedores de cualquiera de las titulaciones que oferta esta 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 efectivo

### **3. DESARROLLO DEL PROYECTO Y ACTIVIDADES**

De forma sintética, la metodología a seguir en el desarrollo de este Proyecto se resume en tres fases a desarrollar por los diferentes agentes implicados en esta red: 1) contactar con empresas y profesionales vinculados al área de estudio del alumno; 2) participación de las empresas y expertos en mesas redondas/seminarios/talleres en la Universidad; y, en su caso, 3) visita de los alumnos a las empresas para conocer una jornada de trabajo.

La primera fase de toma de contacto con empresas se realiza por parte del docente, éste selecciona aquellas empresas vinculadas con el área de actividad del alumno, y próximas geográficamente a su centro de estudio, en este caso la provincia de Granada, ayudado por las recomendaciones del Centro de Promoción y Prácticas de la Universidad de Granada.

A continuación el docente, una vez realizado el contacto, tiene una reunión informativa con la persona encargada de atender este Proyecto, donde le expone la iniciativa y se inicia por tanto la segunda fase. En esta segunda etapa, el docente invita a las empresas a participar en mesas redondas y seminarios, en la propia Facultad, con el objetivo de dar a conocer la sociedad, 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.

En la tercera fase, una vez realizado el acercamiento de la empresa a la Universidad, se lleva a cabo el paso inverso y se inicia un feed-back alumno-empresa a través de una visita, durante una jornada de trabajo, del estudiante a la empresa seleccionada. 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. 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).

De esta forma, el Proyecto 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, ya han puesto marcha.

Para cumplir con todos los objetivos propuestos y detallados, se establece un calendario de sesiones en las que se orientará a los alumnos 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 así, 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.

#### **4. RESULTADOS, BENEFICIOS Y EVALUACIÓN**

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, de la Universidad de Granada. Además, cuenta con la participación y apoyo de 6 miembros del PAS, doctorandos, funcionarios, profesionales y empresarios comprometidos. Así, a través de la cooperación entre estudiantes-profesores-empresas, se repercutirá de forma positiva sobre el alumnado en diferentes aspectos:

- Mejorará su habilidad para comprender conceptos teóricos-prácticos vinculados con la empresa y su entorno.
- Aumentará su capacidad para establecer un orden de preferencias en sus aptitudes y preferencias profesionales, lo que permitirá configurar su propio perfil profesional.
- Identificará la salida profesional óptima según su perfil.
- Incrementará notablemente su confianza y seguridad en sí mismo en el momento de incorporarse al mercado laboral y tener la primera toma de contacto como profesional.

En definitiva, a lo largo de la trayectoria universitaria, se considera que este tipo de proyectos incrementarán la motivación y por tanto la confianza de los alumnos, en una expectativa de mejora en su rendimiento académico.

Los beneficios de ugr Orienta recaen fundamentalmente sobre los estudiantes de último curso de cualquiera de las mencionadas titulaciones de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de Granada, ya que es principalmente a este colectivo a quien está dirigido esta iniciativa docente. No obstante, también pueden ser beneficiarios otros estudiantes, en la medida en que participen en las sesiones celebradas, generalmente con carácter abierto. Se invitará a los alumnos de penúltimo curso para que puedan ir conociendo el Proyecto, las necesidades del mercado laboral y el mercado de productos y de servicios, así como su posible incorporación para ir cuanto antes abordando lo que puede ser su futuro académico o profesional.

A lo largo del curso académico 2013/2014, curso en el que entra en vigor ugr Orienta, se han llevado a cabo un total de 23 sesiones. Entre todos los seminarios, talleres y jornadas impartidas, los más destacados con más de 100 asistentes, se recogieron bajo los siguientes títulos:

- Oportunidades en Programas de Movilidad Internacional
- Caja Rural de Granada: una oportunidad práctica
- El mundo de la oposiciones: como ser PAS funcionario de la Universidad
- Oportunidades profesionales en el sector turístico
- Cosentino Impulsa: Programa de desarrollo de jóvenes talentos
- Búsqueda de empleo y RRHH 2.0 - el entorno laboral actual -
- Mi tiempo, Mi vida - Poner primero lo primero (gestión del tiempo)

Sesiones en las que, a través de expertos en cada uno de los campos, se intentó trasladar a los futuros y recién graduados/licenciados la experiencia profesional real de antiguos alumnos y profesionales de cada sector, las posibilidades que ofrece de cada área de actividad (banca, mercado financiero, auditoría, Hacienda, Universidad, etc.), sus puestos de trabajo, requisitos de acceso, funciones, así como todo lo necesario para afrontar con éxito la búsqueda de un empleo. Estos objetivos, bajo los que se imparte cada una de las sesiones, quedaron cubiertos al observar la opinión que los alumnos

asistentes expusieron en las encuestas de evaluación<sup>2</sup> realizadas tras cada acción, opinión que se detalla en la siguiente tabla:

Seminario	Asistentes	Objetivos cubiertos	Expectativas cubiertas	Utilidad contenido	Recomendar repetición	Puntuación (1 - 5)
Movilidad	131	45 %	31 %	32 %	51 %	(4) 44 % (5) 10 %
Caja Rural	160	81 %	72 %	72 %	78 %	(4) 48 % (5) 35 %
PAS	105	85 %	80 %	85 %	87 %	(4) 37 % (5) 56 %
Turismo	102	80 %	78 %	74 %	72 %	(4) 35 % (5) 46 %
Cosentino	123	68 %	56 %	65 %	65 %	(4) 30 % (5) 40 %
Empleo 2.0	107	77 %	64 %	73 %	69 %	(4) 45 % (5) 30 %
Tiempo	103	84 %	75 %	77 %	91 %	(4) 31 % (5) 56 %

A través de las mencionadas sesiones, junto con el resto, hasta un total de 23 acciones impartidas durante el presente curso académico (2013/2014), 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, aumentando así la seguridad en el momento de su incorporación a la actividad profesional. De esta forma, el principal objetivo es tratar de orientar a un público objetivo compuesto por los 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 académica y profesional.

En definitiva, esta iniciativa docente se basa en dar respuesta a las demandas de los alumnos que solicitan una vinculación con el campo profesional o académico, próximos a finalizar sus estudios universitarios. A la vez, esta red docente-empresa-alumno permite un entendimiento de la complejidad entre actores con una fuerte vinculación

<sup>2</sup> Encuesta de evaluación que recogía, entre otras preguntas, las siguientes:

- ¿A través de que medio o vía ha conocido este seminario?
- ¿Le ha parecido adecuada la duración de este seminario?
- ¿Ha cubierto este seminario los objetivos que se plasmaban en su difusión?
- Y sus expectativas, ¿las ha cumplido?
- ¿El contenido de este seminario le ha resultado de utilidad?
- Tras esto, ¿recomendaría la repetición de este seminario?
- En general, del 1 al 5 (siendo 5 la máxima puntuación), ¿cómo calificaría a el/los ponente/es?
- De la misma manera, y volviendo a ser el 5 la máxima calificación, por favor, puntúe este seminario

social, convirtiéndose la relación entre la Universidad y la sociedad en una práctica cada vez más cotidiana, por lo que se propone una advertencia sobre los numerosos beneficios que supone establecer un contacto fluido entre los tres eslabones de esta cadena. 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 aspecto es considerado 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).

## **5. REFERENCIAS**

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.

Martínez, F. J.; Infante, A. y Plaza, M. A. (2002). *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 (Ed.), *Hacia una enseñanza universitaria centrada en el aprendizaje*, 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 (Ed.), *Gobierno, academia en México: hacia una nueva configuración de relaciones*, 27-65. México: Universidad Nacional Autónoma de México.

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*, 271-334. México: UNAM, Instituto de Investigaciones Sociales.