

# CONSTRUCCIÓN DEL CONOCIMIENTO EDUCATIVO: ESTUDIOS EMPÍRICOS, EXPERIENCIAS Y ANÁLISIS TEÓRICO

M<sup>a</sup> SOLEDAD VILLARRUBIA ZÚÑIGA  
PAULA GONZÁLEZ GARCÍA  
LEYRE ALEJALDRE BIEL  
ANTONIO MARTÍNEZ-ARBOLEDA



EDITORIAL  
DYKINSON



# **Construcción del conocimiento educativo: estudios empíricos, experiencias y análisis teórico**

María Soledad Villarrubia Zúñiga, Paula González García,  
Leyre Alejaldre Biel y Antonio Martínez-Arboleda

*Dykinson, S.L.*

No está permitida la reproducción total o parcial de este libro, ni su incorporación a un sistema informático, ni su transmisión en cualquier forma o por cualquier medio, sea éste electrónico, mecánico, por fotocopia, por grabación u otros métodos, sin el permiso previo y por escrito del editor. La infracción de los derechos mencionados puede ser constitutiva de delito contra la propiedad intelectual (art. 270 y siguientes del Código Penal).

Diríjase a Cedro (Centro Español de Derechos Reprográficos) si necesita fotocopiar o escanear algún fragmento de esta obra. Puede contactar con Cedro a través de la web [www.conlicencia.com](http://www.conlicencia.com) o por teléfono en el 917021970/932720407

Este libro ha sido sometido a evaluación por parte de nuestro Consejo Editorial  
Para mayor información, véase [www.dykinson.com/quienes\\_somos](http://www.dykinson.com/quienes_somos)

© Copyright by los autores  
Madrid, 2025

Editorial DYKINSON, S.L.  
Meléndez Valdés, 61 - 28015 Madrid  
Teléfono (+34) 915442846 - (+34) 915442869  
e-mail: [info@dykinson.com](mailto:info@dykinson.com)  
<http://www.dykinson.es>  
<http://www.dykinson.com>

ISBN: 979-13-7006-691-8  
DOI: <https://doi.org/10.14679/4407>

*Preimpresión:*  
*New Garamond Diseño y Maquetación, S.L.*

## Índice

Presentación.....	9
Competencias de directivas y su presencia en los planes de estudio de los Grados de Infantil y Primaria .....	11
<i>Jesús Enrique Albertos San José y Miguel Ángel Comas</i>	
Educación, género y memoria: mujeres en la narrativa escolar de la historia chilena del siglo XIX.....	23
<i>Humberto Álvarez Sepúlveda</i>	
La mentoría entre iguales como una estrategia para mejorar la motivación de estudiantes universitarios nuevos .....	35
<i>Paola Salomé Andrade Abarca y Bryan Israel Gómez Flores</i>	
Percepción, conocimientos y prácticas del profesorado universitario español con respecto al trabajo en equipo.....	44
<i>Yordan Todorov Apostolov</i>	
Negociación y consenso estratégico como habilidades determinantes en la construcción de discursos efectivos .....	53
<i>Claudine Benoit Ríos</i>	
Uso de TIC y plataformas digitales en la educación universitaria y certificación ambiental: una revisión sistemática .....	65
<i>Augusto Cahuapaza Morales</i>	
Learning environments and inclusion: a case study of transposition of the Reggio Emilia approach in Swedish schools.....	74
<i>Capelli Letizia, Drure Eloise y Muzzi Chiara</i>	
Hacer papel, hacer comunidad: un taller de papel artesanal como acto pedagógico y relacional.....	85
<i>Isabel Carralero Díaz y Antonio Navarro Fernández</i>	
Evaluación crítica de propuestas didácticas generadas por inteligencia artificial sobre patrimonio bibliográfico y documental .....	96
<i>Verónica Mateo-Ripoll y Antonio Carrasco-Rodríguez</i>	
La IA en el aula de ILE a un nivel A1 en Bangladesh: percepción y resultados .....	109
<i>Stefania Chiapello</i>	

Competència (socio)lingüística al grau de Llengua i Literatura Catalanes: una experiència d'innovació docent .....	119
<i>Elga Cremades</i>	
Desarrollo de la competencia investigadora en educación superior: una experiencia de investigación participativa.....	129
<i>Lucrezia Crescenzi-Lanna y Belén Gutiérrez-de-Rozas</i>	
Minicongreso de las Ciencias en línea con estudiantes del grado de Educación Infantil .....	141
<i>María José Cuetos Revuelta y Natalia Serrano Amarilla</i>	
Impacto de la musicoterapia en el desarrollo integral de la persona .....	150
<i>Amparo de Dios Tronch</i>	
El aprendizaje cooperativo como herramienta fundamental para el aprendizaje de la Educación Musical.....	161
<i>Amparo de Dios Tronch</i>	
Activando la motivación del alumnado universitario a través del “efecto espejo”: del “yo estudiante” al “yo profesional” .....	171
<i>Fernando de Llano Paz y Alejandro Manuel Fernández Castro</i>	
University Go, diseño de una propuesta de Red Social para el aprendizaje colaborativo y la comunicación en la Universidad de Málaga.....	181
<i>Salvador Doblaz Arrebola y Gonzalo Pascual Ramos Jiménez</i>	
Fans as translators: para-institutional training and translational capital in manga and anime translation .....	191
<i>Salomón Doncel-Moriano Urbano</i>	
Impacto de una formación en primeros auxilios en mujeres migrantes cuidadoras informales .....	202
<i>Felipe Santiago Fernández Méndez, Alejandro Afonso Izquierdo, Iván Pérez Heras, José Manuel Díaz González y Maryurena Lorenzo Alegría</i>	
Transferencia de conocimiento y educación musical por medio del proyecto expositivo <i>Cantantes líricas gallegas de los siglos XIX y XX</i> : génesis y desarrollo .....	213
<i>María del Carmen Fernández-Morante, Francisco Javier Garbayo Montabes y María del Carmen Lorenzo Vizcaíno</i>	
Educación, fronteras y narrativas: por una pedagogía contra la exclusión.....	224
<i>Massimiliano Fiorucci y Giorgio Crescenza</i>	

When the home learns to breathe again: a qualitative case study on family adjustment and school inclusion in neurodevelopmental disorders .....	234
<i>Antonios Fodelianakis</i>	
Innovación docente en contratación de proyectos mediante simulación profesional con Scrum Learning.....	244
<i>José Luis Fuentes-Bargues, Alberto Sánchez-Lite, Fernando Grande-González y M.ª Carmen Gonzalez-Cruz</i>	
Nuevos formatos de aprendizaje de la teoría de conceptos umbral .....	252
<i>Andrés García Ramos, Miguel Howe León y Celeste Armas Bacci</i>	
<i>Learning Paths</i> : aprendizaje y bienestar estudiantil en lugares más allá del aula .....	261
<i>Isabela García Senent y Carmen Sánchez-Ovcharov</i>	
Percepción del uso de ChatGPT en Educación superior y retos para el alumnado .....	270
<i>María Yolanda González Alonso</i>	
Conocimiento, esfuerzo y capacidad de no rendirse como herramientas en nuevas experiencias de innovación docente implementadas en grado universitario .....	279
<i>Rosalía González Brito</i>	
Addressing bullying perpetration among Serbian adolescents: the role of school safety dimensions.....	289
<i>Adrijana Grmuša</i>	
Concepciones del patrimonio etnológico en el profesorado en formación inicial de Educación Primaria.....	300
<i>Aitana Guardiola Moreno, Ariadna Garrigós Aunión y Santiago Ponsoda López de Atalaya</i>	
Repensar la enseñanza: del enfoque tradicional al protagonismo del alumnado en el aprendizaje .....	310
<i>Jorge Heliz Llopis y Carmen Mañas Viejo</i>	
Educación a distancia en responsabilidad social y sostenibilidad: percepción de estudiantes universitarios .....	323
<i>Diana Hernández Cruz</i>	
Los conceptos umbral en la concepción del proceso de enseñanza-aprendizaje en educación superior y su implicación en el diseño de las asignaturas .....	333
<i>Miguel Howe León, Juan Fraile RuizMartina, María Loitegui y Noemy Martín-Sanz</i>	

Investigación relacionada con la aplicación de la metáfora biológica del árbol del conocimiento en la cooperativa COOPSERSAN, Colombia.....	342
<i>Karen Melissa Hurtado Arciniegas y Doris Rosero-García</i>	
Innovación educativa con tecnologías emergentes en la universidad: el proyecto EmTech4HE como experiencia transformadora .....	351
<i>Nahia Idoiaga Mondragon y Idoia Legorburu Fernandez</i>	
La Semana de la Innovación en el Aprendizaje como una buena práctica que fomenta el cambio en profesores universitarios .....	361
<i>Martina María Loitegui, Belén Obispo-Díaz y Andrés García Ramos</i>	
La temática ético-social en la formación continua del profesorado universitario .....	371
<i>Francisco Javier Malagón Terrón</i>	
La actitud proactiva docente frente a la investigación educativa: desafíos y oportunidades para su aplicación en el aula .....	383
<i>Mireya Mallén Berdejo y Cristina Borau Viu</i>	
Del aula al laboratorio: competencias críticas y profesionales a través del Aprendizaje Basado en Proyectos en Periodismo .....	393
<i>Luz Martínez Martínez, María Arteaga Ros y Luis Felipe Solano Santos</i>	
Prácticas de liderazgo medio: contribuciones al Desarrollo Profesional Docente en centros de formación técnico profesional en Chile.....	406
<i>Óscar Maureira Cabrera y Manuel Pineda Torres</i>	
Las TIC en la enseñanza de la geometría: análisis temático y de frecuencia de descriptores.....	419
<i>Alexander Maz-Machado y María Josefa Rodríguez-Baiget</i>	
La formación política en las infancias: un análisis de la afiliación y el control sobre el entorno como capacidades humanas .....	431
<i>Leidy Ximena Mesa y Guillermo Meza Salcedo</i>	
La representació de les violències masclistes en les novel·les d'Irene Solà i d'Andrea Abreu: anàlisi de cas per a una proposta didàctica.....	442
<i>Carla Mira Anton</i>	
Estilos de vida pospandemia de estudiantes universitarios. Una mirada transatlántica.....	452
<i>Luis Moral Moreno</i>	

Rethinking architectural education: uncertainty, error and laziness as (unexpected) learning assets for creativity .....	465
<i>Sandra Neto</i>	
College UFV: una experiencia formativa en el aula universitaria, con personas extranjeras .....	477
<i>Belén Obispo-Díaz, Natalia Sarrión Rubio de la Torre y Noemy Martín-Sanz</i>	
Decálogo para la introducción del consentimiento en la Educación Infantil.....	489
<i>María Isabel Olmedo Corral, Carmen Mañas Viejo y Jorge Heliz Llopis</i>	
Posturas paradigmáticas en la formación en fisioterapia: una revisión de alcance.....	499
<i>Karen Pascal Mamani</i>	
MOSL4L: towards a framework for learner-based and context-sensitive technology enhanced language learning .....	512
<i>Timothy Read, Juan-José Magaña y Elena Barcena</i>	
Futuros docentes ante la autoevaluación con grados de certeza .....	522
<i>Ana Remesal y Horacio F. Vidosa</i>	
Desafíos éticos de la inteligencia artificial generativa en la educación: un análisis de la literatura académica.....	533
<i>Sebastián Reyes Alvarado y Laura Hernández Dager</i>	
El enfoque <i>student voice</i> y el <i>cuaderno de bitácora</i> como dispositivo de formación innovador para el desarrollo profesional del profesorado universitario y una educación democrática. Una reflexión teórica.....	544
<i>Roberta Rosa</i>	
John D. Caputo: las buenas razones de la religión sin religión y el Dionisos rabino que nadie vio venir .....	554
<i>Encarnación Ruiz Callejón</i>	
Aprendizaje de la música tradicional a través de un proyecto que combina el análisis, la creación y la práctica musical.....	564
<i>Facundo San Blas y Ángela Buforn</i>	
Detectar els senyals de les violències masclistes: una experiència a l'aula universitària a través de la literatura .....	575
<i>Raül Sánchez-Ballester</i>	

Metodologías activas y el aprendizaje colaborativo en el desarrollo del perfil profesional del diseñador gráfico del Centro universitario de arte, arquitectura y diseño.....	585
<i>Aurea Santoyo Mercado, Eva Guadalupe Osuna Ruiz y José Antonio Luna Abundis</i>	
Proyecto PROMESA-EF: codiseño con maestros para desarrollar programas de promoción de la actividad física en la escuela.....	597
<i>Romina Gisele Saucedo-Araujo, Francisco Javier Huertas-Delgado, Emilio Villa-González y Manuel Ávila-García</i>	
La educación ambiental y fiscal como estrategia para fomentar la concienciación ciudadana en la tributación ecológica.....	607
<i>Arantxa Serrano Cañadas</i>	
La guía didáctica como reflejo del pasado y del presente histórico y como medio para una educación musical transformadora: “Cantantes líricas galegas dos séculos XIX e XX” .....	619
<i>Laura Touriñán-Morandeira, Ilduara Vicente Franqueira y M<sup>a</sup> del Carmen Fernández-Morante</i>	
Lengua, historia e hibridismo cultural: tres aplicaciones prácticas de la literatura neomahyarí en la universidad española .....	632
<i>Rocío Velasco de Castro</i>	
La presencia del franquismo en los proyectos educativos de Canarias: una revisión historiográfica y curricular.....	641
<i>Yago Viso Armada</i>	
Inteligencia Artificial Generativa en la universidad bajo sospecha: percepciones del profesorado y el alumnado sobre sus riesgos.....	563
<i>Montserrat Yepes-Baldó y Marina Romeo</i>	

# Activando la motivación del alumnado universitario a través del "efecto espejo": del "yo estudiante" al "yo profesional"

Fernando de Llano Paz

Alejandro Manuel Fernández Castro

*Universidade da Coruña (España)*

DOI: <https://doi.org/10.14679/4423>

**Resumen:** La baja motivación del alumnado en las aulas universitarias de carreras no vocacionales como las vinculadas con la Economía y la Empresa, condiciona negativamente el interés y desempeño mostrado en desarrollo del proceso enseñanza-aprendizaje. Ante ello, se propone una experiencia profesionalizante: desarrollar un proyecto de internacionalización del comercio local del barrio histórico de A Coruña con el asesoramiento de profesionales juniors. A través de la metodología activa de Aprendizaje Basado en Proyectos (ABPy) se busca el impacto positivo en la motivación del alumnado que pueda suponer el efecto espejo de trabajar y ser asesorado por egresados juniors de la propia Facultad. El liderazgo de la planificación, diseño y desarrollo del proyecto de internacionalización corre a cargo del alumnado con el apoyo de profesionales expertos en las distintas áreas del mismo. Visualizar y contactar con su "yo" del futuro puede ayudar a su activación y motivación, para poner su mejor versión al servicio de su propio proceso de enseñanza-aprendizaje y del resto de alumnado.

**Palabras clave:** motivación, educación universitaria, efecto espejo, aprendizaje basado en proyectos (ABP).

**Abstract:** The low motivation of students in university classrooms of non-professional degrees such as those related to Economics and Business has a negative impact on the interest and performance shown in the development of the teaching-learning process. In view of this, a professionalising experience is proposed: to develop a project for the internationalisation of local commerce in the historic centre of A Coruña with the advice of junior professionals. Through the active methodology of Project Based Learning (PBLy), the aim is to have a positive impact on the motivation of students through the mirror effect of working and being advised by junior graduates from the Faculty itself. The leadership of the planning, design and development of the internationalisation project is the responsibility of the students with the support of professional experts in the different areas of the project. Visualising and getting in touch with their future 'self' can help to activate and motivate them to put their best version of themselves at the service of their own teaching-learning process and that of the rest of the students.

**Keywords:** motivation, university education, mirror effect, project-based learning (pbl).

## 1. INTRODUCCIÓN

En los últimos años, el alumnado universitario en los grados de economía y empresa de la UDC se ha caracterizado por presentar un déficit de motivación hacia el aprendizaje en

las aulas. El análisis que se hace desde la experiencia del profesorado apunta que esta desmotivación puede estar provocada, en muchos casos, por una falta de vocación o desconocimiento en relación con la actividad profesional a desarrollar como alumnado egresado. Los estudios de Economía y Empresa quizás no presentan una vocación tan marcada como sí la pueden tener los estudios de medicina o de abogacía, incluso de ingeniería. Esto conduce a que el alumnado no tenga clara la finalidad última de su esfuerzo diario y a que el ambiente en el aula no sea del todo participativo y activo, viéndose afectado el propio interés del alumnado por aprender.

Por motivación puede entenderse aquella estrategia o conjunto de acciones o herramientas que hacen sentirse capaz y conducen finalmente a una persona a realizar una tarea (Molineros y Solórzano, 2022). De hecho el término motivación proviene del latín *motivus*, esto es, que tiene relación con el movimiento. Así una persona motivada es aquella que se siente movida a realizar alguna acción y en muchos casos está relacionado con anhelos, impulsos o incluso intereses (Serafini y Cuenya, 2020). Se llegan a establecer dos tipos de motivación según Loáiciga-Gutiérrez y Chanto-Espinoza (2024): la extrínseca, que procede de fuera del individuo, y la intrínseca, aquella que viene “de dentro” de la propia esencia del individuo, de su autorregulación y autoconocimiento y que es gratificante en sí misma (Anaya et al., 2021). La extrínseca es aquella que se puede visualizar, por ejemplo, en los progenitores que ofrecen alguna recompensa al descendiente, y este se siente motivado a realizarla o completarla para obtener el premio. Es por ello que en el caso que nos ocupa, desde el punto de vista de docentes universitarios, es la motivación intrínseca la que se busca potenciar y sobre la que se pretende actuar. En definitiva, tratar de activar al alumnado universitario, su autorregulación interna, para que tengan éxito en el proceso de enseñanza-aprendizaje. De hecho, Lora (2020) relaciona la importancia de la actitud ante el aprendizaje y su relación con la motivación y la ansiedad, y lo que pueden implicar sobre el rendimiento académico.

La propuesta metodológica está basada en metodologías activas de innovación docente. Se trata de aplicar el Aprendizaje Basado en Proyectos (ABPy) en las aulas universitarias para alumnado de materias de la Facultad de Economía y Empresa de la Universidade da Coruña. La idea reside precisamente en un acercamiento del alumnado a su “yo” egresado y profesional del futuro a través del contacto y trabajo con egresados recientes, que podrían considerarse juniors (con al menos 5 años de experiencia en la profesión), de la propia facultad donde están estudiando. Se busca que a través del contacto con los egresados se estimule el aprendizaje y provoque una reacción en el alumnado al verse reflejado ante lo que puede ser su yo del futuro, gracias al “efecto espejo” (Badosa, 2020). El objeto de este acercamiento es la colaboración en un proyecto de internacionalización del comercio local de las tiendas del centro histórico. Se basa en el diseño conjunto de un plan de viabilidad para una campaña de internacionalización de las tiendas de comercio local situadas en el centro histórico de A Coruña. El incremento de cruceristas debido a la potenciación del Puerto de A Coruña como puerto relevante en la red de turismo ha provocado el aumento de visitantes al centro histórico y a sus pequeñas tiendas: realidades empresariales locales que en la mayoría de los casos no están preparadas para ofrecer sus productos en otro idioma que no sea el gallego y/o el castellano. La visita de cruceros con dos mil o tres mil personas anima a intentar aprovechar la oportunidad para estas pequeñas tiendas de barrio. Según datos de la Autoridad Portuaria de A Coruña, en 2024 arribaron a la ciudad más de 400.000 cruceristas (Autoridad Portuaria de A Coruña [APAC], s.f.).

Mediante el diseño de un plan de proyecto, el alumnado de grado está llamado a realizar una investigación de mercado (analizar la realidad del micro y del macroentorno) y a desarrollar una estrategia de producto-servicio vehiculado a través de una campaña para conseguir la internacionalización de la red de aquellas tiendas locales que acepten entrar a formar parte del proyecto. El número será elevado, entre 10 y 20, gracias a la colaboración, intermediación de la Asociación de Comerciantes del Centro Histórico, con quien se ha contactado. El proyecto incluye la realización de un análisis de viabilidad económico-financiera que explicita los recursos necesarios para llevar a cabo el proyecto de internacionalización. Por otro lado, se ha contactado con diversos profesionales egresados recientes de la propia facultad para que ejerzan como asesores del proyecto. De esta forma el alumnado puede entrar en contacto con el asesoramiento específico de cada profesional, especializado en los diferentes eslabones del proyecto. Con este diseño, el alumnado de grado puede tener contacto con profesionales que se formaron en las aulas en las que lo está haciendo actualmente el alumnado y que recibieron clases, en su mayoría, del profesorado que están actualmente en plantilla.

Se trata, en definitiva, de ofrecer una propuesta que puede llevarse a cabo, práctica, con la que aplicar una metodología activa (ABPy), con una finalidad de proyecto clara junto con el desarrollo de habilidades blandas por parte del alumnado gracias al trato y asesoramiento de las personas egresadas, con el fin de acercar al alumnado a la práctica profesional a través de los que pueden ser ellos y ellas en el futuro próximo. Y con ello activar la motivación del propio alumnado.

## **2. OBJETIVOS**

El objetivo es activar la motivación del alumnado a través de la realización de un proyecto: acercar el comercio de proximidad al cliente internacional que visita A Coruña, particularmente el barrio histórico de A Coruña. El contacto profesional con la realidad comercial interpelará al alumnado, motivando el espíritu emprendedor.

El alumnado está llamado a realizar una investigación de mercados específica asesorado por profesionales expertas/os. Una vez definidos los perfiles de clientes potenciales y analizados los establecimientos y productos ofrecidos, se diseñará y se desarrollará una campaña de promoción e internacionalización, con la guía de los profesionales expertos colaboradores. Se busca activar así la empleabilidad a través del desarrollo de habilidades blandas relacionadas con la economía, la planificación, el comercio y el marketing.

De forma específica, la experiencia se ha diseñado con los siguientes objetivos generales y específicos: objetivo general 1 (OG1) (alumnado): acercar al alumnado a una experiencia profesionalizante al amparo formativo del centro educativo; objetivo específico (OE)1.1: diseñar un caso real de una investigación de mercados; OE 1.2: conocer y aplicar las metodologías actuales empleadas por profesionales del ámbito del marketing y de la investigación y comercialización de mercados con las que mejorar la capacidad de empleabilidad del alumnado; OE 1.3: conocer las experiencias laborales de profesionales expertas/os; OE 1.4: diseñar con éxito una campaña de dinamización comercial; OE 1.5: desarrollar con éxito a campaña diseñada de dinamización comercial; OE 1.6: analizar los establecimientos desde un punto de estrategia comercial y de marketing; OE 1.7: analizar la realidad del comercio local desde una perspectiva de género, para proponer posibles acciones que potencien la igualdad de género; OE 1.8: desarrollar un plan de viabilidad de una iniciativa emprendedora en el barrio basada en la oferta de servicios del proyecto; objetivo general 2 (OG2) (profesorado): desarrollar una experiencia innovadora con metodologías activas. Objetivo Específico (OE) 2.1: conocer y aplicar a nivel práctico las metodologías ABPy y *Learning by doing*; OE 2.2: motivar

al alumnado y favorecer el trabajo en equipo del grupo, impulsando la comunicación directa y saludable de sus miembros, siempre desde un punto de vista constructivo y proactivo; OE 2.3: favorecer e impulsar pensamiento crítico de los integrantes, intentando en la medida del posible eliminar las decisiones arbitrarias, o no justificadas, que puedan ir en contra del objetivo final del proyecto; OE 2.4: facilitar el desarrollo de un plan de viabilidad de una iniciativa emprendedora en el barrio basada en la oferta de servicios del proyecto; OE 2.5: crear recursos didácticos relacionados con el desarrollo del proyecto; OE 2.6: conseguir visibilidad con la que poder dar a conocer la oferta educativa de la facultad; objetivo general 3 (OG3) (profesionales y empresas colaboradoras): contribuir a la puesta en valor del comercio y del producto local del entorno del centro educativo; objetivo específico (OE) 3.1: ser agente transformador gracias al asesoramiento dxs profesionales colaboradorxs; OE 3.2: facilitar información y conocimiento sobre nuevos procesos, herramientas o técnicas que se estén empleando en las empresas por los profesionales que desempeñan tareas semejantes a las desarrolladas en el proyecto; OE 3.3: asentar y activar dinámicas de trabajo grupales, con el objetivo de potenciar y estimular la creatividad, al mismo tiempo que se facilita la resolución de problemas y la superación de obstáculos; OE 3.4: asesorar al alumnado en el diseño y desarrollo de la investigación de mercados; OE 3.5: asesorar al alumnado en el diseño del plan de marketing, que incluirá el desarrollo de la Campaña de promoción; OE 3.6: facilitar la creación de materiales educativos por parte del profesorado y alumnado a través de la colaboración de los profesionales en vídeos, encuestas u otro tipo de formatos. Objetivo general 4 (OG4) (Agrupación de Vecinos y Comerciantes): incrementar la visibilidad del comercio y del producto local; objetivo específico (OE) 4.1: animar a la participación en el Proyecto Educativo de establecimientos de la Asociación de Vecinos y Comerciantes y adherirse a él; OE 4.2: animar a la que los establecimientos adheridos al proyecto faciliten aquellos datos que les sean requeridos desde lo centro educativo para la elaboración de la investigación de mercados (siempre que se disponga de ellos y no sean sensibles): perfiles de cliente, tipos de producto a la venta, estimación de ventas, precios de los productos analizados objeto del proyecto, datos de ventas finales y otros posibles tipos de datos para poder evaluar el impacto de la campaña; OE 4.3: facilitar una persona de contacto directo a la que poder informar y con la que poder comunicar en el caso de precisar su colaboración desde lo proyecto; OE 4.4: facilitar las acciones de dinamización comercial e internacionalización propuestas: posibles carteles, ocupación temporal de un espacio del escaparate durante la campaña de dinamización, recogida de datos de las ventas incrementales durante la campaña para valorar la efectividad, así como la recogida de datos mediante encuesta ofrecida a clientes; OE 4.5: conseguir un incremento de la entrada de clientela potencial internacional en el establecimiento adherido para comprar; OE 4.6: conseguir un incremento en las ventas derivada de la aplicación práctica del proyecto.

### **3. MÉTODO**

#### **3.1. El docente universitario y el rol a desempeñar: del docente que transmite información a aquel que facilita el proceso de enseñanza-aprendizaje**

Zabalza (2011) señala que el docente universitario ha visto como se transformaba su rol, relacionado con las concepciones didácticas y su papel a jugar en las aulas y en las tutorías universitarias. Así el profesorado universitario está llamado a formar a su alumnado a partir de la generación de espacios y ambientes de aprendizaje dinámicos (*focus on learning facilitation*). en el que el profesorado se encarga de facilitar el proceso de enseñanza-aprendizaje al alumnado, quien pasa a tener el control y la iniciativa del aprendizaje, de aprender. El profesorado universitario deja de ser la parte activa y

dinámica del proceso, y deja de ser la persona responsable de la transmisión de la información (*focus on transferring information*). A partir de este cambio en las aulas universitarias el responsable de la formación sigue siendo el profesorado, quien se encarga además de “prepararlo todo” para facilitar el aprendizaje del alumnado. De hecho, este cambio obliga a un mayor esfuerzo por parte del docente, ya que el diseño de los materiales, del proceso, de los tiempos y de los espacios obliga al profesorado a hacer un mayor esfuerzo inicial previo. Una vez el alumnado inicia el proceso, es el propio alumnado quien toma la responsabilidad de aprovechar el proceso y asimilar los conceptos y trabajar y desarrollar las competencias propuestas por el profesorado.

Así, el estilo de mediación del profesorado se ve modificado. Ya no es el que construye el aprendizaje en el alumnado, sino que transfiere la responsabilidad del mismo al alumnado, quien pasa a ser el responsable de su formación. El alumnado gana en autonomía y el aprendizaje pasa a ser autónomo y profundo, por cuanto el ambiente generado por el profesorado permite la asimilación de los conceptos y desarrollo de las competencias gracias a los materiales y al propio espacio de aprendizaje generado por el profesorado.

De esta forma el acompañamiento intenso por el profesorado y el seguimiento pautado que propone Bolonia debe ser complementado por ambientes de aprendizaje que permitan al alumnado ganar en autonomía y sentirse responsables del proceso. Ello se consigue abandonando una mediación directiva por parte del profesorado y pasando a ofrecer una mediación propositiva. De hecho, el propio autor indica que si bien en los primeros cursos universitarios sí sea necesario cierta gestión directiva para ayudar al alumnado recién llegado al ambiente universitario a situarse y a entender su papel en el proceso, a partir de los cursos siguientes sí es necesario que el alumnado se implique en su formación de forma activa, y participe y establezca cierto autocontrol sobre o su proceso de enseñanza-aprendizaje, en función del propio desarrollo de su capacidad para ir encauzando su propio aprendizaje de forma autónoma.

### **3.2. La metodología activa del aprendizaje basado en proyectos**

Para el diseño de la propuesta se optó por emplear la metodología de aprendizaje Basada en Proyectos (ABPy). Esto permite centrar el trabajo con el alumnado en el diseño y desarrollo de un proyecto, con sus fases definidas, empleo de estrategias de investigación y la posterior evaluación del proceso y de los resultados (Barrera et al., 2021; Botella y Ramos, 2019; Ruiz y Ortega-Sánchez, 2022). Se pretende trabajar en el ámbito de las tres necesidades psicológicas básicas para el desarrollo de la motivación intrínseca: la autonomía, la competencia y la relación con los demás (Botella y Ramos, 2020).

Esta metodología ABP permite: dividir el proyecto en pequeños elementos o problemas a resolver, planificar su desarrollo posterior, ahondar en la teoría e incorporar el desempeño práctico, diseñar el modelo a aplicar para resolver el problema propuesto, analizar la viabilidad de diversas alternativas que sirvan como solución, evaluar lo aprendido y extraer conclusiones. Con ello se busca que el alumnado acabe pensando y actuando como un profesional (Martínez, 2021). Además de todo ello se trata de un enfoque orientado tanto a los participantes (que son la parte activa) como a alcanzar un producto final (la investigación de mercados, análisis de viabilidad del proyecto y campaña de internacionalización) y, sobre todo, un enfoque orientado al desarrollo de competencias (Zambrano et al., 2022) y de fortalecimiento de habilidades transversales (Villanueva et al., 2022).

### **3.3. Evaluación prevista del proyecto**

La evaluación del proyecto se realizará al final de cada una de las etapas. Esta evaluación se llevará a cabo con encuestas digitales creadas por el propio alumnado, donde se preguntará por los distintos indicadores a cumplir en las diferentes tareas y sobre el grado de cumplimiento de estas. Así, al finalizar cada una de las etapas habrá que cubrir 2 encuestas: Auto-evaluación individual por cada alumno y cada docente y Auto-evaluación colectiva por equipos de trabajo.

Finalmente se realizará una auto-evaluación colectiva con el grupo a modo de reflexión en torno a las mejoras que pueden ser aplicadas en esa etapa.

Para la “Etapa 6”, específica de evaluación del proyecto y de los resultados obtenidos (como se verá más adelante), el alumnado elaborará cuestionarios digitales para pasar a las empresas colaboradoras y a los establecimientos colaboradores. Estos cuestionarios versarán sobre las tareas llevadas a cabo por los participantes del proyecto y permitirán medir los diferentes indicadores de calidad seleccionados para la evaluación del proyecto. Con el resultado de estos cuestionarios y de las distintas evaluaciones por etapas, se elaborará un informe final del proyecto.

Alternativamente, el profesorado implicado realizará un seguimiento de las tareas a realizar por el alumnado mediante unas “fichas de seguimiento” elaboradas a tal efecto.

## **4. PARTICIPANTES**

Los participantes llamados a desarrollar esta iniciativa son alumnos de la Facultad de Economía y Empresa del Grado en Administración y Dirección de Empresas de la Universidade da Coruña.

Para facilitar la participación se propondrá como un proyecto o curso transversal a realizar fuera de las horas de aula. De esta forma podrá participar alumnado de distintas aulas, cursos y grados. En todo caso, queda a decisión del profesorado, que esta participación activa en el proyecto pueda ser reconocida en la calificación de las distintas materias implicadas.

La otra parte participante, además del profesorado, la forman aquellos profesionales egresados de la propia facultad que han acabado sus estudios en los 5 años anteriores. Desde el profesorado de la facultad se ha contactado con aquellos egresados que pueden estar realizando tareas relacionadas con las necesarias para el proyecto. Cada profesional egresado formará parte del equipo asesor y estará presente en todo el proceso. Se asegura así que todos los profesionales egresados participan en el proceso de elaboración y desarrollo del proyecto, siendo conscientes de que aportarán más en aquellos desempeños en los que tengan una mayor experiencia.

## **5. BREVE DESCRIPCIÓN DE LA EXPERIENCIA DISEÑADA**

A continuación, se detallan las posibles etapas planificadas a partir de las que proponer la experiencia: etapa 1: motivación del alumnado, presentación del equipo de egresados tutores/as y presentación del proyecto a socios de la Agrupación de Vecinos y Comerciantes por parte del alumnado. Tareas: presentación del proyecto (metodología, objetivos y equipo de asesores) e información ante el alumnado destinatario; presentación de los tutores profesionales egresados; establecimiento de los canales de comunicación adecuados por parte de la asociación de vecinos y comerciantes para la promoción del proyecto entre los asociados (reunión informativa, envío de correo electrónico informativo, u otros canales); etapa 2: diseño y desarrollo de la investigación de mercados a realizar, junto con el plan de viabilidad. Tareas: presentación y explicación del proceso de investigación de mercados y del estudio del plan de viabilidad del proyecto;

elaboración de materiales y documentación del proyecto; definición y reparto de las tareas de la investigación; facilitación de información por parte de los egresados sobre nuevos procesos, herramientas o técnicas que se estén empleando en las empresas por los profesionales que desempeñan tareas semejantes a las desarrolladas en el proyecto; Asesoramiento del alumnado en el diseño y desarrollo de la investigación de mercados; Solicitud a los establecimientos adheridos al proyecto de que faciliten aquellos datos que les sean requeridos desde lo centro educativo para la elaboración de la investigación de mercados (siempre que se disponga de ellos y no sean sensibles): perfiles de cliente, tipos de producto a la venta, estimación de ventas, precios de los productos analizados objeto del proyecto; etapa 3: diseño de la campaña de promoción. Tareas: diseño de la campaña; Elaboración de materiales y documentación del proyecto; cierre del presupuesto del proyecto y análisis del plan de viabilidad; asesoramiento del alumnado en el diseño y desarrollo de la campaña de promoción, especialmente en la elección de las acciones a llevar a cabo; etapa 4: preparación de los materiales y de las acciones de la Campaña de promoción. Tareas: coordinación y seguimiento de la elaboración de los materiales de la campaña: prestación de apoyo en los talleres/seminarios sobre el estudio del plan de viabilidad de una iniciativa emprendedora en el barrio basada en la oferta de servicios del proyecto; asesoramiento del profesorado y alumnado en la creación de materiales para la campaña de promoción; etapa 5: desarrollo de la campaña de promoción. Tareas: coordinación y seguimiento del alumnado en la campaña; elaboración de materiales y documentación del proyecto; finalización del estudio del plan de viabilidad de una iniciativa emprendedora en el barrio basada en la oferta de servicios del proyecto; colaboración en la coordinación del proceso de elaboración de materiales y documentación del proyecto; dinamización de la colaboración de los establecimientos adheridos a facilitar las acciones de activación comercial e internacionalización propuestas: posibles carteles facilitados, ocupación temporal de un espacio del escaparate durante la campaña de dinamización, recogida de datos de las ventas incrementales durante la campaña para valorar la efectividad, así como la recogida de datos mediante encuesta ofrecida a clientes; etapa 6: evaluación de la investigación de mercados y de la campaña de promoción. Tareas: coordinación de la evaluación; acompañamiento al alumnado para gestionar la reflexión autocrítica y la evaluación en positivo; elaboración de materiales y documentación del proyecto; colaboración en la gestión del proceso de evaluación de la campaña; colaboración en la coordinación del proceso de elaboración de materiales y documentación del proyecto; acompañamiento del alumnado en el proceso de reflexión sobre la evaluación del proyecto; colaboración de los establecimientos adheridos para facilitar datos de ventas y otros posibles tipos de datos para poder evaluar el impacto de la campaña; exposición en un foro de presentación de resultados del proyecto y de los estudios de viabilidad de las iniciativas emprendedora de comercio local trabajadas por el alumnado; etapa 7: cierre del proyecto y presentación de resultados. Tareas: finalización del proceso de elaboración de materiales y documentación del proyecto; preparación de la presentación de los resultados del proyecto; colaboración en la preparación de la comunicación de los resultados del proyecto

## **6. RESULTADOS PREVISTOS**

Se definen los resultados atendiendo al agente implicado. Los resultados previstos a nivel docente (alumnado y profesorado) serían: Mejora de la experiencia formativa y motivacional del alumnado gracias a este proyecto profesionalizante; Desarrollo y aplicación de las metodologías activas de Aprendizaje Basado en Proyectos (ABPy) y *Learning by doing*; Adquisición de conocimiento y aplicación de nuevas herramientas en el campo de la investigación de mercados, del marketing y publicidad, que mejorarán las

habilidades de empleabilidad del alumnado; Mejora de las habilidades de empleabilidad del alumnado gracias al contacto con los profesionales colaboradores; Conocimiento de la realidad de las/os profesionales autónomas/os y emprendedoras/es del barrio que potenciará el perfil emprendedor del alumnado; Dinamización del espíritu emprendedor entre el alumnado gracias al desarrollo del estudio de viabilidad de una iniciativa emprendedora en el barrio e incremento de la visibilidad de los estudios universitarios a través del desarrollo práctico del proyecto con la campaña de promoción del comercio local.

Los resultados socioeconómicos previstos, en el contexto de la ciudad, serían: Incremento de la visibilidad del comercio y del producto local del barrio gracias a la campaña de promoción y la difusión que pueda tener en los establecimientos adheridos y los medios de comunicación; Dinamización de la actividad socioeconómica en el barrio histórico; Detección de posibles mejoras en la digitalización de los establecimientos adheridos gracias al análisis de mercados y al asesoramiento profesional egresado experto y Mejora del nivel de internacionalización de los establecimientos adheridos gracias a las acciones de la campaña de promoción.

## **7. CONCLUSIONES**

La motivación del alumnado universitario de grados no vocacionales es compleja, y en algunos casos, como en las carreras de economía, se puede decir que es escasa. El alumnado no se siente motivado a encarar su período de formación con expectativas claras, más allá de aprobar las materias que se van sucediendo. Es común que no exista una motivación que realmente lo active y lo mantenga interesado como alumnado a lo largo del proceso de enseñanza-aprendizaje. Ello puede deberse, en parte, a que los grados de economía capacitan para muchos perfiles profesionales distintos, muy diversos y que se desarrollan en contextos laborales y empresariales muy distintos. Son tantas las opciones que el alumnado, normalmente, no llega a focalizar su objetivo: no sabe a qué se acabará dedicando. Todo ello repercute en el interés y atención mostrada en el aula, que son escasos.

Ante este contexto se presenta esta propuesta. Nadie mejor que un compañero o compañera que haya acabado recientemente los estudios que el alumnado en la actualidad está desarrollando para ver ejemplos prácticos de aquello a lo que se puede dedicar y ver cómo lo puede hacer (como el alumnado egresado junior) en un futuro cercano. El contexto metodológico será el de Aprendizaje Basado en Proyectos, una metodología activa que busca dinamizar la responsabilidad del estudiante en el desarrollo de una tarea compleja dividida en fases y que requiere de planificación, análisis, trabajo en equipo y coordinación. El actor principal deja de ser el profesorado, que prepara la experiencia, y pasa a serlo el alumnado, quien se activa y toma las riendas de la propuesta. Es asesorado, cuando así lo requiere, por el conjunto del profesorado implicado y, sobre todo, por el equipo de profesionales egresados junior que finalizaron los estudios como máximo en los 5 años anteriores. Se busca el “efecto espejo” que puede surgir tras el contacto en el desarrollo del proyecto con profesionales recién egresados y con responsabilidades laborales: el alumnado puede trabajar codo con codo con su “yo” del futuro, experimentar y entender el proceso de toma de decisiones profesionales y así visualizar un objetivo claro por el que motivarse en las aulas.

El proyecto se ofrecerá a aquel alumnado interesado de los cursos de los grados impartidos en la Facultad de Economía y Empresa de la Universidad de A Coruña. Se tratará de un proyecto no de aula, sino de Facultad. Tendrá carácter transversal, por cuanto no se incluirá dentro del aula de ninguna materia en particular. Con ello se busca también

romper con la dinámica de aula que condiciona en muchos casos el propio desarrollo temporal de los proyectos de este tipo. Se deja abierto para que las materias y el profesorado reconozcan en sus calificaciones (en la forma que las guías docentes lo permitan) la implicación del alumnado inmerso en este proyecto y coordinado por profesorado de la propia facultad.

El enfoque de la experiencia se busca que sea práctico. Desarrollar una investigación de mercados y estudiar su viabilidad económica para acercar el comercio de proximidad al cliente internacional que visita A Coruña, particularmente el barrio histórico-Ciudad Vieja. En el proceso el alumnado universitario será asesorado por profesionales recién egresados para diseñar una campaña de promoción e internacionalización. Se ejercitará así la empleabilidad, desarrollando las habilidades blandas de perfiles comerciales y del marketing, además del análisis y planificación económicas. Colaborarán entidades locales empresariales a través de la asociación de vecinos y comerciantes del barrio que permitirán llevar a un caso real la propuesta.

## REFERENCIAS

- Anaya, R., Tumino, M. C., Niño, J. F., Bournissen, J. M. y Arboleda, W. H. (2020). Motivación de estudiantes de ingeniería en informática con énfasis en ingeniería de software: un estudio en universidades latinoamericanas. *Revista Ingenierías Universidad de Medellín*, 19(36), 239-260. <https://doi.org/10.22395/rium.v19n36a12>
- Autoridad Portuaria de A Coruña. (2025) *Nuevo récord de cruceristas en A Coruña*. <https://www.puertocoruna.com/w/nuevo-r%C3%A9cord-de-cruce-ristas-en-a-coru%C3%B1a>
- Badosa, A. (2020). Ideologías lingüísticas de las comunidades quechua y amazigh en Cataluña: el efecto espejo. *Lengua y migración / Language and Migration* 12(1), 127-173. <http://hdl.handle.net/10017/43617>
- Barrera, F., Venegas-Muggli, J. I., y Ibacache, L. (2022). The effect of project-based learning on students' academic performance. *Revista de estudios y experiencias en educación*, 21(46), 277-291. <https://dx.doi.org/10.21703/0718-5162.v21.n46.2022.015>
- Botella, A. M. y Ramos, P. (2019). Investigación-acción y aprendizaje basado en proyectos. Una revisión bibliográfica. *Perfiles educativos*, 41(163), 127-141. <https://doi.org/10.14482/INDES.30.1.303.661>
- Botella, A. M. y Ramos, P. (2020). La relación con los demás y la motivación en un Aprendizaje Basado en Proyectos. *Estudios pedagógicos (Valdivia)*, 46(1), 145-160. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-07052020000100145>
- Loáiciga-Gutiérrez, J. y Chanto-Espinoza, C.L. (2024). Estrategias que fomentan la motivación del estudiante universitario en el aula, a través de herramientas emergentes de aprendizaje en línea. *INNOVA Research Journal*, 9(3), 61-80 <https://doi.org/10.33890/innova.v9.n3.2024.2582>
- Lora, M. G. (2020). Actitud, motivación y ansiedad y su relación con el rendimiento académico en estudiantes del Posgrado. Universidad César Vallejo 2017. *Horizonte Médico (Lima)*, 20 (1), 37-44. <https://doi.org/10.24265/horizmed.2020.v20n1.06>

- Martínez, M. G. (2021). Aprendizaje basado en proyectos como estrategia de formación profesional. *RIDE. Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo*, 12(23), 1-29. <https://doi.org/10.23913/ride.v12i23.1093>
- Molineros, L. A. y Suástegui Solórzano, S. M. (2022). Estrategia para la motivación del aprendizaje de las Matemáticas de los estudiantes que cursan la Educación Básica Superior. *Revista Cognosis* 7, 285–302. [https://doi.org/10.33936/cognosis.v7iEE\(1\).5801](https://doi.org/10.33936/cognosis.v7iEE(1).5801)
- Ruiz, D. y Ortega-Sánchez, D. (2022). Project Based Learning: A Systematic Literature Review (2015-2022). *HUMAN REVIEW. International Humanities Review / Revista Internacional De Humanidades*, 14(6), 1–14. <https://doi.org/10.37819/revhuman.v14i6.1286>
- Serafini, M. y Cuenya, L. (2020). Motivación: un recorrido histórico y teórico de los principales marcos conceptuales. *Revista ConCiencia EPG*, 5(2), 15-44. <https://doi.org/10.32654/CONCIENCIAEPG.5-2.2>
- Villanueva, C., Ortega, G. y Díaz, L. (2022). Aprendizaje Basado en Proyectos: metodología para fortalecer tres habilidades transversales. *Revista de estudios y experiencias en educación*, 21(45), 433-445. <https://dx.doi.org/10.21703/0718-5162.v21.n45.2022.022>
- Zabalza, M. A. (2011). Metodología docente. *Revista de Docencia Universitaria*, 9 (3), 75-98. <https://doi.org/10.4995/redu.2011.6150>.
- Zambrano, M. A., Hernández, A. y Mendoza, K. L. (2022). El aprendizaje basado en proyectos como estrategia didáctica. *Revista Conrado*, 18(84), 172-182. <https://scielo.sld.cu/pdf/rc/v18n84/1990-8644-rc-18-84-172.pdf>