

# Prácticas en empresas: distancias y cercanías entre la sociedad y la universidad

Las prácticas en empresas son un aspecto muy importante de la formación de los futuros profesionales a juicio de alumnos, docentes y empleadores. Lamentablemente, algunas empresas aprovechan todos los resquicios de la escasa regulación para evitarse un nuevo contrato.

## CHELO SÁNCHEZ SERRANO

Las distancias y cercanías entre la sociedad y la universidad, el mundo empresarial y el de la formación, suelen perfilarse muy nítidamente en el interés común de las prácticas en empresas. En pocos terrenos como éste, la universidad y la empresa se relacionan tan directamente, tan interesadamente y a veces de forma tan compleja. ¿Cómo se establecen las relaciones entre unos y otros, qué tipo de puentes se tienden entre el futuro profe-

sional y el mundo laboral, qué esperan las empresas de las facultades y qué les pedimos nosotros a ellas, cuáles son algunas de las percepciones de los estudiantes? A estas preguntas trataremos de responder en el siguiente artículo; desde una reflexión amparada en nuestra experiencia como Facultad de Comunicación de la Universidad Pontificia de Salamanca (UPSA) desde 1988 y sin más pretensión que compartir nuestra forma de entender esta parcela de la forma-

**Chelo Sánchez Serrano** es profesora de la Facultad de Comunicación de la Universidad Pontificia de Salamanca y en la actualidad vicedecana de Alumnos.

ción de los futuros comunicadores.

La hoy Facultad de Comunicación de la UPSA inició su andadura a finales de la década de los ochenta, bajo la denominación de Facultad de Ciencias de la Información. Éramos entonces la quinta facultad de España que impartía estos estudios, un único título de licenciado y una primera promoción con un número reducido de alumnos. Desde 1996, esta facultad imparte tres titulaciones bajo la denominación de Facultad de Comunicación (Periodismo, Comunicación Audiovisual y Publicidad y Relaciones Públicas) y tiene alrededor de 1.300 alumnos. Hoy existen 45 centros universitarios en España que ofrecen alguno de estos estudios. En estos 18 años, el panorama universitario y el profesional han cambiado en diferentes sentidos y también la relación entre universidad y empresa en un ámbito tan complejo como el de la incorporación de los futuros profesionales al mundo laboral.


## ¿Qué son las prácticas en empresas?

Entendemos por prácticas profesionales aquellas actividades realizadas

fuera de las instalaciones de la institución académica por los estudiantes, ya sean de licenciatura o de postgrado. Estas prácticas se desarrollan en empresas, entidades o instituciones relacionadas con su ámbito de formación. Las actividades tienen un

doble objetivo: completar la formación del alumno y abrir caminos de integración hacia el mercado laboral para nuestros alumnos y futuros titulados. Las prácticas se regulan mediante los convenios de cooperación educativa firmados entre las facultades, en este caso entre la Facultad de Comunicación de la Universidad Pontificia, y las empresas o instituciones que acogen a los estudiantes. Un alumno en prácticas es un pre-profesional que nunca debería sustituir el trabajo de un profesional,

pero tampoco puede ser alguien que llegue a la empresa sin un lugar y una tarea que cumplir. No hay nada más frustrante para un alumno en prácticas que no alcanzar sus objetivos de formación y experiencia, ni más ni menos que en la misma medida que nos lo exigen a los centros de formación. Esta “formación para la vida laboral” es algo que –a mi juicio– la sociedad les debe a los futuros profesionales y que la universidad



Un alumno en prácticas es un pre-profesional que nunca debería sustituir el trabajo de un profesional.

---

---

no puede ejercer sola en su papel de agente de transmisión de conocimientos. Pero también, sin duda, es responsabilidad de todos, universidad, empresa, comunicadores y estudiantes, velar por la dignificación de la profesión de comunicador en cualquiera de sus ámbitos, ya sea desde el estudio, desde las prácticas, o desde el ámbito de trabajo de cada uno.

La regulación sobre este tema es realmente mínima y sujeta a interpretaciones. Según un Real Decreto de 1994 pueden acceder a una plaza de prácticas aquellos alumnos universitarios que hayan superado el 50% de los créditos de su titulación (según Real Decreto 1845/1994, de 9 de septiembre). No hay regulación específica para los títulos de postgrado. Las universidades establecen sus relaciones con las empresas a través de los denominados convenios de cooperación educativa, una declaración de intenciones en la que ambas partes aceptan una serie de condiciones. Con posterioridad, para cada alumno que se incorpora a una empresa, se rellena un anexo de prácticas que recoge las condiciones específicas de la estancia de ese estudiante en concreto.

Esta relación formal entre empresa y universidad, amparada por el Real Decreto 1845 09/09/94, tiene el declarado objetivo de “reforzar la formación de los alumnos universitarios en las áreas operativas de las empresas para conseguir profesionales con una visión real de los problemas y sus in-

terrelaciones, preparando su incorporación futura al trabajo”. Esta declaración de intenciones es la que da sentido a la figura del estudiante en prácticas y la que obliga a la universidad y a la empresa a entenderse en virtud de una especie de bien colectivo en el que ambas partes salen beneficiadas.

Desde el punto de vista práctico estas relaciones: a) no establecen relación contractual alguna, b) no existe obligación de remuneración para la empresa, aunque sí se contempla la posibilidad de una aportación económica en concepto de bolsa de estudios y c) el alumno, durante su estancia en la empresa, está cubierto por el seguro escolar tal y como lo confirma la circular 5-018 de 7 de junio de 1999 sobre cobertura de seguro escolar, “para aquellas prácticas que hayan sido organizadas o autorizadas según lo dispuesto por Real Decreto con independencia de que sean o no obligatorias para la obtención del título...”

## **Reflexión sobre las prácticas**

Desde mi punto de vista, el flujo de la oferta y la demanda de prácticas obliga a las facultades a que revisemos continuamente esta parcela de nuestro compromiso formativo. Con la intención de mejorar la gestión de un servicio a nuestros alumnos en primera instancia, y a la sociedad en general, desde la facultad nos propu-

simos el curso pasado abrir una reflexión colectiva sobre las prácticas en empresas. Para ello se aplicó una encuesta personal a todos los alumnos de la facultad, a todos los profesores y a una selección de empresas de diferentes sectores y ámbitos geográficos de actuación (empleadores).

El 97% de los alumnos de la Facultad de Comunicación de la UPSA valoran como muy importantes o importantes las prácticas en empresas. Su impresión es que mejoran o completan la formación práctica que se les da en la universidad y además les permite acercarse al mercado laboral. Es significativa la variación de los datos en los dos últimos cursos, donde los alumnos dan más importancia a las posibilidades de futuro laboral que a la formación práctica.

Casi una cifra similar, el 93% de los profesores de la Facultad, valora como muy importante para completar la formación del alumno ese tipo de prácticas. Del mismo modo, las empresas consultadas hacen la misma valoración de esta realidad.

Llegamos, pues, a una primera conclusión, la comunidad universitaria, alumnos y profesores, y las empresas coinciden en la

necesidad de las prácticas en empresas, aunque cada uno llegue a esa conclusión desde intereses particulares diferentes.

En los últimos dos cursos académicos han realizado prácticas alrededor de 320 estudiantes de las tres titulaciones de la facultad. Generalmente, la oferta supera a la demanda. Por ejemplo, el curso pasado la oferta de prácticas en empresas para los meses de verano fue de 518, lo que significa que habitualmente quedan plazas de prácticas sin cubrir. En muchas ocasiones, la facultad no puede satisfacer las demandas de la empresa ya que, según nuestra forma de entender las prácticas, es el alumno el que decide voluntariamente si quiere optar a ellas o no. Al no existir una obligación, no contamos con un número

real de estudiantes en prácticas sino con un número potencial. La falta de atractivo de la empresa, la no remuneración, la ubicación geográfica o las escasas expectativas de futuro laboral en ese ámbito son las principales coincidencias que hacen que una plaza de prácticas termine quedando vacante. Por el contrario, y en menor medida, también hay alumnos que no encuentran las prácti-

#### DATOS DEL INFORME SOBRE PRÁCTICAS

- Encuesta a todos los alumnos de licenciatura  
Universo total: 1.330  
Muestra: 701  
Fecha: mayo 2005
- Encuesta a todos los profesores  
Universo: 70  
Muestra: 30  
Fecha: julio 2005
- Encuesta a una selección de empresas:  
Universo: 40  
Muestra final: 10  
Fecha: octubre 2005
- Autores: José David Urchaga, David Alameda y Chelo Sánchez

cas que buscan. Y en esta realidad influyen razones intra-facultad y extra-facultad. Por razones internas nos referimos al expediente académico que es un criterio que aplica la facultad ante una situación de competencia de varios alumnos por una misma plaza de prácticas y que limita por tanto las posibilidades de elección del que tiene notas más bajas. Entre las razones externas destacan, sobre todo, los procesos de selección de las empresas que cada vez son más complejos y dejan a muchos candidatos en el camino.

## **Prácticas en empresas, ¿la puerta del primer empleo?**

Que las prácticas en empresa son una buena herramienta para encontrar el primer empleo parece ya una tendencia incuestionable a la luz de los datos aportados por diferentes estudios universitarios. Otra cuestión más compleja es la calidad de ese primer empleo.


Un estudio realizado en 2004 por la Universidad Politécnica de Valencia entre casi 300 empresas de la provincia de Valencia aseguraba que el 74% de las empresas contrataba a titulados con prácticas ([www.universia.es](http://www.universia.es), 13/7/2004). Un estudio anterior de la Fundación Universidad Carlos III de Madrid, realizado a partir de los datos aportados por 870 empresas arrojaba el dato de que 4 de cada 10 becarios se incorporaban a la plantilla de

la empresa en la que habían completado su formación. Las bolsas de empleo de las universidades eran la principal fuente de selección de nuevo personal según 8 de cada 10 empresas ([www.finanzas.com](http://www.finanzas.com), 20/08/ 2003).

Un trabajo publicado por la Universidad Politécnica de Valencia y referenciado por *El País* el 11 de abril de 2005 confirmaba que las prácticas realizadas en la propia empresa eran la experiencia previa mejor valorada por los empleadores. En los últimos años la figura del estudiante ha empezado a asociarse también con programas de responsabilidad social corporativa. En este sentido, la compañía telefónica Vodafone tiene un programa de recolocación asegurada de becarios. Se trata de contratar cada año un número de estudiantes de entre el 8 y el 10% de su plantilla (alrededor de 4.000 trabajadores) “con el objetivo de colaborar con la sociedad en la dinamización del primer empleo”. En términos generales, y de manera específica en el sector de la comunicación, son muchas las empresas que aseguran que las prácticas son una buena forma para detectar talentos, en definitiva, para hacer cantera.

Los alumnos de la Facultad de Comunicación de la UPSA comparten esta percepción. Una percepción cada día más asentada que nos ha obligado a redefinir algunos planteamientos iniciales. Tradicionalmente han sido los estudiantes del penúltimo curso de carrera los beneficiarios

de estas prácticas. Sólo ellos podían optar en primera instancia y, en un segundo momento, ante plazas vacantes podían hacerlo los alumnos de 3º y de 5º. Desde la Facultad se entendía que ese era el mejor año si aplicábamos el objetivo fundamental de complemento para la formación, ya que es además en 4º cuando realmente comienza la especialización del alumno. La percepción de que sólo tras ellas se accede a un puesto de trabajo y la realidad del mercado laboral, que da pocas oportunidades a los recién licenciados en la consecución del primer empleo, nos han hecho replantearnos al sujeto potencial de las prácticas en empresas. Son cada vez más las empresas que demandan alumnos de último curso, con el argumento de las posibilidades de continuidad laboral con posterioridad a la beca. Este argumento en el fondo es una media verdad: es cierto que un número más o menos relevante de alumnos en prácticas se acaba quedando con un contrato de trabajo en la empresa en la que ha hecho prácticas. De hecho, algunas de las empresas encuestadas por la Facultad hablan hasta de un 80% en los tres últimos años, pero la media está en el 20% y varias



Algunas empresas aprovechan todos los resquicios de la escasa regulación para evitarse un nuevo contrato.

---

---

de ellas aseguran que no han contratado a nadie tras las prácticas. Sin embargo, la más remota posibilidad hace que los alumnos de último curso inviertan todos sus esfuerzos en conseguir las que ellos consideran las mejores plazas, las más atractivas o en las que saben que otros compañeros ya licenciados han acabado teniendo una oportunidad laboral.

Desde una reflexión más amplia –que, sin duda, yo no me atrevo a hacer aquí, pero que sería muy interesante– habría que analizar los datos reales de contratación y del número de años que transcurren entre la obtención de una titulación y el primer empleo, y valorar si la realidad de las prácticas no incorpora también algún elemento de distorsión a la realidad laboral. Es evidente que algunas empresas aprovechan todos los resquicios de la escasa regulación, y de la delgada línea roja entre las buenas y las malas prácticas, para evitarse un nuevo contrato. Y, en este sentido, las universidades sólo podemos aportar una gota de agua a la inmensidad del océano: cumplir lo que dice el Real Decreto, limitar los periodos de prácticas en empresa de un alumno para que sus tareas no acaben supliendo

un puesto de trabajo estructural y hacer un seguimiento de la estancia de los alumnos en la medida de nuestras posibilidades.

## **Prácticas en empresas, ¿formación especializada?**

Ese es el gran objetivo de los convenios de Cooperación Educativa, pero ¿realmente se cumple, qué percepciones tienen nuestros alumnos, nuestros profesores y los empleadores?

Comenzaré por un dato reciente y positivo, un estudio realizado recientemente por la consultora E&E aseguraba que algunas de las principales empresas puntuaban con un notable alto las capacidades de los recién licenciados. Un extracto de ese informe publicado por el suplemento *Expansión y Empleo* (23 y 24 de septiembre de 2006) daba a conocer el perfil de los titulados que hacían los responsables de selección y recursos humanos de las empresas consultadas: “solidarios, comprometidos, ambiciosos, honestos, tolerantes, entusiastas, respetuosos, cumplen objetivos, trabajan en equipo, tienen una gran capacidad de aprendizaje, autoestima e inteligencia emocional”. No son tan buenos, sin embargo, en comunicación oral y escrita, en humildad, prudencia, creatividad, autonomía y capacidad de decisión. En la información publicada por el suplemento citado uno de los responsables de selección entrevistado aseguraba

que los titulados “no salen totalmente preparados para desarrollar un trabajo” y que son las empresas las que le dan “el último barniz antes de incorporarse a su puesto”.

Las empresas encuestadas por la Facultad de Comunicación de la UPSA valoran como buena la formación recibida por nuestros alumnos. Entre los elementos de esa formación destacan los siguientes: buena disposición, ganas de aprender, altamente motivados, sólida formación académica, buena formación práctica, excelente base técnica. Consideran también que las prácticas en empresas afianzan todos esos elementos y desarrollan nuevas capacidades ya en un ámbito real de trabajo. “Les enseñamos cultura de empresa, que creo que es algo más que trabajar en una radio, una tele o una productora”, apunta un responsable de recursos humanos de una empresa de comunicación.

El segundo ciclo de la carrera supone un nivel de especialización mayor ya sea en Periodismo, Comunicación Audiovisual o Publicidad. Es por ello que los profesores consideran que es el momento ideal para realizar una estancia en empresas al contar con una mayor formación y conocimientos prácticos. El aprovechamiento en estas condiciones será sin duda mayor y se garantiza un *feed-back* entre empresa, alumnos y facultad. Precisamente, sobre esta retroalimentación, los docentes tenemos en general una impresión positiva. Un 66,7% de los

profesores de las tres titulaciones de la Facultad considera que la estancia en prácticas del alumno en una empresa y el aprendizaje que esto le supone ayuda a su tarea docente de una forma u otra. Al mismo tiempo algo de la formación académica en su sentido más global acaba 'goteando' cada año con cada nuevo alumno en prácticas que llega a una empresa o institución.

Los alumnos califican con un notable alto las prácticas que han realizado por ser un complemento a su formación académica. En algunos casos, señalan como muy relevante para su formación el manejo de equipamiento técnico, pero destacan sobre todo el trabajo en equipo y las relaciones con sus compañeros y superiores. Por el contrario, hay un número de alumnos, más alto de lo deseado, que valora mal o muy mal su experiencia de prácticas por no ajustarse a las expectativas, por haber realizado tareas que no considera propias de su formación académica o por la falta de supervisión en el trabajo. Sigue existiendo todavía todo un catálogo de leyendas más o menos ciertas sobre las tareas encomendadas a los estudiantes en prácticas y algo de verdad hay en ello.

Las prácticas en las grandes empresas suelen ser las más deseadas y las más peleadas. Sin embargo, los estudiantes tienen percepciones muy contradictorias sobre los resultados finales de sus prácticas en este tipo de em-

presas. La casuística es muy amplia, pero existe una teoría cada vez más generalizada entre los alumnos según la cuál donde más se aprende es en los medios locales y las empresa pequeñas. "Allí haces de todo, y te acaban implicando en todo", asegura un alumno de 4º de Publicidad. La sensación es que en las empresas grandes acabas viendo una porción de la realidad y aprendiendo por lo tanto un ámbito de especialización muy concreto. La otra corriente de opinión, también muy generalizada entre los alumnos, es que si lo que quieres es hacer currículum entonces debes apostar por una empresa de renombre. En definitiva, percepciones, sensaciones y realidades que conforman el imaginario colectivo de las prácticas en empresas.

A modo de conclusión, resumiré las ideas que he manejado en esta reflexión: las prácticas en empresas son un aspecto muy importante de la formación de los futuros profesionales a juicio de alumnos, docentes y empleadores; son hoy un vehículo de entrada al mundo laboral, especialmente en ámbitos como el de la comunicación, aunque eso no garantice las mejores condiciones del mercado, y son un complemento de la formación académica y, en definitiva, de la preparación para la vida. Al mismo tiempo son el terreno más resbaladizo que pisan de manera conjunta los centros de formación universitarios y las empresas. 