

MEMORIA FINAL INNOVA¹ COMPROMISOS Y RESULTADOS PROYECTOS DE INNOVACIÓN Y MEJORA DOCENTE 2024/2025

Identificación del proyecto	
Código	sol-202400283458-tra
Título	Desarrollo de habilidades blandas en la docencia universitaria: una experiencia educativa innovadora basada en la colaboración de las empresas.
Responsable	María Teresa Fernández Alles

1. Describa los resultados obtenidos a la luz de los objetivos y compromisos que adquirió en la solicitud de su proyecto. Incluya tantas tablas como objetivos contempló.

Objetivo nº 1	Elaboración de materiales didácticos
Actividades que había previsto en la solicitud del proyecto:	<i>Creación de materiales didácticos de carácter teórico que puedan ser utilizados por el alumnado de manera autónoma para su visualización fuera del aula, potenciando así su aprendizaje y la motivación en su formación, contribuyendo a la consecución de los objetivos marcados en la asignatura, al desarrollo de las habilidades blandas y de las competencias asociadas a la asignatura y a la consecución de los resultados de aprendizaje.</i>
Actividades realizadas y resultados obtenidos:	<i>Se elaboraron y publicaron en el campus virtual materiales didácticos completamente actualizados y adaptados a la metodología del proyecto. Estos materiales incluyeron presentaciones con contenido teórico sintetizado y visualmente estructurado, ejemplos prácticos basados en casos reales de empresas, estudios de caso diseñados para ser analizados en equipo y un conjunto de tareas orientadas a la aplicación de conceptos fuera del aula.</i> <i>Cada recurso se organizó en módulos temáticos siguiendo el programa oficial de la asignatura, facilitando así que el alumnado pudiera acceder de forma ordenada y autónoma a la información necesaria para preparar las sesiones presenciales y para reforzar lo aprendido posteriormente. Se incorporaron enlaces a artículos de actualidad, videos explicativos y plantillas para el desarrollo de análisis empresariales, lo que permitió conectar la teoría con la práctica profesional.</i> <i>Además, los materiales fueron diseñados con criterios de accesibilidad y claridad, empleando esquemas, resúmenes y ejemplos contextualizados en el entorno empresarial local. Esta estrategia fomentó la implicación del alumnado, que podía trabajar previamente los contenidos y llegar a clase con preguntas, propuestas y reflexiones, favoreciendo el aprendizaje invertido (flipped classroom) y la participación activa durante las sesiones.</i> <i>Los datos de la encuesta final respaldan la efectividad de estos recursos: el 41,3 % del alumnado los consideró muy útiles y el 52,2 % bastante útiles para profundizar en los contenidos; el 32,6 % indicó que contribuyeron mucho a su aprendizaje</i>

¹ Esta memoria no debe superar las 6 páginas.

	autónomo fuera del aula y el 58,7 % bastante; y un 54,3 % manifestó que aumentaron mucho su motivación, frente a un 39,1 % que lo valoró como bastante. • El 41,3 % los consideró muy útiles y el 52,2 % bastante útiles. • El 32,6 % declaró que le ayudaron mucho a aprender fuera del aula y el 58,7 % bastante. • El 54,3 % indicó que incrementaron mucho su motivación y el 39,1 % bastante.
Objetivo nº 2	Selección de empresas
Actividades que había previsto en la solicitud del proyecto:	Selección de empresas en el entorno de la facultad que contribuyan con su colaboración en el proyecto a la asimilación de los contenidos de la asignatura, así como a potenciar las habilidades blandas en el alumnado, las competencias de la asignatura y la consecución de los resultados de aprendizaje.
Actividades realizadas y resultados obtenidos:	Se llevó a cabo un proceso sistemático de identificación, selección y contacto con empresas locales del entorno socioeconómico de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, priorizando aquellas cuya actividad y estructura permitieran una conexión directa con los contenidos de la asignatura Dirección de Marketing. La selección se realizó considerando criterios como la disposición a colaborar con la Universidad, la accesibilidad para el alumnado, la diversidad sectorial y el potencial para ofrecer datos y casos reales aplicables al desarrollo de competencias en marketing. Listado de empresas participantes: Heit Academy Grupo Ban Ban Librería Quórum Aroga Inmobiliaria Recambios Morales & Hijos S.L. Muebles Briole Sabores Obrador Artesanal San Fernando Cold Smoke S.L. Autoescuela Asdrúbal SomoselDesafío CreativaME Bañoidea Hotel Playa Victoria La Marmita AgroBautista Heladería Verde Pistacho Una vez seleccionadas, se estableció una comunicación directa con los responsables de cada empresa para explicar los objetivos del proyecto, las fases de colaboración y las posibles actividades conjuntas. Estas conversaciones iniciales permitieron acordar formatos de participación que incluyeron entrevistas con directivos, acceso a información relevante sobre la empresa, e incluso visitas presenciales cuando fue posible. Cada grupo de estudiantes, con el acompañamiento del profesorado, asignó una de las empresas colaboradoras como base para su trabajo práctico. Este contacto directo con el tejido empresarial no solo facilitó la obtención de datos reales y

	actuales, sino que también favoreció que el alumnado comprendiera la aplicación práctica de los conceptos trabajados en el aula. Los resultados de la encuesta reflejan un alto grado de satisfacción con la elección de las empresas: el 54,3 % del alumnado valoró como muy adecuada la empresa asignada y el 37 % como bastante adecuada. Asimismo, la valoración de la relación universidad-empresa fue muy positiva: el 52,2 % la calificó como muy útil y el 45,7 % como bastante útil. Estos datos confirman que la colaboración externa generó un valor añadido significativo para el aprendizaje, aportando realismo, aplicabilidad y motivación al desarrollo de los trabajos. • El 54,3 % del alumnado valoró como muy adecuada la empresa asignada y el 37 % como bastante adecuada. • El 52,2 % calificó la relación universidad-empresa como muy útil y el 45,7 % como bastante útil.
Objetivo nº 3	Realización de trabajo grupal sobre una empresa
Actividades que había previsto en la solicitud del proyecto:	Formar equipos de trabajo, cada uno de los cuales seleccionará una empresa colaboradora para desarrollar las habilidades blandas y las competencias de la asignatura, culminando en un trabajo final aplicado.
Actividades realizadas y resultados obtenidos:	Todos los grupos de la asignatura participaron en la realización de un trabajo práctico centrado en el análisis y propuesta de mejoras para una empresa real previamente seleccionada. Este trabajo se concibió como el eje integrador del proyecto, permitiendo que el alumnado aplicara de manera directa los conocimientos teóricos adquiridos a lo largo del cuatrimestre en un contexto empresarial concreto. El proceso comenzó con la planificación de las fases de trabajo: investigación inicial de la empresa y su sector, análisis de su entorno competitivo, evaluación de sus estrategias de marketing y, finalmente, elaboración de propuestas de mejora o innovación adaptadas a su realidad. Para ello, los grupos se apoyaron en herramientas analíticas y metodologías aprendidas en clase, como el análisis DAFO, el estudio de mercado, la segmentación de clientes o el diseño de campañas de comunicación. La interacción con las empresas desempeñó un papel central, ya que los estudiantes pudieron acceder a información directa a través de entrevistas con responsables, datos facilitados por la organización y observación de su actividad real. Este contacto permitió contrastar la teoría con la práctica, identificar limitaciones reales y comprender cómo las decisiones estratégicas se ven condicionadas por factores operativos y de mercado. Los resultados de la encuesta muestran un elevado grado de utilidad percibida: el 34,8 % del alumnado consideró el trabajo muy efectivo y el 65,2 % bastante efectivo para aplicar los conocimientos teóricos. Asimismo, la experiencia de interacción con las empresas fue valorada como muy enriquecedora por el 28,3 % de los estudiantes y bastante enriquecedora por el 65,2 %. Estos datos confirman que el trabajo grupal no solo reforzó los contenidos de la asignatura, sino que también potenció competencias transversales como el trabajo en equipo, la comunicación profesional y la capacidad de proponer soluciones realistas en entornos organizacionales. • El 34,8 % consideró el trabajo muy efectivo y el 65,2 % bastante efectivo para aplicar conocimientos teóricos. • El 28,3 % calificó la interacción con empresas como muy enriquecedora y el 65,2 % como bastante enriquecedora.

Objetivo nº 4	Conocer la percepción del alumnado
Actividades que había previsto en la solicitud del proyecto:	<i>Realización de una investigación exploratoria mediante encuesta para medir la satisfacción y el impacto del proyecto.</i>
Actividades realizadas y resultados obtenidos:	<i>Se diseñó y aplicó una encuesta exhaustiva al total del alumnado matriculado en la asignatura (n = 46), logrando una participación del 75 % del alumnado matriculado en la asignatura, lo que garantiza la representatividad de los resultados. El cuestionario incluyó preguntas cerradas, con escalas de valoración, y abiertas, orientadas a recoger no solo la opinión cuantitativa sobre distintos aspectos del proyecto, sino también comentarios y sugerencias cualitativas que permitieran una evaluación más rica y matizada de la experiencia.</i> <i>El análisis de los datos revela un altísimo nivel de aceptación de la metodología colaborativa universidad–empresa implementada: el 97,8 % del alumnado indicó que recomendaría este enfoque a futuros estudiantes, lo que refleja una percepción muy positiva del valor añadido que ha aportado a la asignatura.</i> <i>En cuanto al grado de satisfacción general, el 43,5 % de los estudiantes se declaró muy satisfecho con la experiencia, mientras que el 52,2 % se manifestó bastante satisfecho. Estas cifras, que suman un 95,7 % de satisfacción global, evidencian que el proyecto no solo cumplió, sino que superó, en muchos casos, las expectativas iniciales del alumnado.</i> <i>Respecto al impacto percibido en su desarrollo académico y profesional, el 34,8 % lo valoró como alto impacto y el 58,7 % como impacto moderado. Este dato es especialmente relevante porque refleja que la mayoría del alumnado reconoce que la experiencia ha contribuido de manera significativa al fortalecimiento de competencias y habilidades transferibles al ámbito laboral, como la resolución de problemas, la comunicación profesional, la capacidad de trabajo en equipo y el pensamiento crítico.</i> <i>Además, las respuestas abiertas incluyeron numerosas menciones a la motivación generada por trabajar con casos reales, la utilidad de aplicar la teoría a contextos concretos y el valor de interactuar directamente con profesionales del sector. Estos testimonios confirman que la encuesta no solo ha servido como herramienta de evaluación, sino también como evidencia cualitativa del impacto positivo del proyecto.</i> <i>• El 97,8 % recomendaría la metodología a futuros estudiantes.</i> <i>• El 43,5 % se declaró muy satisfecho y el 52,2 % bastante satisfecho.</i> <i>• El 34,8 % percibió un alto impacto en su desarrollo académico y profesional y el 58,7 % un impacto moderado.</i>

- Realice una breve valoración sobre la influencia del proyecto ejecutado en la evolución de las asignaturas implicadas.

Análisis del impacto de la innovación en las asignaturas relacionadas con el proyecto
La implementación del proyecto de innovación docente en la asignatura <i>Dirección de Marketing</i> ha demostrado un impacto significativo en el desarrollo de competencias clave del alumnado, especialmente en el ámbito de las denominadas habilidades blandas. Esta metodología ha favorecido la integración de los contenidos teóricos con experiencias prácticas vinculadas al entorno empresarial local,

permitiendo al estudiantado aplicar los conocimientos adquiridos en contextos reales de toma de decisiones, negociación de ideas y resolución de problemas.

Los datos obtenidos en la encuesta final reflejan una alta valoración por parte del alumnado, destacando mejoras en trabajo en equipo, comunicación, liderazgo, pensamiento crítico, resolución de problemas y creatividad. La conexión con el mundo profesional ha sido percibida como un elemento enriquecedor tanto en el plano académico como en la preparación para los retos del mercado laboral.

Cabe subrayar que el 98 % del alumnado manifestó su disposición a repetir esta metodología en futuros cursos, lo que evidencia no solo su eficacia para la adquisición de competencias, sino también su capacidad para generar motivación, implicación y satisfacción en el proceso de aprendizaje. Estos resultados respaldan la pertinencia de consolidar esta metodología como un componente estable dentro del diseño curricular, especialmente en disciplinas que requieren competencias transversales en constante actualización.

En síntesis, la metodología empleada se confirma como una herramienta pedagógica de alto valor transformador, alineada con las exigencias del Espacio Europeo de Educación Superior y con las demandas de una sociedad del conocimiento que precisa profesionales críticos, colaborativos y competentes.

3. Incluya en la siguiente tabla el número de alumnado matriculado y el de respuestas recibidas en cada opción y realice una valoración crítica sobre la influencia que el proyecto ha ejercido en la opinión del alumnado.

Opinión del alumnado al inicio del proyecto				
Número de alumnado matriculado:				
Valoración del grado de dificultad que cree que va a tener en la comprensión de los contenidos y/o en la adquisición de competencias asociadas a la asignatura en la que se enmarca el proyecto de innovación docente				
Ninguna dificultad	Poca dificultad	Dificultad media	Bastante dificultad	Mucha dificultad
1	18	22	4	1
Opinión del alumnado en la etapa final del proyecto				
Valoración del grado de dificultad que ha tenido en la comprensión de los contenidos y/o en la adquisición de competencias asociadas a la asignatura en la que se enmarca el proyecto de innovación docente				
Ninguna dificultad	Poca dificultad	Dificultad media	Bastante dificultad	Mucha dificultad
6	21	18	1	0
Los elementos de innovación y mejora docente aplicados en esta asignatura han favorecido mi comprensión de los contenidos y/o la adquisición de competencias asociadas a la asignatura				
Nada de acuerdo	Poco de acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	Muy de acuerdo	Completamente de acuerdo
1	1	4	2	18
En el caso de la participación de profesorado invitado				
La participación del profesorado invitado ha supuesto un gran beneficio en mi formación				
Nada de acuerdo	Poco de acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	Muy de acuerdo	Completamente de acuerdo
Valoración crítica sobre la influencia que ha ejercido el proyecto en la opinión del alumnado				
La comparación entre la percepción inicial y final muestra una disminución en la dificultad percibida. El alumnado que esperaba mucha dificultad pasó de 1 persona a ninguna, y quienes preveían bastante				

dificultad pasaron de 4 a 1. Esto indica que la metodología colaborativa y los recursos facilitados contribuyeron a reducir las barreras de aprendizaje, mejorando la comprensión de contenidos y el desarrollo competencial.

Los resultados obtenidos en la encuesta corroboran esta mejora y muestran un impacto altamente positivo en el desarrollo de competencias clave. El 82 % del alumnado manifestó haber mejorado de manera significativa su capacidad para trabajar en equipo, destacando la cooperación, la coordinación de tareas y la corresponsabilidad como elementos centrales de la experiencia. El 81 % indicó avances en la comprensión de situaciones reales y en la formulación de estrategias para resolver problemas en contextos organizacionales auténticos, lo que refuerza la utilidad del contacto directo con el entorno empresarial.

Asimismo, el 72 % afirmó haber fortalecido su pensamiento crítico y su capacidad para tomar decisiones fundamentadas, mientras que un 96 % reconoció mejoras sustanciales en su comunicación oral y escrita. En cuanto al liderazgo, el 89 % de los encuestados señaló un desarrollo notable de esta competencia, y un 78 % destacó un incremento significativo en su creatividad e innovación.

El alumnado también reconoció la relevancia de las habilidades blandas adquiridas para su futuro profesional, valorando muy positivamente la realización de un proyecto vinculado a una empresa real. La mayoría consideró esta experiencia como altamente enriquecedora, no solo por contextualizar los contenidos teóricos, sino por incrementar su motivación y sentido de utilidad del aprendizaje.

Finalmente, el 98 % de los participantes recomendaría implementar nuevamente esta metodología en próximos cursos, confirmando que no solo favorece la adquisición de conocimientos técnicos, sino que potencia la motivación, la implicación y la preparación para afrontar los retos del mercado laboral.

4. Describa las medidas de difusión a las que se comprometió en la solicitud y las que ha llevado a cabo².

Descripción de las medidas comprometidas en la solicitud
Comprometidas en la solicitud: - Charla al profesorado del Departamento de Marketing y Comunicación sobre la realización y resultados del proyecto. - Presentación en las Jornadas de Innovación Docente de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. - Ponencia en congreso docente internacional en 2025.
Descripción de las medidas que se han llevado a cabo
- Se ha impartido una charla al profesorado del Departamento de Marketing y Comunicación de la Universidad de Cádiz. - Se ha difundido el proyecto en el profesorado del mismo departamento de la Universidad de Sevilla. - Presentación como ponencia en las Jornadas de Innovación Docente de la Facultad celebradas el 18 de septiembre de 2025 en la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de Cádiz. - Ponencia internacional presentada en el V Congreso Internacional de Formación Permanente "Innovación en la docencia e investigación de las Ciencias Sociales y Jurídicas y Humanidades". Junio 2025. - Capítulo de libro en un libro sobre Innovación Docente publicado por la editorial Dyckinson en diciembre de 2025.

² Si en la solicitud no indicó compromiso de difusión de resultados, este criterio no se tendrá en cuenta en la evaluación.

