

# Las prácticas profesionales universitarias en la empresa en Primero de Carrera: una experiencia inicial en la Facultad de CC.EE. y Empresariales de la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria, España

.....  
*Angela García Cabrera*

UNIVERSIDAD DE LAS PALMAS DE GRAN CANARIA

## RESUMEN

El objetivo de este estudio es exponer un proyecto experiencial, modalidad “auto-búsqueda”, llevado a cabo durante los últimos nueve años en la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria. Se trata de la iniciación a las prácticas profesionales universitarias de alumnos en primer curso de carrera de la asignatura de Sociología de la Empresa, a través de la realización de un *Proyecto Sociológico Práctico* en la empresa de su elección. Dicho Proyecto es presentado y debatido en público ante profesores, ejecutivos de empresas y resto de alumnos de dicho curso al final del mismo. El estudio recoge el detallado proceso llevado a cabo por los alumnos en la elaboración de dicho *Proyecto Sociológico Práctico* al igual que su aprendizaje en dicho proceso y las impresiones obtenidas acerca del mismo.

## ABSTRACT

The objective of this study is to present an experiential field work, model group-research project carried out during the past nine years at the Faculty of Business Administration, University of Las Palmas, the Canary Islands of Spain in the field of *Sociology of Business Administration*. It has to do with the initiation of field work professional university practice in first year, instead of in fourth year university training, by means of developing a *Sociological Field Work Project* in a firm selected by the students. This work is presented in front of professors, firm representatives and students at the end of the Course. The study shows a detailed process of how the students have been able to elaborate such *Sociological Field Work Project* and explains what they have learned in such a process and their suggestions to future students of First Year Sociology of Business Administration.

## Introducción

El objetivo de este estudio es exponer un modelo experiencial de *prácticas profesionales universitarias* en Primero de Carrera llevado a cabo en la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria entre 1990-1991 y 1999-2000. A efectos de este estudio sólo nos vamos a concentrar en el impacto que dicha experiencia ha tenido en uno de los tres grupos a quienes impartimos dicha asignatura a partir del Curso Académico 1997-1998 y 1999-2000. Se trata de un total de 179 alumnos que han contestado un cuestionario al respecto, al final del proceso, distribuidos de la siguiente forma entre esos tres años: Curso académico 1997-1998 = 64 alumnos; curso académico 1998-1999 = 59 alumnos y curso académico 1999-2000 = 56 alumnos. La experiencia ha resultado ser de alto nivel de aprovechamiento para los alumnos y la queremos compartir con aquellos compañeros profesores de la misma asignatura a quienes tal vez les pueda interesar, bien desde el punto de vista de mera curiosidad profesional, o bien para experimentar con ellos mismos en sus respectivas clases.

## Fundamentos teóricos

Fuerzas externas han alterado radicalmente las reglas del juego en la mayoría de las empresas. Presiones tales como cambio de legislación, nuevas tecnologías y la creciente presión empresarial que salta fronteras internacionales, están forzando a las empresas a re-evaluar su forma de llevar a cabo su cometido y planear un cambio estratégico que les pueda posicionar mejor para seguir compitiendo o competir mejor en el 2000 y cara al Siglo XXI.

El poder competir lleva consigo el que la empresa pueda disponer de *Recursos Humanos* preparados para afrontar el reto constante de la modernidad y la globalización. Ni la empresa por su lado aislada del mundo universitario, ni la Universidad por el suyo separada del mundo empresarial podrán afrontar dichos retos. El éxito de ambas vendrá de la mano de su complementariedad. Para ROIG GARCÍA, D., “Hoy, mas que nunca anteriormente, la formación de capital humano se ha erigido en la clave del desarrollo y progreso de los sistemas económicos (sobre todo de los más avanzados), por lo que la estrecha relación entre los ámbitos universitario y empresarial se hace precisa e insoslayable”.

Esta relación entre la Universidad y la Empresa se está viendo **algo** más reforzada, últimamente, debido a la ya un tanto conocida y difundida modalidad de las *prácticas profesionales universitarias* en las empresas en los dos últimos años de carrera.

La idea de las *práctica profesionales universitarias* la especificaba el Rector de la Universidad de Alcalá de Henares y Presidente de la Junta Rectora de la Fundación Universidad-Empresa, en su discurso de apertura al XVII Seminario Universidad-Empre-

sa, titulado “*Las Practicas en la empresa en la formación universitaria*” celebrado en Madrid en octubre de 1990:

... “*Nosotros no podemos crear en un mundo en el que tenemos a un joven cautivo dentro de la universidad, digamos durante cinco años, en un período clave de su formación, para decirle al acabar ese período: ‘ Ahora empieza una vida nueva, diferente, con la cual no tenemos relación ’. El joven tiene que encontrar un paso gradual, paso suave que acentúa los beneficios a los que me he referido anteriormente y reduce los costes sociales*”.

El mensaje, en esencia, no es otro que el de acercar la empresa a la universidad y la universidad a la empresa. Con ello el Sr. Rector se hacía eco de los cuatro objetivos básicos que animan la Reforma Universitaria desde la perspectiva del Consejo de Universidades. Citando a la Secretaria de dicho Consejo, y para refrescar la memoria del lector, son los siguientes:

- (a) *La flexibilización de las enseñanzas, teniendo en cuenta la autonomía de las UNIVERSIDADES y el respeto a los intereses de los estudiantes. Así, pues, los planes de estudio conducentes a un mismo título oficial podrán variar de una Universidad a otra y, en una misma Universidad, podrán variar también los currícula de los estudiantes.*
- (b) *La actualización de las enseñanzas y conocimientos que se imparten en las Universidades Españolas, incorporando otras nuevas que el desarrollo cultural, científico y técnico exija, facilitando la formación interdisciplinar e incluyendo en los currícula universitarios enseñanzas instrumentales que deben constituir hoy parte del bagaje intelectual de todo universitario.*
- (c) *La vinculación de la UNIVERSIDAD A LA SOCIEDAD, aproximando las enseñanzas a las necesidades sociales. Para ello, aparte la propia flexibilidad de los planes de estudio, se cuenta con la diversificación del CATÁLOGO de títulos oficiales (y, sobre todo, de las especialidades que podrán ofertar libremente las Universidades), así como con la efectiva ordenación cíclica de las enseñanzas que debe permitir una ALTERNANCIA ENTRE ESTUDIO Y TRABAJO, que contribuirá a la disminución del fracaso escolar.*
- (d) *La adaptación del SISTEMA UNIVERSITARIO ESPAÑOL a las consecuencias de la incorporación de España a Comunidad Económica Europea, en una doble vertiente: (1) aproximarnos a los parámetros convencionales comunes de sus Universidades y enseñanzas; y (2) respetar las normas de la Comunidad Económica Europea que pudieran resultar vinculantes jurídicamente (Directivas relativas a los estudios de medicina, farmacia, veterinaria, etc.).*

Tras una búsqueda somera a través de la no tan abundante literatura sobre el tema “*Prácticas en la empresa*” descubrimos que este tópico no es nuevo, que ha existido siempre, de una o de otra forma, como así lo expresa LÓPEZ QUERO, Vicerrector y Director del Centro de Orientación e Informática de Empleo (COIE) de la Universidad Politécnica de Madrid, cuando comenta que “siempre ha habido fórmulas de hacer

prácticas, es decir, 'la práctica' es algo que ha existido, existe ahora y existirá". Desde su punto de vista, "buscar qué tipo de 'fórmulas' son las que serían más convenientes, creo que es el tema y el reto que tenemos pendiente en estos momentos".

Hoy, tras un largo caminar desde que la Fundación Universidad-Empresa y con la colaboración de la Cámara de Comercio de Madrid abriese este debate en 1976 y comprobando, como dice GARCÍA DELGADO, Profesor de la Universidad Politécnica de Madrid y responsable del programa de "Prácticas de Residencia", que "era necesario trabajar en dos líneas: la de las modificaciones legislativas que hicieran viables estas actividades y la de la mentalización de los empresarios y del estamento universitario a fin de que fueran favorables a la participación en estos programas", las *prácticas profesionales universitarias* han quedado encuadradas, si bien no por ley, a los dos últimos años de carrera universitaria de los alumnos. Ello no quiere decir, al menos no se deduce de la lectura de la escasa literatura al respecto, que sea esa la única y más eficaz fórmula de llevar a cabo dichas prácticas. Lo que sí se desprende es que existe una actitud de apertura a nuevos modelos que puedan probar tener más eficacia, si cabe, que la de llevar a cabo dichas prácticas en los dos últimos años de carrera universitaria. Así lo expresa LÓPEZ QUERO cuando comenta acerca de los diferentes modelos posibles de prácticas:

*"Definirse por el modelo centralizado, como puede ocurrir en Cuba, donde la adecuación 'formación universitaria-formación profesional' viene centralizada desde el propio sistema educativo, dejarlo libre, hacerlo en sistema mixto o hacerlo en sistema de autobúsqueda, son las cuestiones que necesitan una definición para poder enmarcar legalmente el sistema en alternancia en nuestro sistema de formación de alta cualificación".*

Y ya, concluyendo este apartado comentar que se utilizan en este estudio fuentes secundarias de información que incluyen revisión y análisis de la escasa bibliografía relacionada con las prácticas universitarias en la empresa que algunos autores prefieren denominar como "*prácticas profesionales*", pues se amplía el abanico del ente ofertante de las prácticas, que en España nace oficialmente al amparo del Real Decreto 1947/1981.

### Objetivos generales

- (1) Introducir a los alumnos de Primero de Carrera en la Facultad de CC. EE. y Empresariales, Asignatura de Sociología de la Empresa, de forma gradual y suave (GALA, M., 1990, 12) al mundo empresarial a través del desarrollo y elaboración de un "*Proyecto Sociológico Práctico*" dentro de la empresa de su elección.
- (2) Ayudar a los alumnos en su primer "acercamiento a la empresa" con el fin de conseguir el que ésta se interese en asistirlos y en proveerles toda clase de información que los alumnos necesiten en el proceso de dicha elaboración del "*Proyecto Sociológico Práctico*"

- (3) Interesar a los alumnos en llevar a la práctica una de las técnicas del método sociológico más importantes: La “*observación*” en la elaboración del “*Proyecto Sociológico Práctico*”.
- (4) Impulsar a los alumnos a conseguir objetivos concretos en su primer acercamiento a la empresa a través de técnicas eficaces de comunicación, consecución de objetivos concretos, “saber estar”, y buenas maneras con el fin de obtener de la empresa la información que necesitan para elaborar un buen “*Proyecto Sociológico Práctico*”.
- (5) Estimular en los alumnos el concepto de “*espíritu de cuerpo*”, o trabajo en equipo, antes de lo que será en el futuro muchas de sus funciones empresariales.
- (6) Despertar en los alumnos el interés por la aplicación del modelo sociológico empresarial por el que han de tener en cuenta, entre otros factores, los siguientes: (a) Entorno social de la empresa; (b) Concepto de cultura empresarial; (c) La empresa como organización e institución; (d) La teoría de sistemas aplicada a la empresa; (e) La estructura de la empresa; (f) El conflicto en la empresa: Huelga y negociación colectiva; (g) La empresa y el mercado de trabajo: factores que provocan la crisis del empleo; (h) Técnicas cuantitativas y cualitativas de investigación social, etc.
- (7) Ayudar a los alumnos en la preparación y exposición de un buen “*Proyecto Sociológico Práctico*” de tal forma que se sientan, en dicha exposición, que están “brindando” o “vendiendo” un buen *Proyecto* al público presente: Profesor(es), directivos de empresas y alumnos para cuyo fin han de utilizar todos los medios audiovisuales, tecnológicos y de persuasión que estén a su alcance.
- (8) Ayudar a los alumnos a saber ser críticos en sus observaciones y análisis de la empresa en el desarrollo, elaboración y presentación de su “*Proyecto Sociológico Práctico*”.

### Objetivos específicos

- (a) Ayudar a los alumnos en su proceso de aprendizaje, en el primero año de carrera, en su acercamiento a la empresa para elaborar el trabajo de prácticas profesionales universitarias haciendo que puedan utilizar adecuadamente las técnicas sociológicas apropiadas en dicho proceso de elaboración del “*Proyecto Sociológico Práctico*”.
- (b) Ayudar a que los alumnos sepan encajar el proceso teórico del aprendizaje de la sociología aplicada a la empresa y el proceso práctico de elaboración del trabajo de campo.
- (c) Alentar a los alumnos a enfrentarse con las dificultades que tal trabajo práctico conlleva, máxime cuando son ellos quienes tienen que “*buscarse la vida*” en relación con la empresa en la que han de elaborar su “*Proyecto Sociológico Práctico*”.

## Alcalce y limitaciones

Este estudio ahonda, dentro del marco de la actividad docente, en el aspecto de las *prácticas profesionales universitarias en empresas, sistema de autobúsqüeda*, y empíricamente analiza la visión que un grupo de alumnos de Primer Año de Carrera en la Facultad de CC. EE. y Empresariales de la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria, Asignatura de Sociología de la Empresa, tienen del “*Proyecto Sociológico Práctico*” llevado a cabo como parte del *practicum* que en dicha asignatura han de realizar.

Dado que el tema de las prácticas universitarias en empresa –el acercamiento del alumno universitario, sobre todo de la especialidad de Ciencias Económicas y Empresariales, al mundo laboral– es un tema muy amplio y complejo, de actualidad en la gran mayoría de universidades españolas, europeas y norteamericanas y vigente también en nuestra Universidad de Las Palmas de Gran Canaria, ello necesita de un tratamiento multidisciplinar.

Conscientes por una parte, de la magnitud del tema y, por otra, de nuestras limitaciones en términos de: (a) tiempo, (b) recursos humanos y (c) recursos materiales, así como de las propias de la disciplina sociológica, abogamos por una profundización en el futuro con más recursos a todos los niveles y con la inclusión del concepto (tan enriquecedor como olvidado) de la interdisciplinariedad. Nuestro estudio se limita a exponer una modalidad experiencial en el desarrollo de las prácticas profesionales universitarias introduciéndolas, desde la perspectiva sociológica, en primer año de carrera, no incluyendo estancia en empresas, sino contacto directo con las mismas en el transcurso de la elaboración de un “*Proyecto Sociológico Práctico*”.

Como en todo trabajo de estudio sociológico, sin la colaboración, en este caso, de la buena disposición de nuestros alumnos que sin ningún tipo de problema se prestaron gustosos a cumplimentar el cuestionario, no hubiéramos podido llevar a buen término este trabajo. A ellos les hemos manifestado nuestro agradecimiento por dicha labor. En su momento se les hará llegar una copia de este estudio en la que ellos son los protagonistas y han manifestado, de antemano, el deseo de obtenerla.

## Exposición de un modelo experiencial: prácticas profesionales universitarias en Primero de Carrera

Por su preparación universitaria en el sistema anglosajón, la autora de este trabajo siempre tuvo una predilección favorable hacia las prácticas. Así al comenzar su docencia en la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales en cuyo Primer Año se imparte la asignatura de Sociología de la Empresa, empezó en 1990-1991, a considerar la “*práctica en la empresa*”, en primero de carrera, desde la perspectiva sociológica, como una actividad complementaria muy importante en dicha asignatura, muy en la línea de lo arriba expuesto por el Rector de la Universidad de Alcalá de Henares, al comentar que “... *El joven tiene que encontrar un paso gradual, paso suave ...*” entre la

formación que obtiene en la Universidad y su inserción en el mundo laboral. Ese paso suave consideramos que es la introducción progresiva en la empresa, a través de las prácticas profesionales universitarias teniendo sus inicios en primero de carrera.

El objetivo primordial de este estudio es, por tanto, exponer un modelo, una experiencia, de *prácticas profesionales universitarias*, modalidad “*autobúsqueda*”, llevadas a cabo en Primero de Carrera en la Asignatura de Sociología de la Empresa.

### **Objeto**

Nuestra asignatura –Sociología de la Empresa– es Obligatoria y consta de 45 créditos de los que una tercera parte contempla el concepto de “*prácticas*” que cada profesor confecciona dependiendo de lo que él/ella considere más interesante para sus alumnos. Por tanto, a pesar de compartir un mismo Programa al igual que un examen final en común para los casi 600 alumnos de Primero de Carrera divididos entre cuatro profesores de Sociología, las *prácticas profesionales universitarias* en la Facultad de CC.EE. y Empresariales se dejaron siempre a la libre disposición del profesor, que, siguiendo intereses diversos, o bien manda a hacer “*comentarios de textos*” de libros concretos, o bien prefiere la elaboración de un “*proyecto en común*” sobre las nuevas tecnologías, o bien encarga la elaboración de un *proyecto de investigación sociológico*, etc.

Nosotros nos definimos desde un principio por las *prácticas profesionales universitarias* en la empresa a través del desarrollo, preparación y defensa pública ante profesores, alumnos y directivos de empresas implicadas en las prácticas de los alumnos, de un “*Proyecto Sociológico Práctico*” elaborado por grupos de no más de 8 alumnos, en cada grupo, en una empresa que ellos mismos se buscan, siguiendo el esquema que se les da el primer día de clase, que tiene como duración unos dos meses, coincidentes con las clases teóricas de dicha asignatura.

### **Metodología**

- (a) Esquema del trabajo a realizar en la empresa de elección por cada grupo.
- (b) Desarrollo del *Proyecto Sociológico Práctico* en grupos de no más de 8 alumnos, uno de ellos elegido por el grupo como Coordinador de la actividad sociológica empresarial.
- (c) Seguimiento periódico en clase de las tareas de cada grupo.
- (d) Tutorías.
- (e) Exposición, defensa y debate público *del Proyecto Sociológico Práctico* a final del cuatrimestre.
- (f) Cuestionario final.

### **Fases de prácticas**

#### **Primer día de clase**

Con el comienzo del Año Académico, en el primer día de clase hacemos la presentación del *Programa* de la asignatura con sus objetivos, temporalidad, metodología

docente, actividad de *práctica profesional universitaria* a llevar a cabo, en grupos, y evaluación final de la asignatura.

- (a) Acto seguido, tras una exposición global y específica del programa de la asignatura, de sus objetivos, temporalidad y metodología docente a seguir, entramos en detalle a explicar lo que implica ese tercio de la nota final de la asignatura que comprende el trabajo de “*prácticas*”, en nuestro caso, en el desarrollo, elaboración y presentación en público ante el resto de alumnos, profesores y directivos de las empresas implicadas de un *Proyecto Sociológico Practico* que la clase, dividida en grupos de no más de 8 alumnos, ha de elaborar acerca de una empresa que “el grupo” ha de buscar, seleccionar, acercarse a ella y estudiar aplicándole el esquema que en ese primer día de clase se entrega a cada alumno, conjuntamente con el programa de la asignatura.
- (b) Dicha presentación de los trabajos de cada grupo se hace en fecha previamente establecida, normalmente un Sábado, de 9:00 a 13:00 horas en el Salón de Actos de la Facultad de CC. EE. y Empresariales con el fin de que haya espacio suficiente y holgado para todos los alumnos y fácil utilización de los medios audiovisuales que cada grupo haya decidido utilizar en su exposición con el fin de poder “vender” mejor su *Proyecto Sociológico Practico* al resto de los compañeros. Queda bien especificado que de dicho trabajo y exposición en público depende esa nota de “*prácticas*”.
- (c) El último acto de ese primer día de clase, tras contestar cualquier pregunta acerca de lo expuesto, y enfatizar los aspectos de: (a) puntualidad, (b) participación en clase, (c) “estar al día” en los temas programáticos, (d) agudizar el espíritu crítico en la “puesta al día” de temas de actualidad sociológico-empresarial, (e) desarrollo de la creatividad y la innovación en la elaboración del *Proyecto Sociológico Practico*, hacemos una ronda en clase en la que los alumnos, uno a uno, se presenta al resto de la clase dando su nombre y apellidos, lugar de nacimiento y opción por la que eligió esta carrera de CC. EE. y Empresariales. Con ello creemos darle un toque humano a ese primer día “terrible” de clase en la Universidad para muchos alumnos que vienen directamente de Bachillerato, no así para los que vienen de otras carreras o han entrado en la Universidad por la modalidad de mayores de 25 años.
- (d) Simplemente queremos aquí especificar algo muy sabido de todos acerca de cómo llegan muchos de nuestros alumnos a la Universidad en cuanto a “estar bastante despistados” en sus primeros días, –(algunos lo están por más tiempo)–, de casi todo acerca de la Universidad, en general, y más específicamente acerca de los requisitos, en nuestro caso, de la asignatura de Sociología de la Empresa y todo lo que ello conlleva. Es trabajo diario del Profesor ir enfocando, cada día más, dicha asignatura a través de sus temas a estos alumnos de primero. No digamos nada al hablar de las “*prácticas*” y de su “suave introducción” a este mundo empresarial a través del desarrollo de un *Proyecto Sociológico Practico*. Es todo un mundo nuevo



para ellos, a pesar de que bastantes de estos alumnos suelen estar emparentados con familiares procedentes del mundo empresarial, pequeño o grande, o simplemente tienen amigos o conocidos que se mueven en esos entornos.

- (e) Ya desde este primer día de clase se les ha comentado cómo han de empezar a pensar que han de *buscarse* ellos mismos, por grupo, una empresa, preferentemente hotelera, en la que han de elaborar su *proyecto de prácticas*. Han de hacer las necesarias conexiones con el Director de la misma, bien telefónicamente, bien personalmente. Han de saber decir exactamente lo que quieren conseguir con su acercamiento a dicha empresa, en una palabra, se han “de buscar la vida”, pero el objetivo final es presentar un *Proyecto Sociológico Práctico* que reúna todas las características aceptables para poder ser considerado apto para nota. La profesora no entra para nada en qué empresa han de elegir. Sólo sugiere que podría ser una empresa turística, dado que nuestra industria más destacada es el Turismo, pero nada más. Cada año se hace énfasis en un tipo de aspecto empresarial, por ejemplo: (1) la participación de los trabajadores en la empresa; (2) el nivel académico tanto de sus directivos como de sus técnicos, cara al turismo, incluyendo nociones básicas de los idiomas inglés y alemán, especialmente; (3) la comunicación en la empresa (4) la empresa familiar tradicional, etc. Se considera muy importante que sea el ALUMNO el que inicie y culmine dicho proceso como forma de aprendizaje en su desenvolvimiento cara a la empresa en la que un día, terminada su carrera, ha de integrarse como profesional.

### *Primera y segunda semana de clase*

Tras explicar y profundizar en los dos Primeros Temas del Programa, la profesora divide la clase en grupos de 8, no atendiendo a preferencias personales de alumnos por razones de amistad, con el fin de que el aprendizaje sea más profundo, aspecto que deja claro a los alumnos.

- (a) Cada grupo cuenta con un Coordinador elegido democráticamente por el mismo grupo, quién como líder del mismo será el punto de contacto cara a la relación del grupo con la empresa y con la profesora.
- (b) Se reitera en clase la importancia de estar pensando ya en el tipo de empresa que se quiere elegir, pues a partir de la explicación de los temas cuatro y cinco del Programa ya han de tener la empresa seleccionada y a punto de hacer el primer contacto con la misma.
- (c) En estas dos primeras semanas la profesora, tras la exposición y explicación de los temas, hacia el final de la hora, o de las dos horas de clase, –(los cinco créditos se imparten a razón de tres horas por semana de clase, o lo que es lo mismo, en el primer cuatrimestre del año académico)– se toma un tiempo para explicar a los alumnos “*las formas de acercamiento a la empresa*”. Aquí se tratan los temas de: (a) Objetivo del acercamiento a la empresa: Un trabajo de prácticas en la asignatura

- de Sociología de la Empresa, Facultad de CC. EE. y Empresariales de La Universidad de Las Palmas de Gran Canaria; (b) Quiénes hacen dicho acercamiento; (c) Cómo lo hacen: Vocabulario, modos de expresarse, tonos de voz, etc.
- (d) La profesora les comenta algunas anécdotas de Cursos Académicos anteriores de cómo, debido al comportamiento de estos alumnos de Primero de Carrera, algunos empresarios habían llamado por teléfono a la profesora, sorprendidos del comportamiento impecable de dichos alumnos que les hacía pensar si acaso no eran alumnos de tercero de carrera en vez de primero de carrera. Enfatiza el que se tengan bien claras las preguntas que se quieren hacer a los directivos de la empresa, no sin también estar sobre aviso de que en algún caso ciertas empresas no gustan de tener alumnos que merodeen dentro de su entorno empresarial, tal vez no muy seguros de qué es lo que piensan hacer con la información que en ella reciban.
- (e) También explica cómo muchas empresas “abren sus puertas de par en par” a nuestros alumnos, bien porque se sienten cautivados por su “buen hacer”, objetivos concretos, inmejorable comportamiento, o tal vez, como ha sido en muchos casos, se sienten “alagados” de que un grupo de jóvenes estudiantes de empresariales les hayan “seleccionado” para hacer en su empresa su *Proyecto Sociológico Practico* convencidos de que algo bueno han visto estos alumnos en ellos. Deducen que si los alumnos han detectado “eso bueno” de sus empresas, también lo tienen que ver otros sectores de la sociedad. Para ilustrar este punto la profesora cita un número de empresas que en años anteriores alumnos de primero de carrera han realizado en ellas sus respectivos proyectos.
- (f) Se da una muestra de las muchas empresas en las que nuestros alumnos de primero de carrera han hecho su *Proyecto Sociológico Practico* desde el Curso Académico 1991-1992 hasta el presente entre las que figuran: *El Corte Inglés*, *EMALSA*; *UNELCO*; *JSP* y un largo etc, como se verá en el listado mencionado.
- (g) Existe otra razón adicional de por qué bastantes empresas aceptan la petición de nuestros alumnos a realizar en ellas su *Proyecto Sociológico Practico* y tiene que ver con un orgullo que se palpa por parte de estas empresas de que nuestra Universidad de Las Palmas de Gran Canaria esté potenciando este acercamiento de nuestros alumnos al mundo empresarial tan temprano en su carrera empresarial.
- (h) Por lo general las empresas aceptan, sin más, las peticiones de los alumnos. La profesora les advierte de si necesitan una carta oficial al respecto, que así se le proveerá. Son poquísimos los casos en que esto ha ocurrido, pero cuando lo han necesitado, se les ha proporcionado una carta tipo, que añadimos para la información del lector.
- (i) Condición *sine qua non* de dicho “*Proyecto Sociológico Practico*” a efectos de obtener la nota de prácticas de dicha asignatura –(un 30% de la misma)–, es elaborarlo en base al *Esquema* entregado, junto con el *Programa de la Asignatura*, para acoplar a él dicho estudio y que se ha de cumplimentar con el consenso, dentro de cada grupo, de todos sus miembros, repartiéndose las tareas entre sus com-

ponentes, quienes han de trabajarlas y luego elaborar el *Proyecto Sociológico Práctico* final que se ha de entregar a la profesora tras haber sido expuesto, en grupo, en público ante el profesor, otros compañeros profesores, el resto de alumnos y representantes de las empresas que han acogido de buen grado dicha iniciativa y hayan aceptado estar presentes en las exposiciones.

- (j) La supervisión de dicha iniciativa no se limita a dar las instrucciones de cómo dirigirse a las empresas, cómo conducirse, qué hacer en diferentes escenarios hipotéticos que se podrían presentar en el transcurso de la elaboración de dicho Proyecto. Dicha tutoría dura todo el curso, al mismo tiempo que se está llevando a cabo la labor docente de dicha asignatura, dado que la presentación y defensa de dicho Proyecto, en público, por los diferentes grupos, tiene lugar unas tres semanas antes de la finalización del Curso.
- (k) Queda claro, desde el primer día de clase, que dicho “*Estudio Sociológico Práctico*” empresarial ha de exponerse, en grupo, al final del cuatrimestre, delante de toda la clase, junto con profesores y representantes de las empresas que hayan aceptado de buen grado a los alumnos a realizar su estudio en sus respectivas empresas –(en el caso del Curso Académico 99-2000 delante de tres grupos, o un total de unos 180 alumnos)– para lo que tenían que actuar como si de futuros empresarios se tratase intentando “vender” la empresa estudiada al resto de los compañeros, profesores y empresarios. El enfoque era claro: Perfil de la empresa desde la perspectiva sociológica: aspectos positivos y negativos.

#### *Quinta y sexta semana*

Ya estamos en clase exponiendo y explicando los temas cuarto y quinto, y los alumnos ya han seleccionado sus respectivas empresas, hacen bastantes preguntas en clase al respecto, y algunos, posiblemente, han tenido ya su primer contacto con la empresa. Tienen ya la primera cita concertada y sus enfoques son claros, siguiendo muy de cerca el esquema entregado en clase para la realización del *Proyecto Sociológico Práctico*.

- (a) Además de las aclaraciones en clase respecto al trabajo de “prácticas” está la Tutoría. Vienen con mucha ilusión comentando sus primeros logros en su acercamiento a la empresa. Notan que les ha funcionado, ante el Director de la misma, el ir bien documentados, saber lo que buscan, y cómo lo quieren incorporar en su Proyecto. Se sienten orgullosos de que, en palabras de ellos “*se les haya escuchado por los alto mandos de la empresa*”, y cómo, en bastantes casos, es el mismo director el que les da un Tour de la empresa, explicándoles y contestándoles toda clase de preguntas que puedan tener. Este fue el caso de *El Corte Inglés*, del *Hotel Fataga*, del *Hotel Los Bardinós*, y del *Hotel Iberia*, entre otros, de Las Palmas de Gran Canaria. Se les sigue dirigiendo y, sobre todo, para eso son las tutorías, se les valora sus logros y se les anima a hacerlo lo mejor posible.
- (b) Igual que en años anteriores, un aspecto que surge entre los grupos es una “*sana competitividad*” intentando “hacerlo mejor” que ningún otro. Cada uno de ellos

lleva como en secreto el tipo de material audiovisual o multimedia que va a utilizar en la exposición. Hablan de utilizar vídeos, el retroproyector, gráficos de todo tipo, maquetas de las empresas, etc. Se lo comentan a la profesora, en grupo y en privado, todos pendientes de que es su grupo el mejor que va a exponer *El Proyecto* y el que más información tiene de su respectiva empresa y el que cree que ha aprendido más de la misma.

- (c) Los mismos alumnos, entre grupos, unos con otros, y haciendo de “espías”, prueba de lo mucho que les ha motivado la realización del *Proyecto Sociológico Práctico*, han simulado necesitar transporte para bajar a Las Palmas ciudad desde la Facultad de CC. EE. y Empresariales y, a propósito, han pedido “auto stop” en coches de alumnos de otros grupos, simplemente para “intentar” sonsacarles cómo les iba con el *Proyecto*, qué medios audiovisuales iban a utilizar en la exposición etc. Es gratificante, como profesora, ver la evolución de estos alumnos que compaginan en la misma asignatura dos aspectos bastante fuertes: La asistencia y participación en la clase dos veces a la semana, el llevar la materia “al día”, junto con diversas visitas a la empresa. Algunas de ellas les puede durar toda una mañana o toda una tarde, unidas a reuniones con los diferentes técnicos de la misma, etc.

#### *Séptima y octava semana de clase*

En clase estamos empezando el séptimo tema y los alumnos están apurando las últimas idas y venidas a la empresa ultimando su más mínimos detalles cara a la exposición que ya tiene día y fecha. Dicha exposición será antes de las fiestas de Navidad con el fin de que luego, terminado el temario del Programa, tengan tiempo suficiente para estudiar para los exámenes que se llevaran a cabo casi a finales de Enero.

- (a) A estas alturas del curso la tensión suele ser alta. Se ultiman detalles, como se ha dicho anteriormente, pero a pesar de ello se respira un buen ambiente en clase y en pasillos, no digamos en Tutoría. Hay expertos para todo: De cómo manejar el Vídeo, el retroproyector, hasta te preguntan si pueden utilizar el cañón. Además de conocimientos quieren demostrar que también les importa la estética de la imagen, del sonido y también del color.
- (b) En clase se les ha enseñado no sólo Sociología sino también formas de comportamiento empresarial, algo que no tiene por qué obviarse en clase, si se terciase: Claridad de objetivos, diseño del *Proyecto*, logística, orden y coherencia en la exposición de grupo, lenguaje armonizado del cuerpo, dominio de sus movimientos físicos, tono de voz, buena dicción, dominio de la vista al hablar dirigiéndose a todo el público por igual, compostura en la mesa de exposición donde estará sentado todo el grupo que ya se habrá organizado en términos de quiénes empiezan a hablar primero, quienes siguen, quienes concluyen, control de audiovisuales, puntero laser, si lo tuviesen, etc.
- (c) Decir que si los alumnos saben cómo tienen que enfocar su trabajo y lo importante que es que sea coherente, que contesten todos los apartados del esquema y

que esté basado en datos fiables, no lo es menos en relación a su presentación material a la profesora al final de la exposición. No se exige lujo, pero sí una buena presentación. Como dato, decir que algunos de ellos no parecen trabajos de alumnos de primero de carrera, sino de cursos más avanzados, por su calidad.

### *Presentación y defensa de los proyectos sociológicos prácticos*

En la fecha establecida, –(suele ser el Sábado antes de Navidad)–, de 9:00 a 13:00 horas en el Salón de Actos de la Facultad de CC. EE. y Empresariales, podemos ver que los alumnos llegan con casi media hora de antelación para estar seguros que no les falta nada, que están todos los de sus respectivos grupos y que quieren saber, cuanto antes, cuándo les va a tocar su turno de exposición. Se puede notar un cierto nerviosismo, por otra parte bastante comprensible.

- (a) Los empresarios que de las distintas empresas han optado por venir, llegan también con algunos minutos de antelación, un tanto sorprendidos recordando, algunos, sus tiempos de estudiantes de primero de carrera y diciendo que en su tiempo este tipo de actividad tan interesante no se hacía.
- (b) A las 9:00 se empieza la sesión. Se lee la lista de grupos y en qué orden entrará cada uno. Se especifica el tiempo que cada grupo tiene de exposición, quince minutos, más contestaciones a preguntas que vengan del público y se ruega se limiten a dicho tiempo. Se agradece públicamente la presencia de las empresas representadas que reciben un agradecido aplauso de los alumnos.
- (c) Dichas presentaciones duran casi siempre hasta las 13:30 horas. Son un despliegue de creatividad, buen hacer, de tesón y también, hay que decirlo, de ingenio. Usan todos los medios audiovisuales que tienen a su disposición y nadie podría decir, observándoles, de no saberlo, que estos alumnos han estado sólo dos meses escasos trabajando en la elaboración de sus respectivos *Proyectos Sociológicos Prácticos* en la distintas empresas.
- (d) Al final de cada exposición de *Proyecto* el grupo explica su proceso de aprendizaje. Acto seguido, la profesora toma la palabra para felicitar al grupo por el trabajo realizado y hacer unos cortos comentarios relacionados con el mismo. El siguiente paso es la evaluación del material escrito, cuya nota se añade a la obtenida en la exposición oral. Se le da luego la palabra al representante de la empresa que ha ayudado al grupo en la elaboración del *Proyecto Sociológico Práctico* por si desea hacer algún comentario al respecto. En la gran mayoría de los casos, son sólo *elogios a esta modalidad de práctica empresarial*. El coordinador del grupo, agradecido, reitera, de nuevo, su agradecimiento al representante de la empresa. Le hace saber cuánto han aprendido debido a la ayuda que ellos le proporcionaron en el desarrollo y elaboración del Proyecto.
- (e) Acto seguido los componentes del grupo contestan cualquier pregunta que venga del público y al final se les despide del podium con un aplauso, tomando posesión de la mesa el siguiente grupo, y así hasta el final de las exposiciones de los *proyectos*.

- (f) Un vez terminadas las exposiciones y contestadas las preguntas del público, cada grupo entrega a la profesora y al directivo de la empresa una copia del trabajo.
- (g) Y ya, como clausura del acto, la profesora hace los últimos comentarios, felicitando a todos los grupos por los grandes esfuerzos realizados en pos de la elaboración, presentación, defensa y debate de dichos trabajos y agradece el interés que han puesto en hacer el mejor proyecto que fueron capaces de hacer y se les exhorta a preparar el examen final con el mismo interés con el que han hecho el *Proyecto*. A las empresas representadas se les agradece muy encarecidamente, en nombre de la Facultad de CC. EE. y Empresariales de nuestra Universidad de Las Palmas de Gran Canaria, el gran servicio que han prestado a nuestros alumnos.
- (h) Un sentimiento de gran satisfacción y hermandad se respira en el Salón de Actos y, para ya poner el broche de oro al acto, los diferentes grupos de alumnos ya han planeado, de antemano, reunirse todos en algún sitio amplio, casi siempre en el campo, para celebrar el evento. Este unirse todos los grupos y todos los alumnos “como una piña” al final de este acto ha sido otro de los grandes logros que esta modalidad de *prácticas profesionales universitarias* ha conseguido. Sólo hay que pensar que sólo llevan juntos unos tres meses y medio, escasos, desde que entraron en la Universidad. Cualquiera que los observe en este acto pensaría que llevan juntos toda una vida.

### Evaluación del proceso de prácticas profesionales universitarias en Primero de Carrera: desarrollo de un “Proyecto Sociológico Práctico”

Hemos administrado un cuestionario a los alumnos al final del curso, de cada año, utilizando la metodología cuantitativa, en el proceso de obtención de la necesaria información por parte de los alumnos como medio de realizar este estudio experiencial. Se le ha administrado al universo completo de uno de los cursos de primero de carrera, en la Asignatura de Sociología de la Empresa, durante los tres últimos años académicos: desde 1997-1998 hasta 1999-2000.

TABLA 1. UNIVERSO TOTAL DE ALUMNOS ENCUESTADOS CADA AÑO

Año	1997-1998	1998-1999	1999-2000	Gran Total
Total	64 (35.7%)	59 (32.9%)	56 (31.3%)	179 (100%)

Fuente: Listado de alumnos de Primer Año de Carrera en la Facultad de CC. EE. y Empresariales de la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria, por año, (1997-2000), encuestados para este estudio.

### *Análisis e interpretación de los datos*

A continuación vamos a comentar cada una de las tablas al considerar importante las contestaciones plasmadas por los alumnos en el *Cuestionario* que se les administró al final de cada curso académico.

Observamos en la Tabla 1, como detalle, un descenso, por año, de alumnos en el mismo curso entre 1977 y 2000: Un 35.7% en el curso académico 1997-1998; un 32.9% en el curso académico 1998-1999 y un 31.3% en el curso académico 1999-2000.

TABLA 2.

Pregunta Nº 1 del Cuestionario: *Antes de realizar el Proyecto Sociológico Práctico en la empresa en la Asignatura de Sociología, en Primer Año de Carrera en CC. EE. y Empresariales, mi experiencia acerca de lo que es la empresa era:*

Total	Nula	Conocía poco	Conocía bastante	Conocía mucho	NS/NC
179 (100%)	96 (53.6%)	43 (24.0%)	20 (11.2%)	15 (8.4%)	5 (2.7%)

Fuente: Listado de alumnos de Primer Año de Carrera en la Facultad de CC. EE. y Empresariales de la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria, por año, (1997-2000), encuestados para este estudio.

En la Tabla 2 se observa que la experiencia que acerca de la empresa tenían los alumnos es nula en un 53.0% de ellos; la conocían un poco el 24.0%; bastante, un 11.2%, mucho sólo 8.4% y NS/NC un 2.7% de los alumnos.

Comentar que, por lo general, los alumnos que eligen la Carrera de CC. EE. y Empresariales lo hacen debido a que en un porcentaje similar al aquí reflejado proceden de familias que regentan un pequeño o mediano negocio familiar y que por ello esperan que sean sus hijos, formados en Ciencias Empresariales, quienes tomen el testigo y saquen el negocio familiar adelante. Con todo, el porcentaje que viene con experiencia nula acerca de lo que es la empresa es bastante alto, como se podrá observar en esta tabla.

TABLA 3.

Pregunta Nº 1 del Cuestionario: *¿Cómo llegó tu grupo a la selección de la empresa en la que realizaron el Proyecto Sociológico Práctico?*

Total	Relaciones familiares	Relaciones amistad	A través prensa	A través del grupo	NS/NC
179 (100%)	42 (23.5%)	49 (27.4%)	34 (19.0%)	47 (26.1%)	7 (4.0%)

Fuente: Listado de alumnos de Primer Año de Carrera en la Facultad de CC. EE. y Empresariales de la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria, por año, (1997-2000), encuestados para este estudio.

Podemos observar en la Tabla 3 que 42 alumnos, o el 23.5% recibieron información de sus familiares cara a la elección de la empresa donde realizaron el *Proyecto Sociológico Práctico*, mientras que 49, o el 27.4% de ellos la obtuvieron a través de amistades. Información de la empresa a través de la prensa la obtuvieron 34 alumnos, o el 19.0%; unos 47 alumnos, o el 26.1% la obtuvo a través de la información que se intercambiaba en el grupo, mientras que el 4.0% contestaba con el NS/NC.

Es obvio que las fuentes principales de la que obtuvieron información acerca de la empresa seleccionada les provino, primero, a través de amistades, luego a través del grupo y en menor porcentaje a través de la prensa, como así lo observamos en esta tabla.

TABLA 4.

Pregunta N° 1 del Cuestionario: *¿Cómo calificarías la recepción por parte de la empresa en la que tu grupo realizó Proyecto Sociológico Práctico?*

Total	De muy buena	De buena	De regular	Mala	NS/NC
179 (100%)	82 (45.8%)	68 (38.0%)	12 (6.7%)	9 (5.0%)	8 (4.4%)

Fuente: Listado de alumnos de Primer Año de Carrera en la Facultad de CC. EE. y Empresariales de la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria, por año, (1997-2000), encuestados para este estudio.

Observamos que en la Tabla 4 se reflejan las calificaciones que los alumnos dan a la empresa por la forma en que los recibió y les ayudó. Vemos que 82 alumnos, o el 45.8%, la califica de muy buena; 68 alumnos, o el 38.0%, piensa que fue buena; de regular la califica 12, o el 6.7% de los alumnos; de mala el 5.0% y NS/NC el 4.4% de ellos. No hay que olvidar que los alumnos, eso sí, ayudados por la profesora-tutora, hicieron ellos mismos las conexiones con la empresa, establecieron sus citas, reuniones, etc. Implicaba tener un esquema detallado de lo que querían obtener de la empresa, saber transmitirlo a sus dirigentes, saberse conducir, elaborar el correspondiente cuestionario que habían de aplicar a personal de la empresa, etc.

TABLA 5.

Pregunta N° 1 del Cuestionario: *¿Cómo calificarías tu experiencia personal-profesional en el proceso de desarrollo y cumplimentación del proyecto sociológico práctico?*

Total	De muy positiva	De positiva	De negativa	De muy negativa	NS/NC
179 (100%)	87 (48.6%)	69 (38.5%)	12 (6.9%)	7 (3.9%)	4 (2.1%)

Fuente: Listado de alumnos de Primer Año de Carrera en la Facultad de CC. EE. y Empresariales de la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria, por año, (1997-2000), encuestados para este estudio.

En la Tabla 5 vemos cómo califican los alumnos su experiencia personal-profesional en el proceso de desarrollo y cumplimentación del *proyecto sociológico práctico*. Unos 87 alumnos, o el 48.6% la califica de muy positiva; 69 alumnos, o el 38.5% la califica de positiva; 12 alumnos, o el 6.9% de negativa; 7 de ellos, o el 3.9% de muy negativa y NS/NC 4 alumnos, o el 2.2% de ellos.



TABLA 6.

Pregunta N° 1 del Cuestionario: *¿Consideras que tu acercamiento a la Empresa a través del Proyecto Sociológico Práctico en Primer Año de Carrera te ha ayudado de alguna forma en tu visión de la misma?*

Total	Si, mucho	Bastante	Un poco	Nada	NS/NC
179 (100%)	91 (51.0%)	68 (38.0%)	10 (5.5%)	5 (2.7%)	5 (2.7%)

Fuente: Listado de alumnos de Primer Año de Carrera en la Facultad de CC. EE. y Empresariales de la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria, por año, (1997-2000), encuestados para este estudio.

En la Tabla 6 podemos observar las opiniones de los alumnos en relación con la visión que de la empresa tienen posterior al trabajo de *prácticas* realizado en ella. Unos 91 alumnos, o el 51.0% consideran que su acercamiento a la empresa les ha ayudado mucho en su visión de la misma; el 38.0%, o 68 alumnos piensan que dicho acercamiento les ha ayudado bastante en su visión de la empresa; otros 10, o el 5.5% piensa que les ha ayudado poco; el 2.7% piensa que nada, y otros 5 e igual porcentaje NS/NC. Es de destacar el alto porcentaje, un 50.8% de alumnos, que considera que su acercamiento a la empresa les ha ayudado mucho en su visión que de esta obtuvieron.

TABLA 7.

Pregunta N° 1 del Cuestionario: *¿Hasta qué nivel recomendarías la continuidad de esta actividad en futuras clases de Sociología de la Empresa en Primer Año de Carrera en la CC. EE. y Empresariales?*

Total	Muy importante	Importante	Indiferente	No la recomendaría	NS/NC
179 (100%)	95 (53.0%)	71 (39.7%)	5 (2.8%)	4 (2.2%)	4 (2.2%)

La última pregunta reflejada en la Tabla 7 responde al planteamiento de hasta qué nivel estos alumnos recomendarían *dichas prácticas profesionales universitarias* en futuras clases de Sociología de la Empresa, en Primer Año de Carrera. Unos 95 alumnos, o el 53.0%, las considera muy importantes; 71 alumnos, o el 39.7%, las considera importantes; unos 5 alumnos, o el 2.8% son indiferentes; un 2.2% no las recomendaría y un 2.2% NS/NC. Con un 53.0% del total de alumnos estas prácticas se consideran muy importantes para estos alumnos de Primero de Carrera en la Facultad de CC. EE. y Empresariales.

### **Conclusiones generales del estudio**

Los datos extraídos de este modesto estudio nos lleva a las siguientes conclusiones generales:

1. Las prácticas profesionales universitarias iniciadas en primer año de carrera, modalidad *autobusca*, con el apoyo del profesor tutor y la ayuda que estos alumnos reci-

ben de buen grado, en la mayoría de los casos, por parte de las empresas seleccionadas por ellos mismos, les proveen de una visión práctica de la empresa. En muy poco tiempo han de saber conjugar premura de tiempo y obtención de objetivo: Elaboración de un *Proyecto Sociológico Práctico* en la empresa de su elección. El aprendizaje que en dicho proceso obtienen queda reflejado en este estudio.

2. Este estudio nos demuestra que un alto porcentaje de alumnos que elige la especialidad de CC. EE. y Empresariales, al hablar de los conceptos sociológicos básicos relacionados con la institución económica-empresarial, admiten tener conocimientos “nulos” al respecto.
3. El “despiste” propio de los alumnos de primero de carrera pronto se les ha de acabar en una clase donde, además de “estar al día” en la materia de la asignatura *Sociología de la Empresa*, se les expone a un modelo de *prácticas* en las que la “*autobusca*” es su gran distintivo. En poco menos de cuatro meses, estos alumnos pasan de una actitud semi-pasiva, a su llegada, a otra que raya en un alto grado de competitividad positiva, creándose entre los grupos de clase un clima de “*haber cuál es el mejor*”, no sólo en clase, sino en la elaboración del *Proyecto Sociológico Práctico*.
4. Se desprende del estudio que los alumnos se han sabido “ganar” la empresa en la que han logrado realizar su *Proyecto Sociológico Práctico*. Ha conllevado repetidas visitas a la misma; horas de espera hasta ser atendidos y una actitud hacia la empresa que, salvo raras excepciones, los ha aceptado, hasta con agrado, y les ha expuesto a todos sus aspectos sociológicos.
5. Las calificaciones dadas por los alumnos a la experiencia corta, pero productiva, de su paso por la empresa demuestran lo que GARCÍA DELGADO, J. comenta y es que:  
*... Las prácticas representan un complemento insustituible para la formación de los estudiantes, posibilitando aprendizajes que no se pueden hacer sin salir de las aulas.*
6. Y, finalmente, consideramos importante comentar lo que el estudio arroja como datos significativos y son los relacionados con la visión que de la empresa tienen estos alumnos tras haber realizado su *Proyecto Sociológico Práctico* en ellas. La mayoría, un 51.0% confiesa que su acercamiento a la empresa ha mejorado su visión de la misma. Y ya, concluyendo, enfatizar también que un 53.0% de los alumnos las considera muy importantes y que por tanto recomienda la continuidad de esta modalidad de prácticas profesionales universitarias en primero de carrera en la asignatura de Sociología de la Empresa.
7. No deja de ser importante valorar que detrás de esta modalidad experiencial de prácticas existe una firme creencia en el modelo por parte del profesor y hacia ello dirige la motivación con la que tutoriza a los alumnos durante todo este proceso de aprendizaje.
8. Se desprende también del estudio el que estos alumnos, cuando estén en cuarto de carrera, momento en que se ha considerado, en muchas universidades de nuestro país, iniciar las prácticas profesionales universitarias, estos habrán hecho

ya su primera iniciación a las mismas no resultándoles para nada extraño entrar en otra etapa de prácticas profesionales universitarias en la empresa en sus dos últimos años de carrera.

9. Sólo añadir para aquellos a quienes esta experiencia en prácticas en empresa en primero de carrera en la asignatura de *Sociología de la Empresa* les pueda resultar novedoso e interesante hasta el punto de llevarla ellos mismos a la práctica, si es que ya no lo están haciendo, que es un proceso arduo. Conlleva mucha atención a los alumnos y mucha ayuda en los pasos que van dando hasta adentrarse en las empresas que ellos eligen. Tiene también sus grandes compensaciones cuando se observa a estos estudiantes detrás de una mesa alargada de Salón de Actos exponiendo un *Proyecto Sociológico Práctico* a un nutrido número de público, casi sin aparentemente titubear. En ese momento todos los esfuerzos se olvidan y le queda al profesor la gran satisfacción de haber hecho dar a los alumnos un "... *paso gradual, paso suave...*", como comenta GALA, M., (1990, 12), hacia el conocimiento de la empresa, *in situ*, en primero de carrera, en la que pasaran, a buen seguro, el resto de sus vidas.

## Referencias Bibliográficas

- CASADO, J. M. (2000). *El directivo del Siglo XXI*. Barcelona: Gestión 2000.
- CONSEJO DE UNIVERSIDADES (1990). *Las prácticas en la empresa en la formación universitaria*. Madrid: Consejo de Universidades-Secretaría General /Forum Universidad-Empresa.
- DELGADO, J. y GUTIÉRREZ, J. (1994). *Métodos y Técnicas Cualitativas de Investigación en Ciencias Sociales*. Madrid: Síntesis Psicología.
- DUNCAN, W. J. (1991). *Grandes Ideas en Dirección de Empresas*. Madrid: Díaz de Santos.
- FERRANDO, M. G., IBÁÑEZ, J. y ALVIRA, F. (Comp.) (1990). *El Análisis de la Realidad Social: Métodos y Técnicas de Investigación*. Madrid: Alianza.
- FUNDACIÓN CONFEMETAL (1999). *El plan de formación de la empresa: Guía práctica para su elaboración y desarrollo*. Madrid: Fundación Confemetal.
- GARCÍA DELGADO, J. (1998). Las prácticas de los estudiantes universitarios en empresas: Estado de la cuestión (Primera parte). En *Revista de la Asociación Española de Dirección de Personal*, Nº 5.
- GARCÍA DELGADO, J. (1998). Las prácticas de los estudiantes universitarios en empresas: Conclusiones a partir de los resultados de un estudio evaluativo (Segunda Parte) En *Revista de la Asociación Española de Dirección de Personal*, Nº 6.
- GARCÍA DELGADO, J. (1998). Las prácticas de los estudiantes universitarios en empresas: Estado de la cuestión (Tercera Parte). En *Revista de la Asociación Española de Dirección de Personal*, Nº 7.
- GIL RODRÍGUEZ, F. y GARCÍA SÁIZ, M. (1997). *Grupos en las organizaciones*. Madrid: Pirámide.
- HOYOS FITTO, J. (1999). *Formación y Desarrollo en la empresa*. Valencia: CISS especial Directivos.
- PASCALE, R. T. (1995). *Dirigir en el filo de la navaja*. Madrid: Díaz de Santos.
- PERROW, C. (1990). *Sociología de las Organizaciones*. Madrid: McGraw-Hill.
- ROIG GARCIA, D., (1999). *Prácticas Universitarias en la Empresa: Reflexiones*. (Estudio no publicado). Las Palmas de Gran Canaria.
- TAYLOR, S. J., y BOGDAN, R. (1994). *Introducción a los Métodos Cualitativos de Investigación*. Barcelona: Paidós.
- TOFFLER, A. (1990). *La Empresa Flexible*. Barcelona: Plaza y Janés.