

La Facultad de Comercio de Valladolid, una fuente de talento para las empresas

LOS ALUMNOS DEL CENTRO UNIVERSITARIO, QUE CUENTA CON EL ASESORAMIENTO EMPRESARIAL PARA DISEÑAR SU PLAN DE ESTUDIOS, TIENEN UNA INSERCIÓN LABORAL DE CASI EL 100%



Antes de acabar los estudios, el 70% de nuestros alumnos ya tiene trabajo y el 30% restante, que se decanta por continuar con un máster, se coloca tras finalizar el posgrado, por lo que el porcentaje de inserción alcanza prácticamente el

100%. Con estos datos sobre la mesa, José Antonio Salvador Insúa, decano de la Facultad de Comercio de la **Universidad de Valladolid**, cree que uno de los factores principales de este éxito es haber conectado con la realidad empresarial. “Contamos con una demanda por parte del ámbito de los negocios que en la actualidad no podemos cubrir porque el número de estudiantes que tenemos es limitado”, puntualiza.

LABORATORIO DE NEUROCIENCIA

La Facultad de Comercio de la **Universidad de Valladolid** cuenta desde hace tres años con un laboratorio universitario de neurociencia aplicada a los estudios de mercadotecnia, que puso en marcha en colaboración con **Sociograph Neuromarketing**. En este espacio se analizan la atención y la emoción de los consumidores ante productos. Empresas como **Mediaset** han aprovechado sus instalaciones para previsualizar en exclusiva sus series y conocer las reacciones del público antes de emitirlas. También trabaja para marcas como **Cortefiel**, **Springfield**, **Woman Secret** o **Leroy Merlin**, entre otras, testeando sus tiendas y escaparates o en las diferentes campañas, como la de Navidad.

Otra de sus actuaciones innovadoras es el Centro de Estudios de Asia, creado para analizar cuestiones como

la cultura, la tradición o la economía de los países de este continente y que organiza conferencias, simposios e intercambios. Asimismo, destaca la iniciativa europea Timmis del programa Interreg que gestiona su Cátedra de Comercio Exterior, dotado con 1,5 millones de euros en tres años para formar equipos de alumnos interdisciplinarios para desarrollar proyectos empresariales y en el participan tanto alumnos de esta universidad como del **Instituto Politécnico de Braganza**. Asimismo, acogió la presentación a nivel mundial de un asistente de escritura para ayudar a hispanoparlantes a escribir textos en inglés a cargo de la firma danesa **Ordbogen A/S**, que ha elegido a un grupo de profesores de la **Universidad de Valladolid** encabezados por Pedro Fuertes, catedrático de Inglés de la Facultad de Comercio, para esta acción.



nos, la logística y más prácticas. No en vano, la Facultad incluye una asignatura obligatoria de 18 créditos, o lo que es lo mismo 450 horas, para que los alumnos puedan pasar por las empresas antes de terminar sus estudios, “y muchos de ellos consiguen ya un puesto de trabajo en estas compañías”. En concreto, la institución académica mantiene acuerdos con más de 150 firmas.

Aunque sí hubo un aspecto esencial, fue la introducción de idiomas como inglés, francés y alemán comercial, “a los

La tendencia cambió a partir de la entrada en funcionamiento del Semestre Internacional de Primavera, un plan completo que imparte las clases en inglés durante el último tramo del curso a un máximo de 30 alumnos, así como del programa K107 de la UE, que ampliaba las opciones de recibir jóvenes de países no comunitarios. Las enseñanzas incluidas en esta actuación, que están disponibles para cualquier estudiante de fuera de nuestras fronteras, incluso si no están matriculados durante todo este período lectivo, han

tancia de esta iniciativa es la contratación en el último lustro por parte de **Carrefour** de más de 200 graduados como jefes de sección; de otros 15 por parte de **Leroy Merlin**; y de las constantes solicitudes por parte de **Decathlon**; entre otras compañías. “Ofrecemos una enseñanza muy orientada a las necesidades del mercado en la que se trabajan competencias transversales, como la logística, tanto de aprovisionamiento como de distribución, que está teniendo un crecimiento exponencial”.

Certamen Empresario del Año

Para reconocer el papel de tejido productivo y de sus dirigentes en la sociedad, la Facultad implementó hace ya 35 años el Certamen Empresario del Año, “que cuenta con un prestigioso jurado compuesto por 38 personas que representan a distintos segmentos, como bancos, organismos públicos, asociaciones empresariales, sociedades mercantiles y medios de comunicación y en el que participan como organizadores varios alumnos. Este encuentro sirve también para hacer *networking*”. Junto a esta acción, el centro educativo propone otras para que los estudiantes se familiaricen con la realidad empresarial, como visitas a compañías, la Feria del Emprendedor, el Premio Creación de Empresas que ha apoyado la constitución de cerca de una docena de ellas, la Voz del Emprendedor a través de la que invitan a personas que han montado su propio negocio, conferencias o talleres para propiciar el autoempleo. Además, aprovecha el altavoz de las redes sociales para difundir toda su programación y darse a conocer entre todo tipo de público.

En cuanto a los estudios oficiales que imparte, se encuentran el Grado en Comercio; y los Másteres en Economía de la Cultura y la Gestión Cultural, en Relaciones Institucionales y Estudios Asiáticos y en Comercio Exterior. En el capítulo de titulaciones propias, figuran el Máster en Consultoría y Gestión de Procesos de Desarrollo Organizativo y los de Especialista en Coaching profesional, Coaching personal, Mercados e intermediación financiera, Neurociencia aplicada a los negocios y Sindicalismo y Diálogo Social.

Precisamente, cuando se planteó el último Plan de Estudios el centro educativo se reunió con compañías como **Carrefour**, **El Corte Inglés**, **Renault**, **Leroy Merlin** y **Lingotes Especiales**, así como asociaciones del pequeño comercio como **Fecosva** y **Avadeco** y entidades como la **Cámara de Comercio de Valladolid** o la Confederación Vallisoletana de Empresarios (**CVE**) que hicieron “aportaciones valiosas” para favorecer la salida laboral de los estudiantes, “en muchos casos en sus organizaciones”.

Acuerdos con más de 150 empresas

Así, se tuvieron en cuenta cuestiones como la incorporación de la informática de gestión, la dirección de recursos huma-

José Antonio Salvador Insúa, decano de la Facultad de Comercio de la Universidad de Valladolid.

que en breve se sumará el chino”. El centro se percató de que cada 180 estudiantes que se matriculan al año, alrededor de 70 se marchan fuera de Erasmus a destinos más tradicionales como Francia, Alemania, Austria, Polonia o Italia, pero también a otros como China, Japón, Rusia, Turquía, EEUU, Taiwán, Corea del Sur o la India. “Es un programa muy fuerte, pues permite consolidar las habilidades idiomáticas de los estudiantes”, puntualiza el decano de la Facultad de Comercio, al tiempo que recuerda que “teníamos un problema y es que enviábamos muchos fuera, pero recibíamos pocos”.

atraído a egipcios, turcos, kazajos, uzbekos, rusos, fidjanos, bielorrusos, georgianos, albaneses, brasileños, sudafricanos e incluso algún hispanoamericano. “En apenas dos años hemos logrado el equilibrio, incluso tenemos más de los que se van. El problema no era ni Valladolid, ni nuestra facultad, lo que hacía que no vieran alumnos extranjeros era que no teníamos docencia en inglés”, apunta Salvador Insúa.

La Facultad de Comercio dispone también de una bolsa de empleo en la que alrededor de 40 empresas publican sus distintas ofertas. Una muestra de la impor-