

Acta de la primera reunión del Plan estratégico de la Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad de Málaga

MESA 3: EMPLEABILIDAD, CULTURA Y COMUNICACIÓN

El día 12 de febrero de 2019 a las 9:30h se reúne en la Sala de Juntas de la Facultad de Filosofía y Letras la mesa tres presidida por el Sr. Decano de la Facultad, el Dr. D. Juan Antonio Perles Rochel, al que acompañan los responsables de los vicerrectorados con competencias en los asuntos a tratar: Dr. D. Rafael Ventura Fernández, Vicerrector de Innovación Social y Emprendimiento; Dr. D. José Francisco Murillo Mas, Vicerrector de Estudiantes y Dr. D. Juan Francisco Gutiérrez Lozano, Director de Secretariado de Comunicación. A la cita asisten la vicedecana de Calidad, Planificación y Coordinación, la Dra. Dña. Sara Robles y la vicedecana de Estudiantes, Orientación, Cultura y Comunicación, la Dra. Dña. Milagros León Vegas; además de los miembros de la comunidad universitaria del Centro que se relacionan a continuación: Dra. Dña. Lorena Barco Cebrián, Dr. D. Cristian Cerón Torreblanca, Dra. Dña. Diana Esteba Ramos, Dra. Dña. Laura Esteban Segura, Dra. Dña. Remedios Larrubia Vargas, Dr. D. Jorge Leiva Rojo, Dr. D. Juan Francisco Martínez Murillo, Dra. Dña. Rocío Palomares Perraut.

Inicia la sesión el ***Señor Decano explicando la finalidad y sentido de diseñar e impulsar un Plan Estratégico de Centro.***

Se trata de una acción dentro del Plan de Calidad. Un proyecto común con el fin de elaborar una hoja de ruta para trabajar los próximos cuatro años, y actuar en los asuntos en los que tenga competencias el Centro o facilitar el trabajo alineado con la UMA en asuntos que no tiene, como investigación. Con este objetivo se han planteado 3 mesas: Internacionalización y Ordenación Académica (Mesa 1) Investigación (Mesa 2), y ésta (Mesa 3), donde la Facultad tiene más competencias: Empleabilidad, cultura y comunicación.

En cuanto a empleabilidad, no cabe duda que las prácticas curriculares han sido algo novedoso en las Humanidades. Más allá del funcionariado se abren nuevos horizontes profesionales, lo que requiere una reflexión. Por otra parte, la comunicación es básica para evitar el descenso de estudiantes matriculados y el abandono de sus estudios. Deben saber en qué trabajamos, qué ofertamos y para qué formamos. El entorno laboral actual requiere de personas muy adaptables. En este sentido hay que avanzar en el plan de Acción tutorial.

Para diseñar un Plan estratégico de Centro se han invitado, como primer paso, a los vicerrectores con competencias en las cuestiones a abordar en esta mesa, pues este equipo rectoral ha modificado el plan estratégico con distintas líneas en su planificación: emprendimiento, internacionalización... La idea de la reunión es que muestren este marco y cómo nosotros nos podemos beneficiar de esa línea estratégica y cómo podemos colaborar para conseguir mejor nuestros objetivos. En la siguiente reunión y tendríamos que formular líneas estratégicas precisas.

El Señor Decano agradece la presencia de todos los que han asistido, cediendo la palabra a los responsables de los Vicerrectorados representados.

Interviene, en primer lugar, **el Dr. D. Rafael Ventura Fernández, Vicerrector de Innovación Social y Emprendimiento.**

Éste felicita por la iniciativa de desarrollar el plan estratégico para el Centro al ser el primero de la UMA y agradece estar presente en esta fase previa de discusión, así como compartir la experiencia del diseño del plan estratégico.

El Servicio de Empleabilidad y Emprendimiento de la UMA (ubicado en el edificio The Green Ray) cuenta con dos planes estratégicos: uno de empleabilidad y desde el año pasado (2018) uno de emprendimiento. El Plan sirve para ordenar y dar sentido a lo que estás haciendo. Planificar las líneas de trabajo y diseñar acciones conforme a ellas.

A. El plan estratégico de empleabilidad:

Primer paso: diagnóstico para entender la empleabilidad desde las universidades y mejorar perfiles competenciales. La Universidad es responsable de políticas de empleabilidad.

Segundo paso: Reuniones de trabajo internas y externas con empresas.

Tercer paso: Diseño de cuatro líneas estratégicas y objetivos: Hay que *medir* el resultado de nuestras políticas e índice de empleabilidad, luego *orientar* y luego *insertar*.

a) Medir:

- *Plan de Acción Observa-e*. Se mide la inserción de los estudiantes hasta tres años después de ser egresados. En este portal hay mucha información sobre niveles de satisfacción y sobre los programas de prácticas. Se mide lo que está pasando y lo que va a pasar para adelantar los perfiles profesionales del futuro, ya que el mercado laboral no es predecible.

b) Orientar:

- El *Plan enfoca*: comprende acciones formativas para el estudiante. Se trabaja en estrecha colaboración con los Centros. Se trabaja para la inclusión de la Orientación en la labor docente (PC10).
- *Plan E-learning* para la formación con cursos on-line.
- Feria de empleo
- Plan de formación para competencias específicas: destaca la convocatoria *kill skill* para recibir del profesorado las propuestas de mejora con contenido multidisciplinar y específico.

c) Insertar: estudiantes y egresados. Dos planes concretos: Planas específicos de Prácticas externas (para perfiles que no lo tienen). Prácticas cofinanciadas con la UMA y con empresas a las que no llegábamos. Existe un plan para posgrado. El nivel de respuesta podría ser mejor. Generar demanda es difícil.

d) Otra línea era la mejora del servicio y plan de tutorización de Prácticas.

El año pasado se aprobó el plan estratégico de Innovación y emprendimiento. EVT va a aprobar un convenio de la Facultad de Filosofía y Letras con una empresa de carácter tecnológico centrada en las Humanidades.

B. El plan estratégico de emprendimiento

Objetivos: Nuevo concepto de Universidad emprendedora. El concepto de capital emprendedor es igual a capital capaz de generar innovación, tanto en la empresa pública como en la privada. Hay que fomentar la cultura de la innovación, creación de empresas de base universitaria y crecimiento de las infraestructuras.

Ejes estratégicos:

- *Plan de la cultura de innovación e incubar iniciativas dentro del campus.* Están en el Green Ray. Hay planes de formación y mentorización y gestión de las infraestructuras. Tenemos que introducir valores para el cambio y la innovación relacionada con competencias específicas. Se utiliza el mapa de procesos para ver cómo se están desarrollando las actividades.
- *Espacio LINK:* espacio conector de los innovadores con empresas. La mayoría de las acciones donde convergen vectores externos, entes públicos o privados, siempre ligados a innovación y emprendimiento. Hay más de 3 000 actividades al año. Hay programas consolidados: "programas link", todos multidisciplinares.
- *Facilitar las iniciativas innovadoras. Incubarlas e impulsarlas.* 10 proyectos incubados en LINK. En julio se decide qué iniciativas se decide incubar. Hay programas permanentes de formación y tutorización. Uno permanente de gran éxito es *Ideas Factory*. No tienen reconocimiento de créditos. Y sin embargo tiene éxito. *Explorer* es un programa de maduración de proyectos vinculado al parque tecnológico.

El problema es de comunicación para informar debidamente de estos programas a la comunidad universitaria.

Interviene, en segundo lugar, **el Dr. D. José Francisco Murillo Mas, Vicerrector de Estudiantes.**

Plantea la estructura creada por a UMA para atender de manera unificada la atención al estudiante: la Oficina de Atención al Estudiante. Son muchas las oportunidades y herramientas que pone la Universidad a disposición del estudiantado. Colaboran estrechamente con Vicerrectorado de Igualdad, de Empleabilidad, de Grado y Posgrado. La Oficina de atención al estudiante es un interlocutor. La oficina nace como apoyo a los vicedecanatos de estudiantes de los Centros.

La oficina tiene cuatro ejes:

1. Orientación: Preuniversitaria. Se canaliza con destinoUMA. Por otro lado, está la orientación universitaria que pretende dar respuestas a las inquietudes

académicas y profesionales. La Oficina está siendo proactiva con el desarrollo de los GOU (Orientación entre pares). El fin es diseñar un plan de acción tutorial de la UMA articulado en función de lo que quieren hacer los Centros (esto último está en proceso).

2. Oficia de atención a diversidad funcional. Sea en el grado que sea. Se generan informes. Existen becas de colaboración para apoyo a la diversidad.
3. Plan de acción social. Dos trabajadores sociales que asisten en materia de asistencia económica o cultural, como el tema de los refugiados. Colaboración con 20 ONGs. Se tramitan y solucionan problemas de acreditación de títulos. Becas de emergencia: hubo una reformulación para ser más operativos. Aumento de 600.000 euros en becas. Becas de cohesión social: una vez rechazadas la del Ministerio y Junta rebajando los niveles de renta. Se resuelven de oficio las ayudas de comedor y residencia, una vez demandada la beca de cohesión social.
4. Ayuda a la representación y participación estudiantil. Atendiendo a las asociaciones de estudiantes. El año pasado se modificó un reglamento de asociaciones de estudiantes muy antiguo. Se ha creado un Foro de estudiantes para la mejora de la participación con reunión anual. Una de las enmiendas del antiguo reglamento es que, al menos, un 70% de asociados sean de la UMA y la junta directiva esté integrada por estudiantes de la UMA, pues se estaban financiando proyectos que ya no son de la Universidad. Se están repartiendo mejor los recursos. Hace dos años se sacó una nueva convocatoria con 30.000 euros anuales para desarrollar actividades complementarias, con la colaboración de los Centros. Con un escrito desde decanato o dirección de departamento el Vicerrectorado colaborará en la financiación de estas actividades.

El Vicerrector de Estudiantes agradece la invitación y manifiesta la colaboración estrecha y continua mantenida con el vicedecanato de Estudiantes de este Centro.

Interviene, en tercer lugar, ***el Dr. D Juan Francisco Gutiérrez Lozano, Director de Secretariado de Comunicación***

Desde este servicio no tienen un plan estratégico como tal. Desarrollan acciones de mejora estratégicas.

Las tres líneas fundamentales son:

1. Imagen corporativa y del diseño: Hay un manual de identidad corporativa. Ayudan a los centros a planes de señalización. Renovación de los folletos de destino UMA (De momento solo Grado, se quiere hacer con Máster). Coordinar para que la imagen de la UMA sea uniforme. Se van a traducir en otros idiomas los folletos. En el plan estratégico del Centro habrá que debatir sobre logotipos.
2. La tarea tradicional es la prensa. Difusión de actividades e investigación. Hay un gestor de peticiones para la difusión de actuaciones y convocar ruedas de prensa. Hay una plataforma de “eventos.uma.es” asociada al calendario de eventos de la Web UMA. Otro medio de difusión son las pantallas. Se está trabajando para mejorar la aplicación móvil, como vía de futuro para las informaciones.

3. Comunicación interna y contenidos digitales. La web institucional requiere de designar el responsable político de los contenidos que se publican. En la actualidad se está trabajando en la traducción de la web al inglés.

Habría que hacer un plan de comunicación con el objeto de:

- Gestionar las listas de distribución. Para evitar la saturación.
- Redes Sociales. Hay que coordinar con los departamentos. Manual de identidad corporativa actualizarlo con normas de este tipo. Evitar redes sociales efímeras. Y potenciar recursos audiovisuales.
- Dos agencias internacionales de noticias especializadas en investigación y Universidades: EurekaAlert y Alfagalileo. Hay que potenciarlas e incrementar estos vínculos.

El Señor Decano toma la palabra y hace referencia a la importancia de la comunicación. Es vital establecer canales efectivos para que la información académica, de empleabilidad y emprendimiento, de becas y ayudas lleguen a la comunidad universitaria.

Sin más asuntos que tratar, el Señor Decano agradece la implicación de los asistentes, quienes manifiestan el interés de los asuntos abordados, levantando la sesión a las 11:45h.

Actúa como secretaria de esta reunión y firma la presente acta Dña. Milagros León Vegas, Vicedecana de Estudiantes, Orientación, Cultura y Comunicación.

En Málaga, a 12 de febrero de 2019



Fdo.: Milagros León Vegas