

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

Identificación del proyecto	
Código	sol-202400285144-tra
Título	2x1: Generando Cultura Financiera entre los Estudiantes de Administración y Dirección de Empresas a partir del uso de LinkedIn
Responsable	Domingo Martínez Martínez

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	Promover el acceso a una red social de carácter profesional de sumo interés para la búsqueda de empleo y para el networking: LinkedIn.
Actividades que había previsto en la solicitud del proyecto:	<i>Los/las estudiantes interesados/as deberán abrirse un perfil de LinkedIn y cumplimentarlo correctamente. Una vez hecho esto, deberán poner un enlace al mismo en un foro especial que se habilitará en el campus virtual, al objeto de que todos/as los/las interesados/as puedan acceder al mismo, visualizarlo y entrar en contacto con el/la compañero/a. Para conocer mejor LinkedIn y elaborar un perfil de "calidad", se les recomendará a los estudiantes utilizar el OCW de la propia UCA "DATE A CONOCER: LinkedIn" (https://ocw.uca.es/course/view.php?id=106), fomentando con ello que los estudiantes conozcan la existencia de estos cursos en abierto ofrecidos por la propia universidad. Para dar por cumplido este objetivo, al alumnado se le exigirá seguir el perfil del Grado en Administración y Dirección de Empresas así como el perfil de la Universidad de Cádiz.</i>
Actividades realizadas y resultados obtenidos:	<i>Por su temática y por su especial utilidad para quienes pronto se enfrentarían a la realidad laboral, el proyecto se enmarcó, como una actividad voluntaria más de la evaluación continua, dentro de la asignatura de Dirección Financiera I del Grado en Administración y Dirección de Empresas y del Doble Grado en Derecho y Administración y Dirección de Empresas, una asignatura de primer semestre de tercero (y de cuarto en el caso del Doble Grado) que se imparte en tres de los cuatro campus de la Universidad de Cádiz en los que se oferta este título. La información completa de la actividad, su objetivo y sus criterios de seguimiento y evaluación fue presentada al estudiantado con ayuda de unas slides que posteriormente fueron incorporadas al campus virtual de la asignatura (https://tinyurl.com/yqvqzr9v). Durante esta presentación, además de dar a conocer y resaltar las bondades de la Red Social LinkedIn a los estudiantes, se enfatizó la necesidad de cumplir estrictamente los requisitos de todas y cada una de las fases para ser evaluada positivamente por parte de los docentes. Así, solo la superación satisfactoria de las 4 fases que compondrían la actividad permitiría al estudiantado obtener una puntuación extra de 0,5 puntos en la puntuación total de actividades de clase, hasta completar la calificación máxima posible de 2 puntos. Para el desarrollo de la actividad se diseñó un apartado específico dentro del Campus Virtual de la asignatura. En el mismo, las fases fueron temporalizadas por los docentes, de forma que cada Fase tenía configurado una fecha de inicio y una de finalización. Con ello se pretendía mantener la atención del estudiante en la actividad de forma constante durante el semestre, exigiéndoles estar atentos a los plazos. Por último, cabe mencionar que el incumplimiento total o parcial de alguna de las fases fue considerado motivo suficiente para calificar al estudiante como "no apto". Esta calificación se</i>

¹ Esta memoria no debe superar las 6 páginas.

	comunicó a la finalización de la actividad, una vez recabada la opinión de todos los participantes sobre diferentes cuestiones de la actividad mediante un cuestionario diseñado y administrado con Google Forms. Por la propia dinámica de la actividad en las diferentes fases (teniendo que conectar con compañeros, comprobando qué publicaciones han hecho los propios compañeros, instando a que otros compañeros recomienden tus propios comentarios, etc.), se instó al alumnado a comprobar por ellos mismos las valiosas utilidades que LinkedIn ofrece en cuanto a (i) estar conectados con quienes consideramos de interés, (ii) permanecer informados sobre aquellas cuestiones profesionales que consideramos de interés, y (iii) reportar a nuestros contactos cuanta información deseemos transmitir porque consideramos que puede ser de utilidad para ellos. De los 253 estudiantes matriculados, 137 decidieron participar en la misma. La siguiente tabla muestra la distribución por campus y título atendiendo al género del alumnado participante. TABLA 1. Datos descriptivos de los participantes <table><tr><th colspan="2" rowspan="2"></th><th colspan="2">MASCULINO</th><th colspan="2">FEMENINO</th><th colspan="2">TOTAL</th></tr><tr><th>Nº</th><th>%</th><th>Nº</th><th>%</th><th>Nº</th><th>%</th></tr><tr><td rowspan="3">CAMPUS</td><td>CÁDIZ</td><td>36</td><td>26,28%</td><td>19</td><td>13,87%</td><td>55</td><td>40,15%</td></tr><tr><td>JEREZ</td><td>14</td><td>10,22%</td><td>38</td><td>27,74%</td><td>52</td><td>37,96%</td></tr><tr><td>ALGECIRAS</td><td>14</td><td>10,22%</td><td>16</td><td>11,68%</td><td>30</td><td>21,90%</td></tr><tr><td rowspan="2">TÍTULO</td><td>ADE</td><td>59</td><td>43,07%</td><td>60</td><td>43,80%</td><td>119</td><td>86,86%</td></tr><tr><td>DCHO-ADE</td><td>5</td><td>3,65%</td><td>13</td><td>9,49%</td><td>18</td><td>13,14%</td></tr><tr><td rowspan="3">MOVILIDAD</td><td>NO</td><td>56</td><td>40,88%</td><td>71</td><td>51,82%</td><td>127</td><td>92,70%</td></tr><tr><td>SICUE</td><td>4</td><td>2,92%</td><td>2</td><td>1,46%</td><td>6</td><td>4,38%</td></tr><tr><td>ERASMUS</td><td>4</td><td>2,92%</td><td>0</td><td>0,00%</td><td>4</td><td>2,92%</td></tr><tr><td colspan="2">TOTAL</td><td>64</td><td>46,72%</td><td>73</td><td>53,28%</td><td>137</td><td>100,00%</td></tr></table>			MASCULINO		FEMENINO		TOTAL		Nº	%	Nº	%	Nº	%	CAMPUS	CÁDIZ	36	26,28%	19	13,87%	55	40,15%	JEREZ	14	10,22%	38	27,74%	52	37,96%	ALGECIRAS	14	10,22%	16	11,68%	30	21,90%	TÍTULO	ADE	59	43,07%	60	43,80%	119	86,86%	DCHO-ADE	5	3,65%	13	9,49%	18	13,14%	MOVILIDAD	NO	56	40,88%	71	51,82%	127	92,70%	SICUE	4	2,92%	2	1,46%	6	4,38%	ERASMUS	4	2,92%	0	0,00%	4	2,92%	TOTAL		64	46,72%	73	53,28%	137	100,00%
				MASCULINO		FEMENINO		TOTAL																																																																										
		Nº	%	Nº	%	Nº	%																																																																											
CAMPUS	CÁDIZ	36	26,28%	19	13,87%	55	40,15%																																																																											
	JEREZ	14	10,22%	38	27,74%	52	37,96%																																																																											
	ALGECIRAS	14	10,22%	16	11,68%	30	21,90%																																																																											
TÍTULO	ADE	59	43,07%	60	43,80%	119	86,86%																																																																											
	DCHO-ADE	5	3,65%	13	9,49%	18	13,14%																																																																											
MOVILIDAD	NO	56	40,88%	71	51,82%	127	92,70%																																																																											
	SICUE	4	2,92%	2	1,46%	6	4,38%																																																																											
	ERASMUS	4	2,92%	0	0,00%	4	2,92%																																																																											
TOTAL		64	46,72%	73	53,28%	137	100,00%																																																																											
Objetivo nº 2	Promover la identificación y seguimiento de organizaciones con interés para la toma de decisiones financieras desde una perspectiva crítica.																																																																																	
Actividades que había previsto en la solicitud del proyecto:	Los/las estudiantes deberán publicar en un foro del campus virtual un mensaje, con un enlace a una publicación que ellos mismos hayan realizado en su cuenta de LinkedIn, en la que estén etiquetando a una ORGANIZACIÓN o compartiendo una publicación de la misma, añadiendo algún tipo de comentario constructivo. En la publicación que hagan en el foro del campus virtual habilitado para ello, compartiendo el enlace de LinkedIn, tendrán que argumentar brevemente, con un texto de entre 30 y 50 palabras, por qué consideran de interés seguir a dicha organización desde una perspectiva financiera ("¿Por qué un directivo financiero debería seguir a dicha organización?"). Sus compañeros y compañeras deberán seguir el vínculo a dicho post en LinkedIn, reaccionar al mismo, buscar a la citada organización y comenzar a seguirla si lo desea (en caso de no hacerlo, justificará continuando el hilo del mensaje en el foro del campus virtual las razones por las que decide no hacerlo).																																																																																	
Actividades realizadas y resultados obtenidos:	Teniendo en consideración el orden de las distintas fases y que los estudiantes podían realizar más de una publicación en LinkedIn por cada fase, se identificó menciones a 151 ORGANIZACIONES distintas. Entre las ORGANIZACIONES de referencia, se hicieron mención tanto a empresas privadas como instituciones públicas o asociaciones, de carácter nacional e internacional. Cabe señalar que, en todos los casos, para dar la fase por superada, el estudiante debía realizar una reflexión sobre el por qué consideraba importante seguir a dicha ORGANIZACIÓN. Así, mientras que en casos como el Instituto de Crédito Oficial, BBVA, Goldman Sachs o el FMI podía ser más sencillo, en el caso de empresas privadas cuya actividad principal es distinta, los estudiantes tuvieron que hacer reflexiones como las siguientes para el caso de INDITEX; "Recomiendo mirar el grupo Inditex debido a que es una de las mayores empresas de moda a nivel mundial. Seguir a Inditex desde una perspectiva financiera por su gran capitalización bursátil, su innovador modelo de negocio de "fast fashion" y su sólida estrategia de expansión internacional, lo cual permite estudiar tanto la gestión de inventarios con la rotación en ciclos cortos y frecuente innovación de colecciones como el impacto de la globalización en los resultados financieros": o para ACS,																																																																																	

	<i>"Recomiendo seguir el grupo ACS, una de las mayores empresas globales en el sector de la construcción y la ingeniería. Destaca por su robusta estructura de ingresos, derivada de contratos a largo plazo y su enfoque en proyectos de infraestructuras de gran escala. Su sólida capacidad de generación de flujo de caja, le permite mantener una posición competitiva en mercados globales, optimizando su rentabilidad y reduciendo riesgos".</i>
Objetivo nº 3	Promover la identificación y seguimiento de personas de interés para la toma de decisiones financieras desde una perspectiva crítica.
Actividades que había previsto en la solicitud del proyecto:	<i>Los/las estudiantes deberán publicar en un foro del campus virtual un mensaje, con un enlace a una publicación que ellos mismos hayan realizado en su cuenta de LinkedIn, en la que estén etiquetando a una PERSONA o compartiendo una publicación que esta persona hubiera realizado, añadiendo algún tipo de comentario constructivo. En la publicación que hagan en el foro del campus virtual habilitado para ello, compartiendo el enlace de LinkedIn, tendrán que argumentar brevemente, con un texto de entre 30 y 50 palabras, por qué consideran de interés seguir a dicha persona desde una perspectiva financiera ("¿Por qué un directivo financiero debería seguir a dicha persona?"). Sus compañeros y compañeras deberán seguir el vínculo a dicho post en LinkedIn, reaccionar al mismo, buscar a la citada persona y comenzar a seguirla si lo desea (en caso de no hacerlo, justificará continuando el hilo del mensaje en el foro del campus virtual las razones por las que decide no hacerlo).</i>
Actividades realizadas y resultados obtenidos:	<i>Teniendo en consideración el orden de las distintas fases y que los estudiantes podían realizar más de una publicación en LinkedIn por cada fase, se identificó menciones a 140 PERSONAS distintas. Entre las PERSONAS, por su parte, fueron mencionados en publicaciones tanto referentes que ocupan (u ocuparon) cargos de especial relevancia en instituciones públicas, como CEOs, CFOs, asesores, analistas, economistas, directores de inversiones, formadores, escrito-res, creadores de contenidos o incluso exfutbolistas reconvertidos en empresarios. Así, pueden señalarse menciones que van desde Chri-sine Lagarde, Mario Draghi, Nadia Calviño, Ana Botín, Larry Fink, Elon Musk o a Antonio Garamendi a otras en las que se argumenta la idoneidad de seguir a personas como Belén Baixauli, "Recomiendo seguir a Belén Baixauli en LinkedIn es valioso desde una perspectiva financiera, ya que comparte análisis estratégicos, tendencias de mercado y consejos prácticos basados en su experiencia, lo que aporta conocimientos relevantes para la toma de decisiones financieras in-formadas y el desarrollo profesional en el sector"; Sofía Macías, "Recomiendo seguir a Sofía Macías porque es ideal para mejorar tus finanzas personales gracias a su enfoque práctico y educativo. Como autora de "Pequeño Cerdo Capitalista, ofrece herramientas claves para ahorrar, invertir y salir de deudas. Su contenido es motivador y ayuda a tomar decisiones inteligentes"; Stephanie Kelton, "Recomiendo seguir a Stephanie Kelton, ya que como profesora de economía y referente en la Teoría Monetaria Moderna (TMM), es una voz clave en la crítica al neoliberalismo. Su trabajo muestra cómo los gobiernos pueden utilizar sus recursos para fomentar el bienestar social, promoviendo un enfoque económico inclusivo, justo y sostenible, esencial para entender las políticas fiscales progresivas y la justicia social"; o Carlos Galán, "Carlos Galán es un referente en el sector inmobiliario y financiero en España. Es el creador de Libertad Inmobiliaria, una plataforma educativa que ayuda a personas a invertir en bienes raíces. Su enfoque en la formación y asesoramiento sobre inversiones inmobiliarias le ha permitido impactar a muchos emprendedores e inversores en el sector".</i>
Objetivo nº 4	Promover la identificación y seguimiento de organizaciones o personas con capacidad para impactar en la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible.
Actividades que había previsto en la solicitud del proyecto:	<i>Se replicarán las actividades previstas para el Objetivo nº2 o nº3, pero en este caso será necesario compartir una publicación relacionada con los Objetivos de Desarrollo Sostenible que haya realizado alguna de las ORGANIZACIONES o PERSONAS que se estén siguiendo como fruto de las etapas dos o tres o de una ORGANIZACIÓN o PERSONA de interés por su relevancia para la consecución de los ODS por parte de las empresas.</i>
Actividades realizadas y resultados obtenidos:	<i>en cuanto a compartir una publicación relacionada con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), se identificaron 141 menciones. De estas 141 menciones, 23 fueron a publicaciones realizadas por instituciones o asociaciones, 105 a publicaciones de empresas, 3 de res pon-sables públicos y 10 de otro tipo de referentes individuales. Dado que en esta fase era posible</i>

realizar menciones de diferentes prácticas de una misma empresa o persona, se pueden identificar como las OR-GANIZACIONES más mencionadas a BBVA (5 menciones), Banco Santander (4), Moeve (4), Banco Interamericano de Desarrollo (3), Triodos Bank (3), AXA (2), Ibercaja (2), Iberdrola (2), Mastercard (2), Mercadona (3), Patagonia (2) y Unicaja (2). Entre las PERSONAS, la única que recibió dos menciones fue Paul Polman, ex CEO de Unilever.

2. 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

Si se tiene en consideración que la asignatura solo fue superada en la convocatoria de febrero por 100 de los 253 estudiantes matriculados, puede observarse en la Tabla 2 que la mayor parte, casi el 60% de esos 100 estudiantes, fueron estudiantes que habían realizado correctamente la actividad. Es más, teniendo en consideración que, conforme a las calificaciones finales en actas de la convocatoria de febrero, solo 41 estudiantes superaron la asignatura con una calificación mínima de 7, 35 de estos 41 habían participado y culminado satisfactoriamente la actividad propuesta sobre cultura financiera. A este respecto, atendiendo a la distribución por género, se observa un ligero mejor rendimiento de las estudiantes frente a los estudiantes, identificándose una mayor proporción de mujeres que participaron en la actividad y obtuvieron una calificación mínima igual a notable.

TABLA 2. Datos de rendimiento de los participantes

Estudiantes...	MASCULINO		FEMENINO		TOTAL	
	Nº	%	Nº	%	Nº	% sobre 253 matriculados
Que iniciaron la actividad	64	46,72%	73	53,28%	137	54,15%
Que finalizaron correctamente la actividad	50	44,64%	62	55,35%	112	44,27%
Que finalizaron correctamente la actividad y aprobaron el examen final de febrero	27	45,00%	33	55,00%	60	23,72%
Que finalizaron correctamente la actividad y aprobaron la asignatura en febrero	30	48,39%	32	51,61%	62	24,51%
Que finalizaron correctamente la actividad y superaron la asignatura en febrero con un mín. de 7	14	40,00%	21	60,00%	35	13,83%

El análisis comparativo de la posible relación entre la participación en la actividad y el rendimiento académico del alumnado de la asignatura, mostrado en la Tabla 3, permite observar que quienes participaron en la actividad y se preocuparon por mejorar su cultura financiera estuvieron más conectados a la asignatura, presentándose en una mayor proporción al examen final de la asignatura, obtuvieron una mejor calificación final por término medio (5,68 vs 4,32) y mostraron un mayor rendimiento académico en general, como demuestra que el 85,71% de los "Notables" y el 100% de los "Sobresalientes" y "Matrículas de Honor" fueran obtenidos por participantes de la actividad.

TABLA 3. Comparativa de rendimiento académico

Estudiantes...	Participantes en la Actividad		No Participantes en la Actividad		TOTAL	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%
<u>Presentados</u> a examen final de febrero	106	56,00%	85	44,00%	191	75,49% sobre 253 matric.
Calificación Media de los <u>presentados</u>	5,68		4,32		5,07	
Que superaron la asignatura sobre los <u>presentados</u>	62	58,49%	38	44,71%	100	52,36%
Calificación Media de los <u>presentados y que superan</u>	7,03		5,81		6,56	
Nº Aprobados de los <u>presentados</u>	26	44,07%	33	55,93%	59	59,00% de los que superan
Nº Notables de los <u>presentados</u>	30	85,71%	5	14,29%	35	35,00% de los que superan
Nº Sobresalientes o Matrículas de los <u>presentados</u>	6	100%	0	0,00%	6	6,00% de los que superan

Tras la finalización de la cuarta fase, todos los participantes (137), con independencia de que finalmente superaran o no la actividad, tuvieron que cumplimentar un cuestionario que permitiría identificar percepciones sobre dos grandes cuestiones: (i) LinkedIn y redes sociales (ii) Utilidad y satisfacción del proyecto desarrollado.

En relación a su conocimiento, la gran mayoría del alumnado (132 de los 137) afirmaron conocer LinkedIn, si bien solo 106 de estos 132 reconocían tener una cuenta creada. Al preguntarle por su frecuencia de uso con anterioridad a la actividad, cabe destacar que la gran mayoría reconoció utilizarla muy raramente (64) o que solo la habían utilizado para crearse una cuenta (25). Llama la atención que, frente a otras redes sociales, un único estudiante afirmó utilizar dicha red social de forma diaria.

En cuanto a las razones de su escasa utilización antes de la actividad desarrollada, las más recurrentes fueron “No sabía cómo usarla” (12 menciones), “No veía su relevancia para mi área de estudio/profesión” (11), “No era una red social que usaran mis conocidos” (9) o “No sabía exactamente para qué servía” (8). En este sentido, puede observarse a partir de la información recogida en la Tabla 4 cómo la percepción sobre la utilidad de LinkedIn que tenía el alumnado ha cambiado tras el desarrollo de la actividad. Así, se aprecia una mejora importante en la percepción que tienen ahora sobre cómo LinkedIn puede facilitarles acceder a noticias financieras de interés. Además, la potencialidad de esta plataforma para acceder a este contenido es percibida por los estudiantes de forma superior a las posibilidades que este medio ofrece a sus usuarios para acceder a información relacionada con la sostenibilidad, si bien no deja de parecerles interesante que este tipo de cuestiones se publiquen en redes sociales como LinkedIn.

TABLA 4. Percepciones sobre LinkedIn y redes sociales

	Puntuación media sobre 5	Desviación
¿Consideraba <u>antes</u> de esta actividad que las redes sociales podrían resultar útiles para buscar empleo?	3,06	0,99
¿Consideraba <u>antes</u> de esta actividad que las redes sociales pueden ser útiles para estar informados de los últimos acontecimientos económicos y financieros?	3,09	0,98
¿Considera que LinkedIn facilita el acceso a noticias financieras?	4,07	0,84
¿En qué medida considera que el uso de LinkedIn le permite conocer iniciativas sostenibles relacionadas con los ODS, las Finanzas sostenibles o el Pacto Mundial de las Naciones Unidas?	3,70	1,01
¿Qué interés considera que tiene la publicación y difusión de iniciativas sostenibles en redes sociales como LinkedIn?	3,91	0,96

Entre las habilidades que LinkedIn permite desarrollar según los participantes están entre las más señaladas la identificación de oportunidades laborales/educativas (señalada por 125 de los 137 participantes), la búsqueda de noticias financieras (97), la redacción profesional en tono formal (75) y la marca personal (62). A este respecto, a los 137 participantes se les preguntó tras finalizar el proyecto y haber desarrollado la actividad con qué frecuencia estimaban que utilizarían LinkedIn de ahora en adelante. De todos ellos, 30 afirmaron que lo utilizarían con regularidad y 100 confirmaron que lo utilizarían ocasionalmente.

- 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 en la asignatura en el curso 24/25: 253				
Número de alumnado participante en el proyecto: 137				
Número de respuestas recibidas: 137				
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
43.8%	37.5%	9.4%	6.3%	3.1%
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
33.3%	47.2%	16%	2.1%	1.4%
<i>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</i>				
Nada de acuerdo	Poco de acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	Muy de acuerdo	Completamente de acuerdo
1.4%	3.5%	13.9%	48.6%	32.6%
Valoración crítica sobre la influencia que ha ejercido el proyecto en la opinión del alumnado				

En relación a la utilidad del proyecto desarrollado, las puntuaciones otorgadas por los estudiantes muestran que la actividad contribuyó significativamente a mejorar su nivel de cultura financiera, pues les permitió, tal y como se muestra en la Tabla 5, conocer y conectar con personas de interés en el ámbito financiero (4 puntos sobre 5), así como con organizaciones (4,08). Muy probablemente esta mayor conexión con entes de referencia desde una perspectiva financiera justifica que los encuestados valoren finalmente su satisfacción con el proyecto con una puntuación de 4,17 sobre 5.

TABLA 5. Utilidad y satisfacción del proyecto

	Puntuación media sobre 5	Desviación
¿En qué medida considera que el proyecto de innovación docente le ha permitido conocer personas de interés en el ámbito financiero?	4,00	0,86
¿En qué medida considera que el proyecto de innovación docente le ha permitido conocer organizaciones empresariales y/o instituciones de interés financiero?	4,08	0,86
Satisfacción General con la Actividad	4,17	0,75

El hecho de que poco más de la mitad de los estudiantes mostrasen interés por realizar una actividad voluntaria con la que obtener puntuación adicional para completar su calificación final de la asignatura pudiera ser indicativo de la desmotivación actual del alumnado por conseguir la excelencia. Así, actividades que no son de carácter obligatorias y que solo permiten la mejora de calificaciones finales parecen no despertar interés en gran parte del alumnado con independencia del género de este.

A la vista de los resultados, puede afirmarse que el desarrollo de actividades académicas progresivas que fomenten la conexión permanente con la realidad financiera, y más concretamente con personas e instituciones, favorecen el interés del alumnado por la materia y les lleva a conseguir un mejor rendimiento académico final frente a quienes optan por no participar. A este respecto, cabe sugerir por su aceptación la utilización de aplicaciones informáticas que les resultan ligeramente conocidas, pues los mismos valoran muy positivamente las potencialidades que estas pueden ofrecerles y que desconocían por desinterés en la misma. Así, por ejemplo, en el caso de LinkedIn una gran mayoría reconoció su potencial como fuente informativa o para mejorar su propia marca personal, además de ser útil como herramienta para encontrar oportunidades laborales y educativas.

El diseño actual de la actividad permitió cumplir con los objetivos propuestos, tal y como precisamente muestran las opiniones finales recabadas por parte de los participantes: "Me ha parecido muy interesante esta actividad y creo que es bastante útil para aprender sobre el ámbito financiero y demás relacionado"; "Esta actividad me ha servido para conocer mejor cómo era la aplicación (LinkedIn) y a saberla utilizar, a la vez que me ha hecho conocer a nuevos compañeros"; "Ha sido una actividad didáctica la cual sirve de gran ayuda a la hora de encontrar empleo"; "La actividad me ha parecido muy interesante, ya que me ha permitido conocer multitud de referentes financieros, además de que ha contribuido a mi formación acerca de las ODS".

Salvo que se fomente a lo largo de sus estudios, los estudiantes de titulaciones relacionadas con el ámbito de la empresa muestran una evidente falta de cultura financiera, siendo necesario promover su capacidad crítica. Por otro lado, es importante remarcar la necesidad de acompañar la mejora de la cultura financiera de actividades que promuevan la reflexión crítica frente a opiniones emitidas por los compañeros, dado que se identifica una escasa oposición entre compañeros a la hora de debatir, de construir juicios de valor fundamentados y exponerlos en público. Es por ello que se considera conveniente abordar proyectos de innovación docente que, centrados en la cultura financiera, promuevan el debate como herramienta favorecedora de la reflexión, el diseño de argumentos contrapuestos y su exposición en público.

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
<i>Los resultados del proyecto se presentarán en las Jornadas de Innovación Docente de la Facultad de CC.EE. y EE., así como en otras iniciativas de innovación docente que se desarrollen por parte de la Universidad de Cádiz.</i>
Descripción de las medidas que se han llevado a cabo
<i>A día de hoy, los resultados del proyecto han sido ya presentados en el V Congreso Internacional de Formación Permanente: Innovación en la docencia e investigación de las Ciencias Sociales y Jurídicas y Humanidades. Dentro del Área Temática “Ciencias Económicas y Empresariales”, en el Simposio “Experiencias exitosas de proyectos de innovación docente y renovación pedagógica”. Los resultados se presentaron mediante una comunicación titulada “2x1: Generando Cultura Financiera entre los Estudiantes de Administración y Dirección de Empresas a partir del uso de LinkedIn”.</i> <i>Asimismo, a partir de los resultados, parte del equipo del proyecto ha elaborado y remitido a la organización del congreso antes mencionado un Capítulo de Libro que se publicará en un libro editado por la Editorial Dykinson (Editorial de primer cuartil Q1 conforme al Scholarly Publishers Indicators)</i> <i>Por último, conforme a lo comprometido, la comunicación realizada y presentada en el congreso antes mencionado será también presentada en las Jornadas de Innovación Docente de la Facultad de CC.EE. y EE., así como en otras iniciativas de innovación docente que se desarrollen por parte de la Universidad de Cádiz en el mes de septiembre de 2025.</i>

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

SUSANA FERNÁNDEZ PÉREZ DE LA LASTRA, DECANA DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES DE LA UNIVERSIDAD DE CÁDIZ

HACE CONSTAR QUE:

D. DOMINGO MARTÍNEZ MARTÍNEZ ha presentado a la **“XIII Jornada sobre metodologías y prácticas docentes de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales”**, que ha tenido lugar el día 18 de septiembre de 2025 en la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, la comunicación titulada:

“2x1: Generando Cultura Financiera entre los Estudiantes de Administración y Dirección de Empresas a partir del uso de LinkedIn”

Cuyos autores son: Giner Manso, Yolanda; López García, Rafael; Martínez Martínez, Domingo; Rodríguez Castro, Paula Isabel y Reyes Malia, Rosario.

CSV (Código de Verificación Segura)	IV7TEG34BJGS5HB6YTXGA7XPKU	Fecha	22/09/2025 13:00:42
Normativa	Este documento incorpora firma electrónica reconocida de acuerdo a la ley 6/2020, de 11 de noviembre, reguladora de determinados aspectos de los servicios electrónicos de confianza	Validez del documento	Original
Firmado por	SUSANA FERNANDEZ PEREZ DE LA LASTRA (DECANA FACULTAD CC. ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES - DEPARTAMENTO DE ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS)		
Url de verificación	https://sede.uca.es/verifirma/code/IV7TEG34BJGS5HB6YTXGA7XPKU	Página	1/1





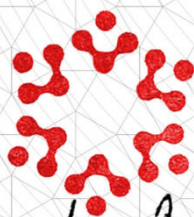
La Dirección del «V Congreso internacional de formación permanente sobre Innovación en la docencia e investigación de las Ciencias Sociales, Jurídicas y Humanidades. Innovación docente para el desarrollo sostenible en una sociedad plural: oportunidades y desafíos», celebrado de manera virtual en la plataforma inndoc.org durante los días 5 y 6 de junio de 2025 hace constar que:

DOMINGO MARTÍNEZ MARTÍNEZ

ha presentando la ponencia titulada:

2X1: GENERANDO CULTURA FINANCIERA ENTRE LOS ESTUDIANTES DE ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS A PARTIR DEL USO DE LINKEDIN

Un resumen de dicha ponencia será publicado por Ediciones Egregius en el "Libro de Actas del V Congreso internacional de formación permanente sobre Innovación en la docencia e investigación de las Ciencias Sociales, Jurídicas y Humanidades", con ISBN 978-84-1177-161-0



DECOMESI
Derecho Común Europeo
y Estudios Internacionales



Víctor Gutiérrez del Castillo
Director del congreso

Miguel Ángel Martín López
Secretario Académico del congreso

Francisco Anaya Benítez
Secretario Técnico del congreso

