

**Atendiendo al nuevo perfil de estudiante universitario del siglo XXI.**

**Experiencias y prácticas universitarias con las que dar respuesta a las demandas, intereses y motivaciones de nuestro alumnado, sus especificidades y expectativas, a la vez que se potencia el logro de los objetivos de aprendizaje.**

**XXI. mendeko unibertsitateko ikaslearen profil berria.**

**Gure ikasleen eskaera, interes eta motibazioei, beren berezitasun eta itzaropenei erantzuteko unibertsitateko esperientziak eta praktikak, aldi berean ikaskuntzako helburuak lortzeko asmoz.**



Este libro recoge buenas prácticas académicas y de gestión implementadas por el profesorado de la  
Universidad de Deusto.

© Unidad de Innovación Docente. Universidad de Deusto, 2020

Edita: Grupo de Comunicación Loyola-Bilbao

**ISBN: 978-84-271-4469-9**

**BUENAS PRÁCTICAS DE INNOVACIÓN Y CALIDAD**

**IX Jornada Universitaria de Innovación y Calidad:**  
“Atendiendo a un nuevo perfil de estudiante”

**Título: Mentoring de recién graduados a estudiantes de Marketing de último curso.**

**Profesorado: Almudena Eizaguirre, María García-Feijoo y Marta Marco-Gardoqui**



### DATOS GENERALES

**Nombre de la titulación y asignatura:** Profundización de Marketing (5 asignaturas) de 4º curso del Grado en Administración y Dirección de empresas en Deusto Business School.

**Destinatarios:** Los destinatarios son los estudiantes de 4º Grado de Administración y Dirección de empresas, cursando la Profundización en Marketing.



### DESCRIPCIÓN, OBJETIVOS Y DESARROLLO METODOLÓGICO DE LA PRÁCTICA INNOVADORA

A comienzos de curso (septiembre de 2019) contactamos con una docena de personas y les invitamos a actuar de mentores de los estudiantes de último curso. Eran fundamentalmente antiguos estudiantes de la facultad, que a día de hoy se encuentran trabajando en el área de Marketing y Ventas, y con una experiencia profesional de al menos 5 años. En el marco de este proyecto, les planteamos un plan en tres pasos.

#### *PRIMERA FASE*

Por un lado, de cara a los mentores procedimos a contactar con los posibles mentores e invitarles a participar. Con sus respuestas, y tras resolver sus dudas e inquietudes, así como aclarar lo que se esperaba de ellos y sus expectativas, configuramos un equipo de 10 mentores.

Paralelamente, el primer día del semestre, explicamos a los estudiantes nuestra visión del mentoring (ya compartida con los mentores): el mentoring es un proceso de aprendizaje personal por el que una persona asume la propiedad y la responsabilidad de su propio desarrollo personal y profesional, con el apoyo externo de alguien con mayor experiencia. Para ello se establece una relación personalizada dirigida por el

mentorizado a través de la cual el mentor invierte su tiempo, comparte su conocimiento y dedica su esfuerzo para que el mentorizado disponga de nuevas perspectivas, enriquezca su forma de pensar y desarrolle todo su potencial como persona y como profesional.

### **SEGUNDA FASE**

Cada semana se produce una visita en el aula (o conexión por hangout/skype) de un mentor, a quien se le invita a responder a estas cuestiones:

- a. Si volvieras a estar en el último año de carrera... ¿Qué pasos darías para incorporarte al mundo profesional?
- b. ¿Qué le dirías a personas que están en proceso de incorporarse al mundo profesional?
- c. ¿Cómo conocer las propias fortalezas y debilidades en el mundo laboral, cuando se está todavía en la universidad?
- d. Otras ideas a compartir

### **TERCERA FASE**

La última fase, la relación personalizada, consiste sobre todo en confiar. Las relaciones que se generan entre estudiantes y mentores no está “regulada” por la universidad. Los estudiantes contactan con los mentores por LinkedIn y surgen conversaciones entre estudiantes y mentores a iniciativa de los primeros.

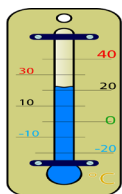
Algunos estudiantes contactan con todas las personas que han acudido al aula y otras son más pasivas o lo hacen de manera selectiva. Los estudiantes tienen la opción de plantear dudas, inquietudes y también pueden concertar una reunión vía hangout/skype.

El eje que impregna todas las relaciones y conversaciones es que las personas que asumen el rol de mentor, pueden aportar mucho criterio, guía y confianza a los estudiantes, en una etapa crucial de sus estudios, puesto que pronto darán el paso a la vida profesional. Estamos convencidas de que propiciar redes de colaboración y contraste es muy enriquecedor para todas las partes.



### **RECURSOS HUMANOS Y MATERIALES**

Cinco profesores/as implicados y unas doce personas del mundo profesional. Es preciso que los mentores tengan posibilidad de dedicar tiempo a los estudiantes, y que tengan su perfil al día en LinkedIn, puesto que nos apoyamos en esta herramienta para el intercambio de mensajes.

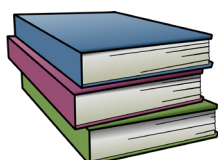


## REFLEXIÓN Y VALORACIÓN

### Evaluación de la Buena Práctica y lecciones aprendidas

Todavía es pronto para valorar la experiencia. En este momento sabemos que están teniendo lugar las conversaciones entre mentores y estudiantes, y los primeros están apoyando a los segundos en la búsqueda de prácticas, en el desarrollo del perfil en LinkedIn, y en subsanar dudas que les surgen tanto del ámbito profesional como personal (diagnóstico de fortalezas y áreas de mejora, opciones existentes al acabar la carrera, características de distintas opciones profesionales y/o sectores en el ámbito del marketing y las ventas, etc.).

A finales de semestre (diciembre de 2019) formularemos unas preguntas a los dos colectivos para poder valorar la experiencia, conocer lo que ésta les ha aportado, e indagar sobre posibles dificultades o mejoras de cara a próximos cursos (falta de tiempo, posible formación de mentores, compromiso de los estudiantes...).



## REFERENCIAS

### Marco conceptual y Referencia bibliográficas que apoyan esta buena práctica

El mentoring es un proceso de aprendizaje en el que una persona, asumiendo la propiedad y la responsabilidad de su propio desarrollo, contrasta, conversa... con otra persona que le guía en su proceso de desarrollo personal o profesional (Cullingford, 2016; Shah, 2017). Se basa en una relación personalizada dirigida por el mentorizado a través de la cual el mentor invierte su tiempo, comparte su conocimiento y dedica su esfuerzo para que el mentorizado disponga de nuevas perspectivas, enriquezca su forma de pensar y desarrolle todo su potencial como persona y como profesional.

Según la *European Mentoring and Coaching Council*, denominamos proceso de mentoring a la ayuda que una persona da a otra para hacer transiciones significativas en conocimiento, trabajo o pensamiento. La característica principal de este proceso, y que le diferencia de otras herramientas de desarrollo basadas en la conversación como puede ser el coaching, sería que el mentor es una persona con experiencia, que ayuda a otra persona a perseguir sus metas y cultivar sus habilidades y competencias. Así, los mentores suelen ser reconocidos como expertos en la materia específica sobre la que guían a la persona mentorizada (Colomo y Casado, 2006). En el proceso, comparten su sabiduría y experiencia, y son capaces de poner todo ello al servicio de la persona mentorizada.

Según Moraga (2011), los orígenes del término son los siguientes:

“El mentoring se remonta a tiempos de La Odisea (la obra del poeta griego Homero). Odiseo (a quien se conoce como Ulises en la traducción al latín) se preparaba para combatir en la guerra de Troya cuando se dio cuenta de que al partir dejaría abandonado a Telémaco, su heredero e hijo único. Como el niño era pequeño y las guerras generalmente se prolongaban

durante años (la Guerra de Troya duró 10 años), Ulises confió a Mentor, su sabio amigo en quien tenía depositada toda su confianza, el cuidado y la educación de Telémaco (...). Mentor fue el guía y el asesor de Telémaco, hijo de Ulises, cuando se hizo cargo de las responsabilidades de la familia al ausentarse su padre. En realidad, Mentor era la diosa Atenea, que había adquirido la forma de hombre. Así pues, en este ejemplo, Mentor era tanto un modelo, como un guía y un protector.” (Moraga, 2011: 100-101).

Si consultamos el Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española nos encontramos con que la palabra mentor es definida como un término que proviene del griego ( Μέντωρ Méntōr) 'Méntor', personaje de la Odisea, consejero de Telémaco, y se refiere a “Consejero o guía” y a “Maestro, padrino; y ayo (persona encargada en las casas principales de custodiar niños o jóvenes y de cuidar de su crianza y educación)”.

La filosofía que encierra el mentoring parte de la idea de que todas las personas tenemos un potencial con capacidad de desarrollarse y aplicarse para lograr objetivos. Ese potencial a veces no es conocido por su propietario, que no sabe cómo desarrollarlo, no sabe cómo aplicarlo, o desconoce dónde su aplicación puede obtener mejores resultados. Por eso se requiere una persona con mayor experiencia (y habitualmente de mayor edad) que pueda guiar a esa persona en el proceso de descubrimiento y desarrollo, alguien que previamente ya haya recorrido ese camino (Cuenca-Amigo, García-Feijoo, y Eizaguirre, 2016).

Siguiendo a Colomo y Casado (2006, 132-33) el mentoring es un proceso de mejora en diversos aspectos relacionados con la carrera profesional, pero también con la mejora del individuo, que integra dos partes: un consejero Senior y un “protegido” Junior. La relación que se establece supone beneficios para todas las partes implicadas. El mentorizado obtiene mejoras en su carrera profesional en relación a ascensos, mayores ingresos, mayores satisfacciones en el entorno laboral y socialización en el puesto de trabajo. Los mentores se benefician de promociones aceleradas, reputación y satisfacción personal. Por último, las organizaciones se benefician de una mayor motivación de los empleados, menores tasas de movilidad laboral y la mejora de las capacidades de liderazgo y desarrollo que se produce en su seno, contando con empleados más adaptables, deseosos de compartir sus conocimientos con otros y capaces de enfrentarse a una toma de decisiones con mayores garantías.

Contando con experiencia en el diseño y gestión de programas de mentoring en la Universidad, las profesoras del Departamento de Marketing lanzamos una iniciativa en la que invitábamos a personas ya graduadas y trabajando en el área de Marketing y Ventas, a actuar como mentores de los estudiantes de último curso, siguiendo algunas iniciativas recogidas en otras universidades (Fuchs, 2018, Rossant, 2018).

El propósito de esta práctica es que personas con experiencia profesional guíen, animen, orienten... en definitiva, ayuden a sacar todo su potencial a estudiantes de último curso que pronto finalizarán sus estudios para adentrarse en el mundo profesional. Eso sí, el primer paso siempre lo tiene que dar el estudiante (Fuchs, 2018). No se trata de que el mentor supla responsabilidades del estudiante, sino de que le dé feedback y guía, y le anime a dar los pasos siguientes. La relación mentor-mentorizado siempre es liderada por este último, de forma que la responsabilidad del propio desarrollo siempre caiga del lado del verdadero protagonista. En nuestro caso, los estudiantes.

### Referencias bibliográficas:

Colomo, R. y Casado, C. (2006). Mentoring y Coaching. IT perspective, Journal of Technology Management and Innovation, 1(3), 131-139.

Cuenca-Amigo, M., García-Feijoo, M., y Eizaguirre, A. (2016). Reflexión sobre el mentoring como experiencia de ocio educativo y social en personas mayores de 65 años. Revista interuniversitaria de formación del profesorado, 30(2), 77-88.

Cullingford, C. (2016). Mentoring in education: An international perspective. Routledge.

European mentoring and coaching council (2019). <https://www.emccouncil.org>

Fuchs, E. (2018). Mentoring the Next Generation. Cell Stem Cell, 23, 642-643.

Garvey, R., Garvey, B., Stokes, P., y Megginson, D. (2017). Coaching and mentoring: Theory and practice. Sage.

MacLennan, N. (2017). Coaching and mentoring. Routledge.

Moraga, D. (2011). Mentoring: Estrategia de liderazgo para el policía del siglo XXI, Revista Estudios Policiales, 8, 99-107.

Rossant, J. (2018). Mentoring the Next Generation. Cell Stem Cell, 22, 794-796.

Shah, A. (2017). What is Mentoring?. The American Statistician, 71(1), 1-2.