

ARTÍCULO ORIGINAL

Los servicios de orientación profesional en las universidades españolas

Belén S. Lantarón
belen.lantaron@unileon.es
Universidad de León

RESUMEN: Entre las estrategias con que cuenta la Universidad española para favorecer la *empleabilidad* de sus estudiantes está ofertar servicios que los apoyen y faciliten su transición del mundo académico al mundo laboral. La finalidad del estudio que aquí se presenta es obtener una visión actualizada de dichos servicios, incidiendo en su organización y actuaciones. La información se ha obtenido a través de un cuestionario presentado a los responsables de estos servicios y en el que han participado 48 universidades españolas, siendo los estadísticos descriptivos y de correlación los que sustentan el análisis. Los resultados indican que no existe un único modelo organizativo y que trabajan varias líneas de actuación, desde las más tradicionales (orientación e información) a otras más innovadoras (emprendimiento).

PALABRAS CLAVE: Educación Superior, *Empleabilidad*, Orientación Profesional, Servicios de Orientación

The career guidance services in the Spanish universities

ABSTRACT: One of the strategies available to the Spanish university to promote the employability of its students is to offer services that support students and facilitate their transition from academia to employment. The purpose of the study presented here is offer an update description of such services, focusing on organization and performances. The information was obtained through a questionnaire submitted to the responsible for these services, which involved the participation of 48 Spanish universities, using the descriptive and correlation statistics in the analysis. The results indicate that there is no single organizational model and working, developing several lines of action, ranging from the traditional, such as guidance and information, to more innovative as support for entrepreneurship.

KEY WORDS: Higher Education, Employability, Career Guidance, Guidance Services

Fecha de recepción 24/04/2013 · Fecha de aceptación
24/04/2014

Dirección de contacto:
María Belén Suárez Lantarón
Departamento de Psicología, Sociología y Filosofía. Área MIDE
Facultad de Educación. Universidad de León
Campus de Vegazana, s/n
24071 LEÓN

1. INTRODUCCIÓN

En este último siglo, el mercado laboral se ha visto modificado tanto desde el punto de vista sociológico, como desde el económico y el tecnológico. Estos cambios han propiciado

la desaparición de algunos tipos de empleo y la aparición de otros. Si hasta hace 25 años trabajar suponía formar parte de una empresa para toda la vida, en un puesto de trabajo y con un contrato fijo, el mercado actual demanda un nuevo tipo de trabajador que, además de ser competente en su campo, cuente con habilidades interpersonales e intrapersonales y con disposición para moverse en un mercado laboral global (Do Ceu Teveira y Rodríguez Moreno, 2010).

El trabajo cambia, pero no cabe duda de que lograr un puesto de trabajo es parte fundamental del desarrollo del individuo y por ello, la preocupación por la inserción socio-laboral, la *empleabilidad*, de todas las personas está en la base de todas las políticas y entre los objetivos últimos de la educación (OIT, 2012; Rodríguez Espinar, Prades, Bernáldez y Sánchez, 2010; Santana Vega, 2010).

Las instituciones de Educación Superior juegan un papel fundamental en este ámbito, especialmente en los aspectos relacionados con la *empleabilidad* de sus estudiantes. En primer lugar, porque inciden en una cuestión clave como es la formación, los resultados de aprendizaje adquiridos por los estudiantes, que deben adecuarse a las demandas del mercado laboral (Mora, 2011; Martín del Peso, Rabadán y Hernández, 2013; Sánchez Pozo, 2008). En segundo lugar, porque pueden orientar, guiar, asesorar a sus estudiantes tanto en la construcción de su proyecto de carrera o proyecto profesional, como en el proceso de transición desde el mundo académico al mercado laboral, mediante una adecuada oferta de servicios de orientación profesional (García Manjón y Pérez, 2008; Uceda, 2011; Vieira, 2009).

1.1. La orientación profesional en la Universidad

La mayoría de autores coinciden en señalar que los primeros servicios de orientación profesional que se vinculan con la etapa de Educación Superior son los denominados Centros de Orientación e Información para el Empleo (COIE), fruto de un convenio de colaboración entre el Instituto Nacional de Empleo (INEM), la Fundación-

Empresa (que posteriormente se extenderá a otras provincias y cuyo objetivo era acercar entre sí la Universidad y la empresa), la Cámara de Comercio y cuatro universidades madrileñas: U. Complutense, U. Autónoma, U. Politécnica y UNED.

Estos centros se encontraban integrados dentro de las universidades como oficinas delegadas del INEM. Su misión consistía en aconsejar y ayudar a los graduados universitarios para buscar el primer empleo y dar orientación sobre dónde poder ejercer los conocimientos y formación recibidos (Alonso y López, 1983). Respondían a un modelo de orientación de ajuste del individuo al puesto de trabajo (no debemos olvidar que surgen en un momento en que la tasa de desempleo entre los estudiantes universitarios es elevada). En palabras de Sánchez y Guillamón (2008, p. 331):

“En su origen, los servicios de orientación universitaria en España se han basado en la demanda social de facilitar la inserción en el mercado de trabajo de los nuevos titulados, a fin de reducir las tasas de paro y el subempleo, así como el desequilibrio entre la formación universitaria y las exigencias del mercado laboral”.

Autores como Ayats (2010) y Grañeras y Parras (2008) consideran que, con el tiempo, el objetivo de favorecer el empleo de los universitarios fue adquiriendo importancia y la propia labor desarrollada por estos servicios (orientación e información hacia el empleo) puso de manifiesto la necesidad de orientación (también académica y personal) entre los universitarios.

La mayoría de autores (Grañeras y Parras, 2008; Sánchez García, 2010; Sobrado y Cortés, 2009; entre otros) sitúan en la década de los 90 y primera del siglo XXI, la etapa de consolidación de servicios en las universidades españolas. Es también durante ese período cuando se elaboran numerosos trabajos que justifican la orientación en el ámbito universitario (Campoy y Pantoja, 2000; Salmerón, 2001; Rodríguez Moreno, 2002; Sánchez García, 1998); que señalan la necesidad de recibir orientación por parte de los estudiantes universitarios (Fernández Díaz, 2006; Llorent, 2006; Saúl, López-González y Bermejo, 2009; Tomás, Beas, Burriel y

Martínez, 2007); y muchos otros que revisan la situación y oferta de este tipo de servicios en esta etapa educativa (Lantarón, 2012; Martínez Gómez, 2008; Simón, 2006; Urzainki et al, 2005).

De la revisión bibliográfica se deduce que los servicios de orientación profesional universitarios cobran relevancia, considerándose (también por parte de los estudiantes) como una herramienta fundamental en la mejora de la empleabilidad de los egresados (González López y Martín Izard, 2004). Igualmente se observa que si bien la función que tradicionalmente se asigna a los servicios de orientación profesional universitarios es la inserción laboral de sus estudiantes y egresados (particularmente la gestión de prácticas en empresa y la gestión de una bolsa de empleo), con el paso del tiempo, dichos servicios han ido describiendo un abanico más amplio de actividades que van desde las anteriormente descritas a otras como la investigación (ANECA, 2007; Salmerón, 2001; Sánchez y Guillamón, 2008; Sobrado y Cortés, 2009; Tomás et. al, 2007).

Asimismo, en las últimas décadas y en relación con las reformas llevadas a cabo en la Educación Superior española, la oferta de servicios de orientación ha pasado a considerarse un elemento de calidad de dichas instituciones (ANECA, 2006; Martínez Clares y Martínez Juárez, 2011; Saúl et al., 2009).

Tras lo expuesto, resulta obvio el importante papel que desarrollan los servicios de orientación profesional (no sólo como herramienta para favorecer la *empleabilidad* de los estudiantes universitarios, sino también como elemento de calidad). Sin embargo, observamos que existen pocos trabajos que se planteen como objetivo el estudio específico de los servicios de orientación profesional universitarios (cómo son y qué actividades realizan), cuestiones éstas que se plantean como finalidad de este estudio descriptivo.

2. OBJETIVOS Y METODOLOGÍA

El objetivo general es obtener una visión global y actualizada de los servicios de orientación profesional que se ofertan

actualmente en las universidades españolas, describiendo sus características y las actividades que desarrollan.

Para alcanzar dicho objetivo planteamos un estudio descriptivo en el que se utiliza la encuesta (diseño de un cuestionario) como método de obtención de información.

2.1. Diseño

La elaboración del cuestionario partió de una revisión bibliográfica previa, la cual fue utilizada como guía y orientación para el establecimiento de las diferentes categorías y variables, apoyándonos en mayor medida en el modelo utilizado en el estudio de Vidal, Díez y Vieira (2001) y en el Mapa de Actividades propuesto por la ANECA (2007).

El cuestionario fue validado mediante prueba piloto (entrevista semiestructurada con los responsables de los servicios de orientación profesional de las universidades de la Comunidad Valenciana) y juicio de expertos (se envió el cuestionario a los responsables de servicios de orientación profesional de cinco universidades: A Coruña, Cantabria, Granada, Jaume I y Murcia).

Su formato final (para poder enviarse on-line) consta de 10 secciones y 78 ítems, como se recoge en la Tabla 1.

2.2. Recogida de datos

La recogida de datos se inició en junio de 2011 y se realizó *on-line*, enviando el cuestionario por correo electrónico a los responsables de los servicios de las universidades españolas. En septiembre se refuerza la recogida de datos con un nuevo envío a aquellos servicios que no habían respondido aún.

2.3. Análisis

Teniendo en cuenta que el objetivo final planteado en el estudio es realizar una descripción de una situación, son los estadísticos descriptivos y de correlación los que sustentan el análisis.

SECCIONES	Nº ÍTEMS	BREVE DESCRIPCIÓN
Presentación de los servicios universitarios de empleo	10	Los ítems recogen información sobre los servicios. Se indican aspectos organizativos como la Universidad a la que pertenecen, su dependencia institucional, el número de personas que trabajan, etc.
Área de orientación e información	16	En este apartado, además de conocer si existe un área dentro del servicio que trabaja estos aspectos, los ítems recogen información sobre las actividades que en materia de orientación e información se organizan desde el servicio.
Área de Prácticas Académicas Externas	7	Además de conocer si existe un área dentro del servicio dedicada a estas tareas, los ítems recogen información sobre el modo en que se gestionan dichas prácticas externas.
Área de formación para el empleo	14	Se conoce si existe un área dentro del servicio para gestionar la formación, además de las actividades, la organización y destinatarios de éstas.
Agencia de colocación	3	A través de los ítems se recoge información sobre si en el servicio hay un área que se ocupa de modo exclusivo de realizar dichas actividades, además de conocer cómo se gestiona dicha bolsa.
Emprendimiento	9	Mediante los ítems planteados se recoge información sobre si en el servicio hay un área que se ocupa de modo exclusivo de este tipo de actividades, además de conocer cómo son organizadas.
Observatorio de Ocupación y Estudios de Egresados	10	Los ítems recogen información sobre los estudios de egresados que se llevan a cabo desde el servicio y cómo son utilizados por su Universidad.
Evolución del servicio en los últimos años	5	Se recoge información sobre cómo ha ido modificándose el servicio en estos últimos años, en cuanto a financiación y a desempeño de labores.
Buenas prácticas	1	Los servicios exponen aquellas actividades que son consideradas como una buena práctica por los resultados obtenidos con ellas.
Valoración final	3	Los responsables de los servicios exponen aspectos que creen deberían cambiarse y aquellos que deberían ser suprimidos.

Tabla 1. Estructura del cuestionario utilizado

2.4. Población y muestra

El sistema universitario español cuenta, en este momento, con un total de 78 universidades distribuidas del siguiente modo: 47 universidades públicas presenciales, 24 universidades privadas presenciales, 1 universidad pública no presencial, 4 universidades privadas no presenciales y 2 universidades públicas especiales.

Para la realización de este estudio no se han considerado las siguientes: U. Menéndez Pelayo, U. Internacional de Andalucía, U. Internacional de la Rioja, U. Internacional de Valencia, U. Obertà de Catalunya, U. a Distancia de Madrid (UDIMA), la U. Tecnológica y Empresa y la U. Europea de Canarias, pues al buscar a través de sus páginas web la oferta de un servicio de estas características no se encontró ninguna referencia. Por tanto, la población final de la que partimos la forman 70 universidades: 48

de titularidad pública (68,6%) y 22 de titularidad privada (31,4%).

Obtenemos respuesta de un total de 45 servicios universitarios (lo que supone un

64,3% de la población) de los cuales 33 pertenecen a universidades públicas y 12 a universidades privadas. En la Tabla 2 se presentan estos datos de modo más detallado.

	POBLACIÓN		MUESTRA		Muestra/Población
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje
Pública	48	68,6%	33	73,4%	68,7%
Privada	22	31,4%	12	26,6%	54,5%
Total	70	100%	45	100%	64,3%

Tabla 2. Población y muestra

Realizados los análisis pertinentes, encontramos que la muestra se adecua a la población en titularidad (Prueba Chi² Diferencias no significativas, $P= 0.157$), año de creación de las universidades (Prueba Chi² Diferencias no significativas, $P= 0.220$), número de estudiantes matriculados (Prueba Chi² Diferencias no significativas, $P= 0.109$), oferta de titulaciones (Prueba Chi² Diferencias no significativas, $P= 0.301$) y número de campus (Prueba Chi² Diferencias no significativas, $P= 0.123$).

Tan solo se observa limitación en relación con la distribución de la muestra por Comunidades Autónomas. La muestra obtenida se encuentra distribuida en 15 de las 17 CCAA (no se obtiene participación en Asturias y Canarias).

3. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Los resultados obtenidos y su discusión se presentan atendiendo a los distintos aspectos y variables analizadas.

3.1. Denominación del servicio

La denominación de los servicios de orientación profesional ofertados en nuestras

universidades es muy amplia y variada. Como se recoge en la Tabla del Anexo I, de los servicios que han participado en el estudio únicamente se ha producido coincidencia en dos de las denominaciones utilizadas: bajo las siglas de los antiguos COIEs y que se corresponden con *Centros de Orientación e Información para el Empleo* (5 servicios) y bajo la denominación *Servicio Universitario de Empleo* (2 servicios).

Por otro lado, las denominaciones se inician con diferente terminología: *Gabinete, Oficina, Unidad, Servicio*, etc., y algunas de ellas introducen palabras más novedosas como *emprendizaje, emprendimiento* o *autoempleo*.

Sin embargo, y a pesar de esta variedad en las denominaciones, los datos muestran que todos ellos recogen algún término que expresa, de algún modo, que el servicio trabaja en la línea de la orientación para el empleo. Los términos que se repiten en mayor frecuencia son: empleo (53,3%), orientación (24,4%), prácticas (20,0%) o profesional (15,5%).

3.2. Año de inicio del servicio

La mayoría de servicios inició su andadura entre los años 1990 y 2000. Tan sólo uno de los servicios es anterior a la década de los 80.

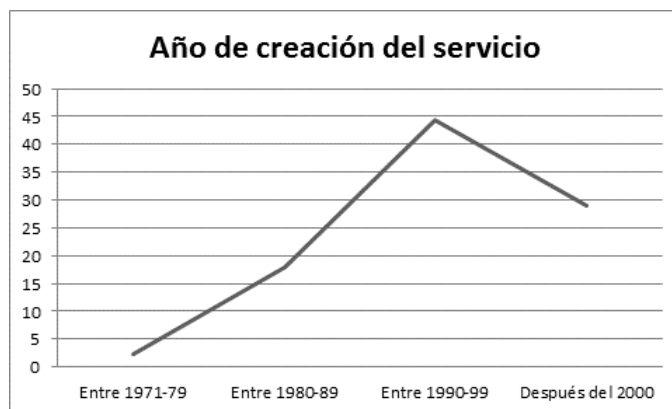


Figura 1. Año de creación servicios de orientación profesional universitarios

Estos datos corroboran las afirmaciones de autores como Sánchez y Guillamón (2008) o Grañeras y Parras (2008) cuando afirman que la expansión más importante de estos servicios se produce en las décadas de los 80 y 90. Además, este incremento en la oferta de servicios por parte de las universidades coincidiría con la etapa de expansión de la Universidad en nuestro país (tanto en número de estudiantes como de instituciones). Como ya hemos señalado, también es en esa época cuando se producen el mayor número de estudios y trabajos que reclaman y exigen la

implementación de la orientación (en todos los ámbitos: académico, personal y profesional) para dicha etapa educativa.

3.3. Dependencia institucional

Los resultados obtenidos indican que la mayoría de los servicios (un 57,8%) dependen de un Vicerrectorado de Estudiantes, un 17,8% lo hace de las Fundaciones Universidad-Empresa, un 15,6% depende de otro Vicerrectorado y, en menor medida (un 4,4%) tienen dependencia mixta.

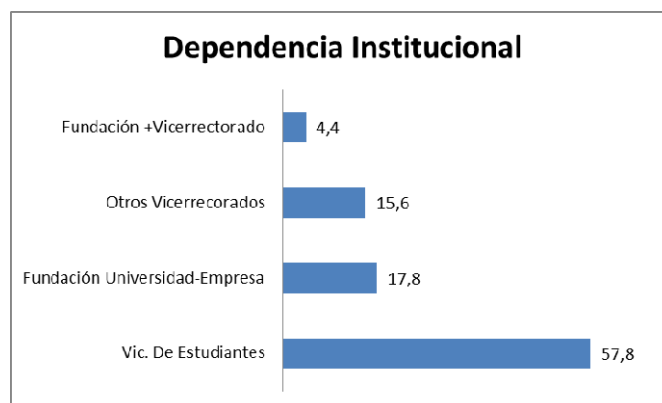


Figura 2. Dependencia institucional

El hecho de que la mayoría de servicios señalen su vinculación con el Vicerrectorado de Estudiantes coincide con los datos del estudio de Ferrer-Sama (2008). Además, este resultado es el esperable, pues éste es un servicio destinado mayoritariamente a atender las necesidades de los estudiantes y egresados.

3.4. Recursos Humanos con que cuentan los servicios

Los datos apuntan que un 33,3% de los servicios cuenta con un personal de entre 5 y 10 personas; un 24,4% dicen contar con menos de 5 personas, y un 42,2 % se distribuye de forma más heterogénea, superando los 10 empleados.

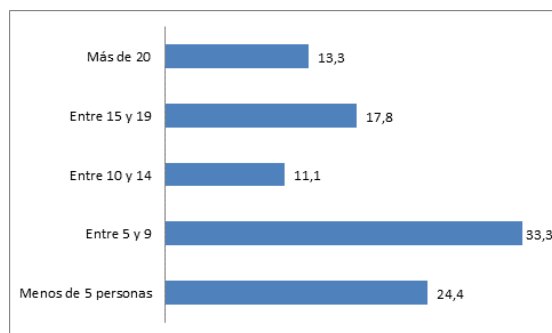


Figura 3. RRHH con que cuentan los servicios

El servicio que cuenta con menos personal señala que sólo 2 personas trabajan en el servicio, mientras que el que cuenta con mayor número lo hace con 43 profesionales.

En función de la titularidad de la Universidad, los datos reflejan que la mayoría de universidades públicas (27,3%) dicen contar entre 5 y 9 personas, al igual que ocurre en la mayoría de las privadas (50%).

Por categorías profesionales (técnicos, administrativos, becarios, directores, subdirectores y otros) indican lo siguiente:

- Técnicos: de un total de 40 servicios, son más numerosos (55,6%) aquellos servicios que dicen contar con menos de 5 técnicos entre su personal. Entre los servicios participantes hay un servicio que no cuenta con personal técnico, y

otro de ellos que cuenta con al menos 30 personas de dicha categoría profesional.

- Administrativos: de un total de 35 servicios que responden esta cuestión, la mayoría de ellos (53,3%) dicen que entre su personal cuentan con menos de 5 administrativos. De los servicios participantes, 9 de ellos (25,7%) dicen que sólo tienen un administrativo, mientras que el servicio que más profesionales de esta categoría tiene son 12.

- Becarios: de un total de 28 servicios, el 48,9% de ellos señala contar con menos de 2 becarios. Entre los servicios participantes hay un 17,8% de ellos que cuentan con sólo un becario y hay un solo servicio que indica contar con un total de 10 becarios.

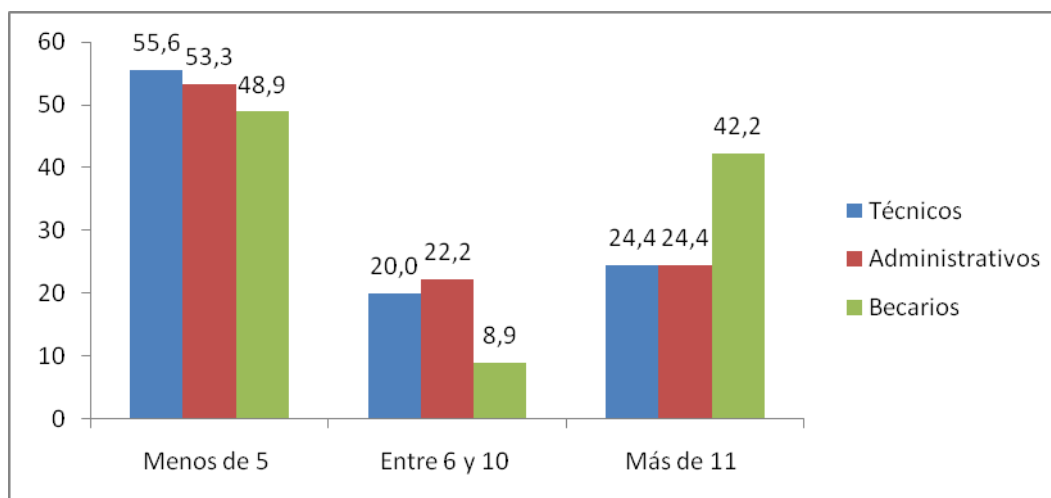


Figura 4. RRHH por categorías profesionales

En el caso de los directores y subdirectores:

- Director: de los 39 servicios que señalan contar con un director del servicio, la mayoría (80%) dice que el servicio cuenta con un director. Observamos que hay un servicio que responde no contar con director y dos de los servicios dicen contar con 2 directores.
- Subdirector: a la pregunta de si cuentan con un subdirector del servicio han respondido tan solo 10 de los servicios de la muestra e indican que, la mayoría (13,3%) no cuenta con un director de servicio, mientras que señalan contar con un subdirector un 8,9% de ellos.
- Otros: de los 12 servicios que responden que cuentan con otro tipo de personal (personal no recogido en las anteriores categorías: técnicos, administrativos, becarios, director o subdirector) las respuestas se encuentran divididas entre los que responden que no tienen a nadie (8,9%) y los que dicen contar con una persona que no figura en las anteriores categorías (8,9%).

Estos datos corroboran los obtenidos por Sánchez y Guillamón (2008) y revelan la gran diversidad relacionada con el personal que trabaja en dichos servicios, no sólo en cuanto al número, sino también en sus categorías profesionales.

Para conocer la consistencia que tienen dichos equipos de profesionales, se consultó a los servicios sobre la antigüedad de su personal, preguntando quién (categoría profesional) llevaba más de tres años trabajando en dicho servicio (expresado en porcentaje). Los datos recogidos refieren que un 69,78% de los técnicos; el 55,82% de los administrativos; el 62,31% de los directores y un 4,44% de los subdirectores, llevan tres años o más trabajando en el servicio. Es decir, el personal con mayor antigüedad serían los técnicos y directores de los servicios. Como

vemos, la categoría “becarios” no se refleja, pues su propia condición de tal, implica la no adquisición de antigüedad.

Si tenemos en cuenta la titularidad de la Universidad, se observa mayor porcentaje de personal técnico y administrativo, con una antigüedad de tres años o más, en los servicios de las universidades públicas que en los servicios de las universidades privadas.

En este sentido, probablemente existan voces que se alcen en pro de la renovación y la adquisición de personal joven, capaz de innovar y promover nuevas estrategias, mientras que otras opten por equipos consolidados y habituados al trabajo en equipo. No debemos olvidar que la antigüedad también conlleva un grado de experiencia y conocimiento en el área de trabajo. En todo caso nuestra opinión es que se debe contar con personal cualificado para desarrollar la labor de orientación y asesoramiento.

Añadir que los datos obtenidos prueban que los servicios de orientación profesional no han descuidado esta tarea, pues la mayoría de ellos (71,1%) señala que su personal recibe formación continuada, y que dicha formación se promueve, también mayoritariamente (53,3%) por la propia Universidad, seguida (51,1%) por el propio servicio.

3.5. Financiación

Los servicios de orientación profesional universitarios son financiados, en su mayoría, con fondos provenientes de la propia Universidad.

Por categorías profesionales, son los técnicos y los administrativos el personal que mayoritariamente señala que son financiados con fondos externos a la Universidad.

La financiación externa proviene, principalmente, de las propias Comunidades Autónomas (a través del Servicio Público de Empleo, programas, etc.) y de las empresas privadas (por la facturación de servicios prestados).

3.6. Líneas de actuación que se trabajan desde el servicio

Los datos revelan que el 93,3% de los servicios trabaja en la línea de orientación e información, el 86,7% gestionan las prácticas académicas, el 71,1% cuentan con una bolsa de empleo o agencia de colocación, el 71,1% promueve actividades

de formación, el 53,3% trabaja en la línea del *emprendedurismo* y el 57,8% cuentan con un observatorio de ocupación. Además, un 28,9% señalan realizar otro tipo de actividades no indicadas anteriormente. Por tanto el mapa de actividades que señalan realizar encajaría con el mapa de actividades propuesto en ANECA (2007), e incluso sería más amplio.

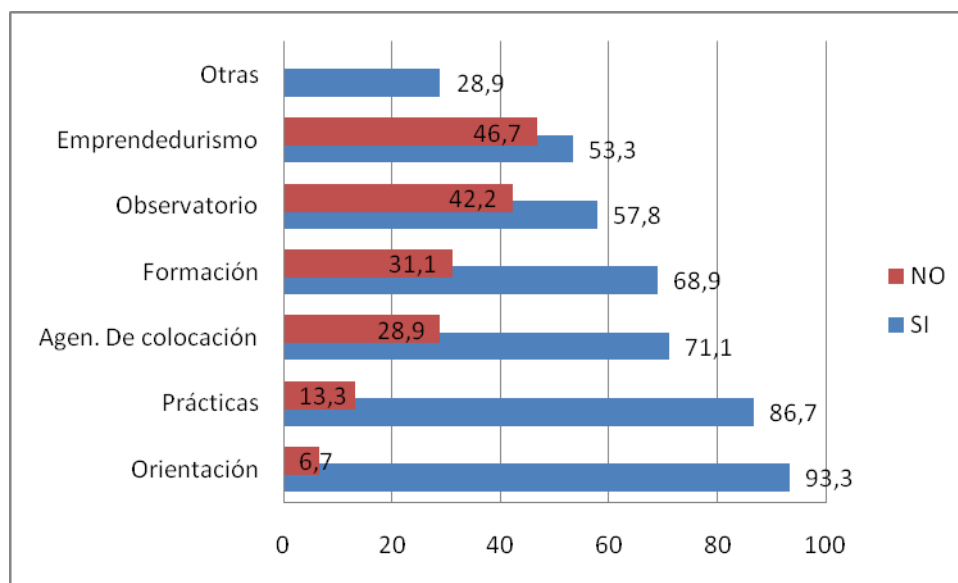


Figura 5. Actividades realizadas desde los servicios de orientación profesional universitarios

Teniendo en cuenta la titularidad de las universidades, los datos siguen esta misma tendencia, si bien hay variación en cuanto al orden: los datos de los servicios de las universidades públicas colocan en primer lugar la orientación (97%), seguida de las prácticas (84,8%) y la formación (75,8%); mientras que los datos de los servicios de las universidades privadas colocan en primer lugar la gestión de las prácticas (91,7%), seguida de la orientación (83,3%) y la Bolsa de empleo (75%).

A continuación se presentan los resultados obtenidos atendiendo a cada una de estas áreas o líneas de actuación.

3.6.1. Área de orientación

Los servicios de orientación trabajan casi en su totalidad (93,3%), la línea de orientación, si bien este porcentaje desciende cuando se refiere a contar con un área específica dedicada a la orientación. No se encuentran grandes

diferencias entre los datos aportados por los servicios de las universidades privadas o públicas.

Sobre las actividades de orientación que organizan o programan los servicios observamos que no sólo refieren un mapa variado de actividades, sino también variados destinatarios y metodologías, al igual que los ámbitos descritos en los que se centran dichas actividades (reorientación de la carrera, oposiciones, *emprendedurismo*, búsqueda de empleo, salidas profesionales). Se observa que en muchas ocasiones las actividades de orientación van ligadas a las de información.

Estos resultados prueban que, además de las actividades que se promueven y organizan directamente desde el servicio o la Universidad, también se programan actividades de orientación que se realizan en coordinación, colaboración o financiación de algún organismo público (Servicio Público de

Empleo, Comunidad Autónoma, etc.). Mientras que el primer tipo de actividades (promovidas desde el servicio-Universidad) cuentan con cierta libertad de formato, duración, periodicidad, metodología, etc., y son destinadas generalmente a estudiantes y egresados, las actividades que se programan con mediación de otros organismos tienen mayor rigidez en su formato y programación, y deben atender también a otros destinatarios

como por ejemplo los demandantes de empleo de la zona.

Estas actividades se realizan en la mayoría de los servicios (86,7%) de forma presencial, no existe gran diferencia en la realización de dichas actividades de forma grupal (77,8%) o individual (75,6%), y en general se destinan a los estudiantes de últimos cursos (86,7%), seguidos de los egresados (80%).

VARIABLES	RESULTADOS	
Línea de orientación	93,3% de servicios	97% de Públicas 83,3% de Privadas
Área de orientación	68,9% de servicios	80,6% de Públicas 54,5% de Privadas
Actividades	Individuales	Tutorías Entrevistas Coaching personal
	Grupales	Cursos Talleres Foros
	Metodología: Presencial (86,7%) y Grupal (77,8%)	
	Duración	Entre 1 y 6 horas (42,2%) Dos días Continuidad a lo largo del curso
Destinatarios	Estudiantes últimos cursos (86,7%)	
Colaboradores	Sí (77,8%)	Empresas (57,8%) Servicios públicos de empleo (53,3%)
Tipo de colaboración	Participación directa (64,4%) Financiación (46,7%)	
Indicadores de satisfacción	Sí, 30 servicios (66,7%) No son públicos (62,2%)	

Tabla 3. Resumen de los resultados obtenidos en el área de orientación

3.6.2. Área de prácticas académicas externas

La gestión u organización de las prácticas académicas externas (término tomado según figura en el art. 2.1 del R. D. 1707/2011) es la segunda línea de actuación que mayoritariamente señalan los servicios. En este apartado también desciende el porcentaje de servicios que cuenta con un área específica para gestionar o trabajar las prácticas. Por titularidad, el porcentaje de servicios de las universidades privadas que señalan trabajar esta línea es mayor que el porcentaje de servicios de las universidades públicas.

Como indica el Real Decreto 1707/2011, las modalidades de las prácticas académicas externas son curriculares y extracurriculares. Los datos obtenidos indican que son las prácticas académicas externas extracurriculares las que, de forma mayoritaria (77,8%), gestionan los servicios de orientación profesional universitarios. También señalan que dichas prácticas son remuneradas siempre, mientras que las prácticas externas curriculares lo son algunas veces.

También se observa que es mínimo (2,2%) el porcentaje de servicios que indica no

mantener contacto con los tutores, tanto de empresa como de la Universidad.

estudiantes y en un 62, 2% cuentan con indicadores de satisfacción de las empresas.

Por otro lado, un 64,4% de los servicios cuenta con indicadores de satisfacción de

VARIABLES	RESULTADOS	
Línea de prácticas	86,7% de servicios	84,8% de Públicas
		91,7% de Privadas
Área de prácticas	80% de servicios	83,9% de Públicas
		90,9% de Privadas
Modalidad de las prácticas	Curriculares: 48,9 %	
	Extracurriculares: 77,8%	
Remuneración	Curriculares: Algunas veces (22,2%)	
	Extracurriculares: Siempre (44,4%)	
Contacto tutores	Universidad: Sí (55,6%)	
	Empresa: Sí (53,3%)	
Indicadores de satisfacción	Estudiantes: Sí (64,4%)	
	Empresas: Sí (62,2%)	

Tabla 4. Resumen de los resultados obtenidos en el área de prácticas

3.6.3. Área de formación

Los datos muestran que un 71,1% de los servicios trabaja en la línea de la formación. Por titularidad, son los servicios de las universidades públicas los que señalan trabajar esta línea en un porcentaje más elevado (75,8%) que los servicios de las universidades privadas (50%). El porcentaje desciende en ambos casos cuando se trata de contar con un área específica para desarrollar estas tareas.

En relación con la duración, metodología y destinatarios, los datos obtenidos siguen las mismas pautas que los datos obtenidos en el área de orientación.

En opinión de los responsables, las actividades de formación programadas inciden, principalmente, sobre las competencias

metodológicas, y la motivación que lleva al alumnado a realizar estas actividades es, principalmente, la mejora de las competencias personales, seguida por la motivación para mejorar la formación adquirida en sus titulaciones.

La mayoría de los servicios de orientación profesional universitarios señalan apoyarse en recursos electrónicos o TICs (44,4% usa la web, 15,5% usa el e-mail) para dar a conocer las actividades de formación que ofertan.

Los datos muestran que para realizar estas actividades el 51,1% de los servicios cuentan con colaboradores externos a la Universidad, empresas en la mayoría de casos (31,1%). Además, la colaboración con la que cuentan mayoritariamente (37,8%) es la participación de modo directo en la realización de la propia actividad.

VARIABLES	RESULTADOS	
Línea de formación	71,1% servicios	75,8% de Públicas 50% de Privadas
Área de formación	57,8% servicios	70% de Públicas 45,5% de Privadas
Actividades	Duración: Entre 7 y 20 horas	
	Metodología: presencial (62,2%) y grupal (46,7%)	
	Competencias metodológicas	
Destinatarios	Estudiantes últimos cursos (57,8%) Egresados (57,8%)	
Dar a conocer las actividades	Apoyo de recursos electrónicos y TICs	
Colaboradores	Sí, 51,1% de los servicios Empresas (31,1%)	
Tipo de colaboración	Participación directa (37,8%) Financiación (28,9%)	

Tabla 5. Resumen de los resultados obtenidos en el área de formación

3.6.4. Agencia de colocación o bolsa de empleo

En este apartado se muestran los datos relativos a la gestión de actividades dirigidas propiamente a la inserción de sus graduados, recogidas bajo las denominaciones de agencia de colocación o bolsa de empleo.

Según los datos obtenidos un 71,1% de los servicios registran demandas de empleo y ofertas laborales, generando los lazos oportunos entre egresados y empresas. Además, casi la totalidad de servicios (95,5%) señala que cuenta con un área específica para desarrollar esta tarea.

Por titularidad, son los servicios de las universidades privadas los que indican en mayor porcentaje (75%) seguir este tipo de actividad.

La mayoría de los servicios (84,4%) señalan que en dicha bolsa de empleo sólo pueden inscribirse los egresados de su Universidad. Un 15,6% señala que también pueden inscribirse personas en mejora de empleo y un 8,9% indica que pueden hacerlo desempleados del entorno. La inscripción en dicho servicio puede ser, en la mayoría de casos (46,7%), por un tiempo prolongado.

VARIABLES	RESULTADOS	
Línea Bolsa de empleo	71,1% de servicios	69,7% de Públicas
		75% de Privadas
Área Bolsa de empleo	95,1% de servicios	93,3% de Públicas
		100% de Privadas
Destinatarios	Egresados (84,4%) Estudiantes últimos cursos (42,2%)	
Tiempo de inscripción	Más de 5 años (46,7%) Ilimitado (22,2%)	

Tabla 6. Resumen de los resultados obtenidos en relación con la Bolsa de Trabajo

Estos resultados ponen de relieve la prioridad de los servicios de orientación profesional universitarios por gestionar los aspectos relacionados con la *empleabilidad* relativa a sus egresados y estudiantes.

3.6.5. *Emprendedurismo*

Esta línea supone el ámbito más innovador en el que ya trabajan un 53,3% de servicios, porcentaje que se mantiene cuando señalan contar con un área que de modo específico trabaja esta línea. Por titularidad, son los servicios de las universidades públicas los que en mayor medida (57,6%) siguen esta línea de trabajo.

Las actividades que se organizan en esta área son: la información o sensibilización para el autoempleo (51,1%), actividades de

orientación para el autoempleo (46,7%), actividades relacionadas con el apoyo y acompañamiento en la creación de empresas (37,8%), y ayuda al desarrollo de proyectos (26,7%).

Los datos muestran que los principales destinatarios de este tipo de actividades son los egresados (46,7%), seguidos de los estudiantes de últimos cursos (44,4%).

La mayoría de servicios (53,3%) señala que para realizar estas actividades cuenta con agentes externos, los cuales suelen colaborar participando directamente en la actividad (37,8%).

El área cuenta con indicadores de satisfacción, tanto de resultados (24,4%) como de usuarios (31,1%).

VARIABLES	RESULTADOS	
Línea de emprendedurismo	53,3% de servicios	57,6 % de Públicas
		41,7% de Privadas
Área de emprendedurismo	53,3% de servicios	69 % de Públicas
		36,4% de Privadas
Actividades	Información y sensibilización (51,1%)	
	Metodología: Presencial (46,7%) y Grupal (46,7%)	
Destinatarios	Graduados (46,7%)	
Colaboradores	Sí, 53,3% de los servicios Servicio público de empleo (28,9%)	
Tipo de colaboración	Participación directa (37,8%)	
Indicadores de satisfacción	De usuarios (31,1%) De resultados (24,4%) No son públicos (35,6%)	

Tabla 7. Resumen de los resultados obtenidos en el área de *emprendedurismo*

3.6.6. *Observatorio de ocupación*

Las actividades relacionadas con el observatorio de ocupación (estudios de egresados, estudios de mercado, etc.) se llevan a cabo por el 57,8% de los servicios. Por titularidad de la Universidad, el porcentaje de servicios de universidades públicas que

trabajan esta línea es mayor que el de servicios de las universidades privadas.

Casi la totalidad (91,7%) de servicios de las universidades públicas señalan realizar estudios de egresados. También el porcentaje de servicios de las universidades privadas que indican hacerlo es elevado (88,9%).

En el caso de los estudios de mercado, el porcentaje es menor. Un 28,6% de servicios de las universidades públicas y un 25% de servicios de las privadas señalan llevar a cabo este tipo de estudios.

En opinión de los responsables de los servicios, la utilización que hace su Universidad de los resultados de estos estudios se recogen en dos categorías: tomar decisiones sobre las titulaciones y conocer la

empleabilidad (tasa de inserción) de sus egresados. Otras opciones que han señalado son: conocer el mercado laboral y los perfiles requeridos por las empresas, promocionar a la propia Universidad y como indicador de efectividad de estudios, entre otros.

La información para elaborar estos estudios, según la mayoría de servicios, es recogida mediante encuestas dirigidas a egresados y empresas.

VARIABLES	RESULTADOS	
Línea Observatorio	57,8% de servicios	60,6% de Públicas 50% de Privadas
Área de Observatorio	51,1% de servicios	60,7 % de Públicas 54,5% de Privadas
Estudios de egresados	Sí, 66,7% de servicios Son públicos (46,7%)	91,7% de Públicas 88,9% de Privadas
Estudios de mercado	No, 46,7% de servicios No son públicos (20%)	28,6% de Públicas 25% de Privadas
Utilización de estos estudios	Tomar decisiones sobre las titulaciones Conocer la empleabilidad de sus graduados	
Fuentes de información	Encuestas a egresados Encuestas a empresas	

Tabla 8. Resumen de los resultados obtenidos en el área del Observatorio de ocupación

4. CONCLUSIONES

A la luz de los resultados obtenidos podemos describir, a grandes rasgos, los servicios de orientación profesional que las universidades españolas ofertan a sus estudiantes, caracterizándose por ser servicios jóvenes (consolidados a partir de la década de los 90) cuya denominación, organización, estructura y recursos personales son heterogéneos. Este hecho ya se observa en otros estudios previos como el de Salmerón (2001), Sánchez García (1998), Sánchez y Guillamón (2008), Simón (2006) o el de Vidal et. al (2001) y que autores como Grañeras y Parras (2008), Santana Vega (2010) o Vieira (2007) justifican como resultado de procesos y coyunturas históricas, políticas e institucionales específicas de cada Universidad, pues éstas gozan de autonomía en su gestión. Otros autores (como Flores, Gil y Caballer, 2012; Sánchez y Guillamón, 2008) consideran que es producto de la carencia de una normativa que reconozca y regule la orientación en esta etapa educativa.

En nuestra opinión, consideramos que sería más ventajoso adoptar una denominación integradora, si bien esta propuesta no es novedosa, pues ya ha sido reivindicada en trabajos anteriores (Salmerón, 2001; Sánchez y Guillamón, 2008; Vidal et al., 2001). Coincidimos con ellos en que promover un servicio integral de empleo que pueda ser identificado fácilmente por sus usuarios, así como la colaboración y coordinación con otros agentes, facilitar la comunicación y el intercambio de experiencias y buenas prácticas, y promover la creación de redes de colaboración y grupos de trabajo, tanto a nivel nacional como internacional, no sólo contribuye a la mejora de la calidad de las propias instituciones, sino que responde al derecho de los estudiantes universitarios (R.D. 1791/2010).

No obstante, y a pesar de dicha heterogeneidad, estos servicios comparten un mismo objetivo a la hora de programar y gestionar sus actividades para el empleo: *mejorar la empleabilidad y ayudar a la*

inserción laboral de sus estudiantes y egresados, si bien en los enfoques y metodologías para alcanzarlo puedan diferir.

Observamos que, si bien desde su creación (como señala el estudio de Sánchez y Guillamón, 2008) estos servicios dedican la mayoría de sus esfuerzos a aquellas actividades directamente vinculadas con el empleo de los egresados (inserción o bolsa de empleo e información), en los últimos años han desarrollado otras actividades para favorecer la empleabilidad de sus egresados y estudiantes, como son la formación (fomentando habilidades y atributos necesarios en la obtención y búsqueda de empleo) o la promoción del autoempleo y creación de empresas (emprendimiento).

Si tenemos en cuenta que la consecución de competencias (genéricas y específicas) posibilita una mayor vinculación entre la Educación Superior y el empleo (García y Pérez, 2008; Jiménez Vivas, 2009; Villa y Villa, 2007; Yanis y Villardón, 2006) la oferta de este tipo de servicios por parte de las universidades constituye una adecuada herramienta en pro de la *empleabilidad* de sus estudiantes, no sólo por la orientación, el asesoramiento o la información para la construcción de su proyecto profesional, sino también porque favorecen la adquisición de competencias y habilidades que no se obtienen a través del currículo oficial, así como algunas estrategias personales que intervienen en la consecución de empleo y que, como señala Cardenal de la Nuez (2006), cada vez cobran más énfasis en la *empleabilidad*.

Para la mayoría de servicios, los destinatarios principales de sus actuaciones son los egresados y estudiantes de últimos cursos, probablemente por ser éste un momento crucial en la toma de decisiones para acceder al mercado laboral y por tanto, ser ésta la población que más demande dicha asistencia. Coincidiendo con los datos recogidos en el estudio de Flores, Gil y Caballer (2012), aún es mínimo el número de servicios que destinan actividades a estudiantes de primeros cursos. No obstante, también hay que destacar que muchos de los servicios asumen como población diana un campo mayor de destinatarios, incluyendo actuaciones para docentes, orientadores de Secundaria,

empresas, etc. En este sentido, creemos importante favorecer el apoyo y la orientación en general, y de modo específico la profesional, a los estudiantes desde los niveles iniciales e incluso en colaboración con los orientadores y tutores de centros de Bachillerato y Formación Profesional, para atender las posibles necesidades que surjan en la toma de decisiones relacionada con la construcción de su proyecto profesional, el cual da comienzo cuando se decide a qué titulación acceder.

Por otro lado, la oferta de servicios de orientación se reconoce como indicador de calidad de las universidades españolas (ANECA, 2006). En este sentido, hemos observado que los servicios de orientación profesional universitarios se muestran preocupados por la calidad y, en la mayoría de ellos y para todas las áreas, señalan contar con indicadores de satisfacción de usuarios.

Desde muchos estudios y trabajos en los que se trata la *empleabilidad* de los graduados (Martín del Peso et al., 2013; Pastor et. al, 2004; Sánchez Pozo, 2008; o en proyectos como TUNING O REFLEX) se insta a la colaboración entre agentes externos a la Universidad y las propias instituciones de Educación Superior argumentando que resulta fundamental conocer qué es lo que las empresas requieren de los titulados universitarios. En este sentido, se confirma que en todas las áreas o líneas de actuación los servicios cuentan con colaboradores externos a la Universidad: el Servicio Público de Empleo, empresas, asociaciones profesionales, etc. Su colaboración consiste, en una amplia mayoría de casos, en la participación directa en la realización de la propia actividad, cuestión que parece lógica si tenemos en cuenta que dichos colaboradores pueden aportar de primera mano datos, experiencias y expectativas del mercado laboral que ayudan en la *empleabilidad* de los estudiantes.

Apoyándonos en la opinión de Rodríguez Espinar et al. (2010) cuando señalan que la responsabilidad de *encontrar empleo* por el individuo (su preparación y conducta de búsqueda de empleo) se traslada también a la institución que lo forma (logro de una adecuada inserción laboral de sus egresados), enfatizamos el hecho de que las universidades

deben implementar la oferta de estos servicios y apostar por su desarrollo. Más considerando que en este momento económico y social las tasas de desempleo se han disparado.

Finalmente, nos gustaría detallar algunas limitaciones observadas en este trabajo y avanzar algunas posibles líneas de investigación que permitirán una continuidad y mejora de los aspectos aquí tratados.

En relación con la información obtenida para la elaboración de este trabajo, ésta ha sido recogida mediante las respuestas a un cuestionario aportadas por los responsables de los servicios y, si bien hemos contado con una buena disposición por su parte, sería interesante complementar la información mediante entrevistas (personales o telefónicas).

Por otro lado, los servicios reconocen la utilización de las nuevas tecnologías y de las redes sociales como medio para dar a conocer sus actividades. Coincidimos con la opinión de Sánchez y Guillamón (2008) en que sería necesario profundizar en el impacto de las nuevas tecnologías en los procesos de orientación.

Además, este estudio se centra en conocer cómo son y qué hacen los servicios de orientación profesional universitarios y no se ha profundizado ni en las necesidades ni en el índice de satisfacción de usuarios. Conocer cuál es la opinión de los estudiantes a este respecto sería muy interesante.

BIBLIOGRAFÍA

- Alonso Rivas, J. y López Quero, M. (1983). Los COIEs de las Universidades madrileñas: seis años de actividades. *Colección Forum Universidad-Empresa*. Madrid: Fundación Universidad-Empresa.
- ANECA (2006). *Criterios y directrices para la acreditación de las enseñanzas universitarias conducentes a títulos oficiales españoles de grado y máster*. Madrid: Aneca.
- ANECA (2007). *Mapa de actividades de empleo realizadas por las universidades*. Madrid: Aneca, Unidad de estudios.
- Ayats Salt, J.C. (2010). *Estrategia de la Universidad Politécnica de Valencia para la empleabilidad de sus titulados en el marco de las relaciones Universidad-Empresa*. Valencia: UPV, Tesis doctoral.
- Campoy, T.J. y Pantoja, A. (2000). La orientación en la universidad de Jaén. *Revista española de orientación y psicopedagogía*, 11 (19), 77-106.
- Cardenal de la Nuez, M.E. (2006). La universidad como dispositivo de colocación social. Movilidad y reproducción en la era de la precariedad laboral. *Revista de Educación*, 341, 281-299.
- Do Ceu Teveira, M. y Rodríguez Moreno, M.L. (2010). La gestión personal de la carrera y el papel de la orientación profesional. Teoría, práctica y aportaciones empíricas. *Revista de orientación educativa y psicopedagógica*, 21 (2), 335-345.
- Fernández Díaz, M.J. (2006). *Necesidades de los estudiantes universitarios ante la realidad del Espacio Europeo de Educación Superior*. Madrid: MEC.
- Ferrer-Sama, P. (2008). *Guidance and Counselling in Higher Education: National Report for Spain*. Estudio realizado dentro del trabajo *Guidance and Counselling in Higher Education in European Union. Member States*, realizado por FEDORA.
- Flores, R., Gil, J.M y Caballer, A. (2012). Rol del servicio de orientación en universidades de Francia, EEUU, Canadá, Reino Unido y España. *Papeles del psicólogo*, 33 (2), 138-147.
- García Manjón, J.V. y Pérez López, M.C. (2008). EEES, competencias profesionales y empleabilidad. *Revista Iberoamericana de Educación*, 46/9, pp. 12.
- Grañeras, M. y Parras, A. (Coords.) (2008) *Orientación educativa: fundamentos teóricos, modelos institucionales y nuevas perspectivas*. Madrid: CIDE.
- González López, I. y Martín Izard, J.F. (2004). La orientación profesional en la universidad, un factor de calidad según los alumnos. *REOP*, 15 (2), 299-315.
- Jiménez Vivas, A. (2009). Reflexiones sobre la necesidad de acercamiento entre la universidad y el mercado laboral. *Revista Iberoamericana de Educación*, 50 (1), 1-8.
- Lantarón, B.S. (2012). *Los servicios de orientación y apoyo a los estudiantes universitarios*. Madrid: EAE.
- Llorent Bendmart, V. (Dir.) (2006). *Valoración de los estudiantes universitarios sobre los*

- servicios ofrecidos en sus respectivas universidades. Análisis y estudio comparado.* Madrid: MEC.
- Martín del Peso, M., Rabadán, A.B. y Hernández, J. (2013). Desajustes entre formación y empleo en el ámbito de las enseñanzas técnicas universitarias: la visión de los empleadores de la Comunidad de Madrid. *Revista de Educación*, 360, 244-267.
- Martínez Clares, P. y Martínez Juárez, M. (2011). La orientación en el siglo XXI. *Revista electrónica Interuniversitaria de formación del profesorado*, 14 (1), 253-263.
- Martínez Gómez, F. (Dir.) (2008). *Análisis de los servicios de información, orientación y apoyo proporcionados por las universidades y utilización de los mismos por los universitarios.* Madrid: MEC.
- Mora, J.G. (2011). *Las competencias relacionadas con la empleabilidad.* Ponencia en el Seminario Bienal de Educación Superior y Empleabilidad, celebrado en Madrid en 2011, Cátedra Unesco de Gestión y Política Universitaria.
- OIT (2012). *Competencias para el empleo. Orientaciones de política. Formulación de una política nacional sobre el desarrollo de competencias laborales.* Ginebra: Publicación de informes de la OIT.
- Pastor, M.S., Simón, L., García, J. y Tovar, E. (2004). *Las demandas sociales y su influencia en la planificación de las titulaciones en España en el marco del proceso de convergencia europea en educación superior.* Madrid: MEC/Fundación Universidad-Empresa.
- Real Decreto 1707/2011, de 18 de noviembre, por el que se regulan las prácticas académicas externas de los estudiantes universitarios. Publicado en BOE nº 297, de 10 de diciembre de 2011 (pp.132.391-132.399).
- Real Decreto 1791/2010, de 30 de diciembre, por el que se aprueba el *Estatuto del Estudiante Universitario.* Publicado en BOE nº 318, de 31 de diciembre de 2010 (pp. 109.353-109.380).
- Real Decreto 1497/81, de 19 de junio, sobre *Programas de Cooperación Educativa.* Publicado en BOE nº 175, de 23 de julio de 1981 (pp. 16.734-16.735).
- Rodríguez Espinar, S., Prades, A., Bernáldez, L. y Sánchez, S. (2010). Sobre la empleabilidad de los graduados universitarios en Catalunya: del diagnóstico a la acción. *Revista de Educación*, 351, 107-137.
- Rodríguez Moreno, M.L. (2002). *Hacia una nueva orientación universitaria.* Barcelona: Universidad de Barcelona.
- Salmerón, H. (2001). Los servicios de orientación en la universidad. Procesos de creación y desarrollo. *Revista Ágora Digital*, 2, formato digital.
- Sánchez García, M.F. (1998). Las funciones y necesidades de orientación en la universidad: un estudio comparativo sobre las opiniones de los universitarios y profesionales. *Revista Española de Orientación y Psicopedagogía*, 9 (15), 87-107.
- Sánchez García, M.F. (2010). La orientación en España: Despegue de una profesión. *Revista Española de Orientación y Psicopedagogía*, 21 (2), 231-239.
- Sánchez García, M.F. y Guillamón Fernández, J.R. (Coords.) (2008). Situación actual de los servicios de orientación universitaria: estudio descriptivo. *Revista de educación*, 341, 329-352.
- Sánchez Pozo, A. (2008). Elementos clave en el diseño de módulos y titulaciones EEES. *Revista de Investigación en Educación*, 5, 41-48.
- Santana Vega, L. (2010) Transición a la vida activa. Presentación. *Revista de Educación*, 351, 15-21.
- Saúl, L.A., López-González, M.A. y Bermejo, B.G. (2009). La orientación educativa en las universidades españolas: De la orientación laboral y vocacional a la atención psicológica. *Acción psicológica*, 6 (1), 7-15.
- Simón, L. (Coord.) (2006). *Estudio sobre los servicios de prácticas y empleo (SPE) de las universidades de la Comunidad de Madrid.* Madrid: Agencia de Calidad, Acreditación y Prospectiva de las Universidades de Madrid.
- Sobrado, L. y Cortés, A. (Coords.) (2009). *Orientación profesional: nuevos escenarios y perspectivas.* Madrid: Biblioteca Nueva.
- Tomás, B. Beas, I., Burriel, R. y Martínez, I. (2007). *Necesidades de orientación profesional de los estudiantes y titulados de la Universidad Jaume I.* Jornadas de fomento de la investigación, curso 2006/07.
- Toscano Cruz, M.O. (2001). Necesidad de orientación en la universidad. *Ágora digital*, 2, edición digital.
- Uceda, J. (2011). *¿Qué pueden hacer las universidades para mejorar la empleabilidad de sus egresados?* Presentación en el Seminario Bienal de Educación Superior y

- Empleabilidad, celebrado en Madrid en 2011, Cátedra Unesco de Gestión y Política Universitaria.
- Urzainki, J., Pozuelo, C., De la Fuente, D., Luengo, I., Martín, P. y Miquel, J. (2005). *Definición y modelos de servicios de información y orientación universitarios*. Salamanca: Grupo SIOU.
- Vidal, J., Díez, G. y Vieira, M.J. (2001). *La oferta de servicios de orientación en las universidades españolas: innovación y ajuste a las necesidades de la comunidad universitaria*. Madrid: MECD.
- Vieira Aller, M.J. (2007). Influencia comparada del perfil de los estudiantes en la planificación de la orientación universitaria. *Revista Española de Pedagogía*, 236, 49-70.
- Vieira Aller, M.J. (Dir.) (2009). *El análisis de la demanda formativa del mercado laboral en el diseño de los nuevos planes de estudio*. Madrid: MEC.
- Villa Sánchez, A. y Villa Leicea, O. (2007). El aprendizaje basado en competencias y el desarrollo de la dimensión social en las universidades. *Educar*, 40, 49-67.
- Yanis, C. y Villardón, L. (2006). *Planificar desde la competencia para promover el aprendizaje*. Bilbao: ICE de la U. de Deusto.

ANEXO

Anexo 1. Tabla de denominación de los servicios

Nº/ casos	Denominación del servicio
1	Área de empleo- Fundación empresa Universidad de Navarra
1	Centro de asesoramiento profesional
1	Centro de atención a los estudiantes-Bolsa de trabajo (CAE)
1	Centro de información y promoción de empleo (CIPE)
5	Centro de orientación e información de empleo (COIE)
1	Centro de orientación profesional y emprendizaje
1	Centro de promoción de empleo y prácticas
1	Departament d’Orientació i Inserció profesional
1	Departamento de orientación e información de empleo
1	Departamento de Empleo-Fundación General Universidad de Valladolid
1	DeustoLan
1	Dirección general de empleo
1	Gabinete de apoyo a la orientación profesional y ayuda al empleo
1	Gabinete de iniciativas para el empleo (GIPE)
1	Observatorio ocupacional
1	Observatorio de inserción profesional y asesoramiento laboral
1	Oficina del estudiante-Unidad de prácticas en empresa
1	Oficina de inserción profesional y estancias en prácticas
1	Oficina d’Orientació i Inserció Laboral (OIL)
1	Oficina de orientación laboral SEXPE-UEX
1	Oficina de prácticas y empleo
1	Oficina de prácticas externas y orientación para el empleo
1	Oficina de promoción de empleo
1	Relaciones Universidad-Empresa
1	Servicio de apoyo al emprendimiento y el empleo (SAEE)
1	Servicio de atención y ayudas al estudiante
1	Servicio de cooperación empresarial y promoción de empleo
1	Servicio de Información, Prácticas y Empleo
1	Servicio de información y atención universitaria
1	Servicio de inserción profesional , prácticas y empleo (SIPE)
1	Servicio integrado de empleo (SIE)
1	Servicio de orientación y empleo
1	Servicio de orientación, información, prácticas, empleo y autoempleo (SOIPEA)
1	Servicio de orientación y planificación profesional
1	Servicio de prácticas y empleo
2	Servicio universitario de empleo (SUE)
1	Treball Campus
1	Unidad de apoyo al empleo para universitarios
1	Unidad de empleo
1	Unidad de orientación profesional y empleo