

El papel de las Relaciones Públicas en los servicios de Empleabilidad y Emprendimiento de Universidades Públicas Andaluzas

Autores:

Minea Ruiz Herrerías

Dolores Rando Cueto

Ainhoa Rodríguez-Vera

Carlos de las Heras-Pedrosa



UNIVERSIDAD DE MÁLAGA



Introducción

1. Situación actual en España
2. Empleabilidad y emprendimiento
3. Andalucía: Universidades Públicas Andaluzas
4. Relaciones Públicas



Objetivos

General

Analizar el impacto de las estrategias de RRPP en los servicios universitarios de empleabilidad y emprendimiento, y su contribución al desarrollo profesional del alumnado.

Preguntas de investigación

- **P1: ¿De qué manera las estrategias de Relaciones Públicas implementadas por los servicios de Empleabilidad y Emprendimiento de las universidades públicas andaluzas impactan en la inserción laboral de estudiantes?**
- **P2: ¿Cuáles son las estrategias de Relaciones Públicas más utilizadas por los servicios universitarios para conectar al alumnado con el mercado laboral y fomentar el emprendimiento?**
- **P3: ¿Cómo influye la gestión de las redes sociales y la presencia digital en la visibilidad de las oportunidades de empleo y emprendimiento para estudiantes?**

Marco teórico

Relaciones Públicas en universidades públicas andaluzas

- Elemento estratégico de comunicación institucional
- Integración en la formación universitaria
- Comunicación digital
- Accesibilidad web y coherencia de marca

Estrategias empleadas en los servicios universitarios andaluces de Empleabilidad y Emprendimiento

- Acciones de marketing de contenidos, escucha activa y networking
- Web universitaria eficaz
- Engagement en redes sociales
- Relaciones con alumni y alianzas interuniversitarias

Metodología

Enfoque

- Metodología mixta
- Observación no participante de webs universitarias
- Análisis cuantitativo de redes sociales con FanpageKarma

Observación no participante

Evaluación de: (periodo de estudio: feb-mar 2025)

- Contenido
- Estructura
- Navegación
- Estética
- Diferenciación
- Velocidad
- Accesibilidad
- Funcionalidad

Análisis RRSS

- Plataformas: Facebook, Instagram, X y LinkedIn
- Métricas: reacciones, comentarios, compartidos (engagement)
- Estudio de la presencia y estrategias de cada universidad

| Universidad | Servicio de empleabilidad y emprendimiento |
|------------------------------------|--|
| Universidad de Málaga (UMA) | Talent Tank - Link by UMA-Atech |
| Universidad de Sevilla (US) | Alumni US |
| Universidad de Cádiz (UCA) | UCAEmprende |
| Universidad de Córdoba (UCO) | Fundecor |
| Universidad de Granada (UGR) | Viceinnova |
| Universidad de Almería (UAL) | EmprendeUAL |
| Universidad de Jaén (UJA) | Prácticas |
| Universidad de Huelva (UHU) | SOIPEA |
| Universidad Pablo de Olavide (UPO) | Fundación UPO |

Fuente: Elaboración propia.

Resultados: Observación no participante

1. Iniciativas claras en:

- a. Fomentar la empleabilidad y el emprendimiento.
- b. Impulsar competencias y formación aplicada.

2. Elementos comunes en las webs:

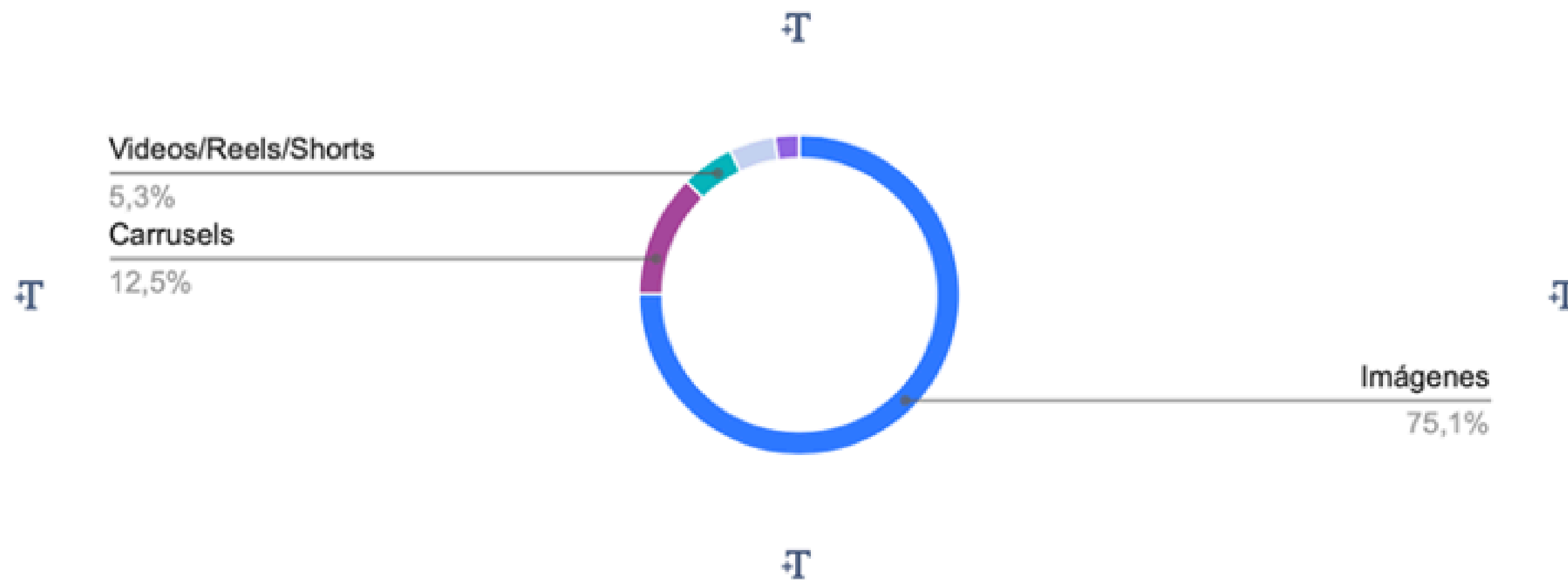
- a. Presencia en redes.
- b. Información sobre programas.
- c. Correos de contacto y acceso a eventos.

3. Principales diferencias detectadas:

- a. Actualización de contenidos
- b. Accesibilidad
- c. Diseño y usabilidad

Resultados: Análisis RRSS

Número de publicaciones



Fuente: FanpageKarma

Resultados: Análisis RRSS

Top 50 Palabras: Tasa de interacción de las publicaciones

Cuanto más grande es la palabra, más se usó. Cuanto más verde, más se interactuó con estas publicaciones.

impulsar profesional emprendimiento **Puesto** Inscripción
nº010000014 Córdoba celebra taller Programa mejoren Agencia Además
plazas especialista compartir empresas Experiencias **Nuestro**
director Colocación días **estudiantes** Jornadas claves desarrolla
grado próximo Hoy colaboración quieres innovación Gracias equipo
formación Granada Código **participa** **Oferta** presente gestionar
nueva oportunidad **Inscríbete** proyecto emprendedores
Conoce marzo InfoUMA enlace

Fuente: FanpageKarma

Top 50 Hashtags: Tasa de interacción de las publicaciones

Cuanto más grande es la palabra, más se usó. Cuanto más verde, más se interactuó con estas publicaciones.

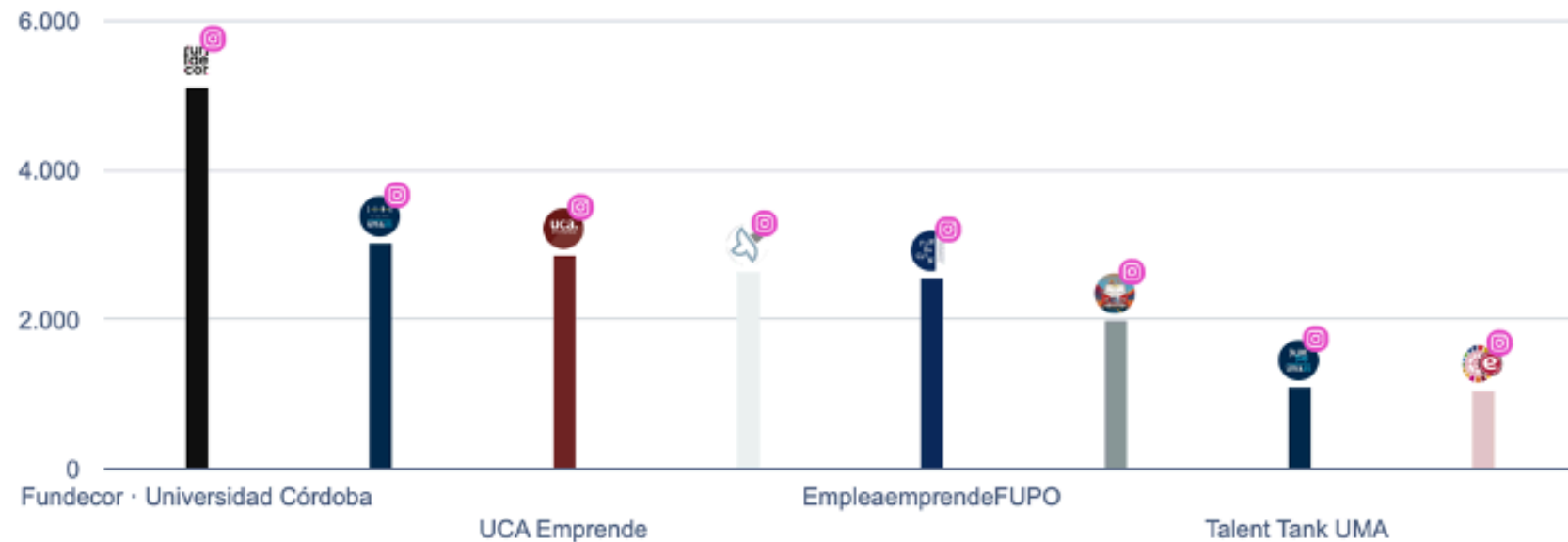
#cooperativismo #networking #estudiantes #Startup **#emprendimiento** #uco
#psicología **#UGR** #emprendimientofemenino #emprendedores #universidaddecordoba
#trabajoenequipo **#Córdoba** #DiputacióndeCórdoba **#online** **#formación**
#Talentank **#prácticas** #UniversidadDeGranada #investigación #PrácticasAcadémicas
#Empleabilidad #EmprendimientoUGR **#Linker** **#Innovación**
#universitario #softskills #ConcursoDeIdeasUGR #cordoba #TalentJobUMA
#SpinOffUMA #Startups #negocio **#UGREmprendedora** #BreakerImpulsa
#Málaga #Granada #miércolesorientación #competencias **#Fundecor**
#FundecorOrientación #gratis #empresas #uhu #RutaEmprendedora #liderazgo
#empleo #FaroUMA #Empresa #talento

Fuente: FanpageKarma

Resultados: Análisis RRSS

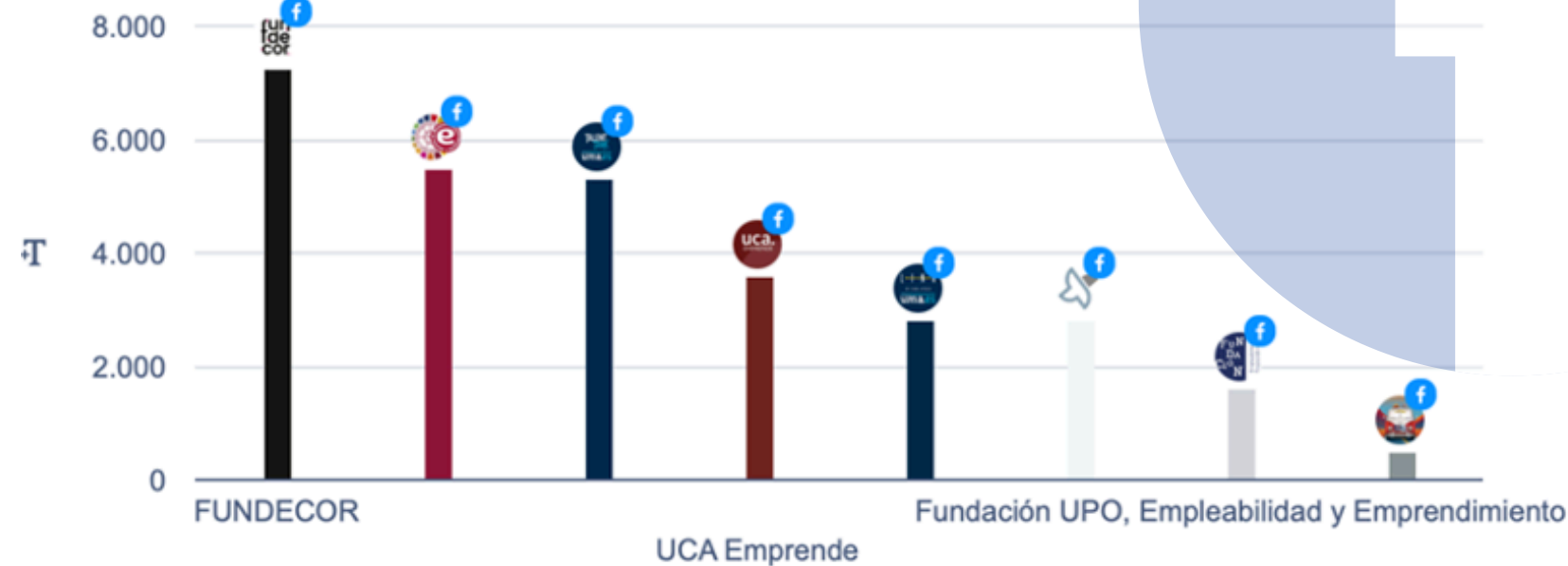


Perfiles con más seguidores



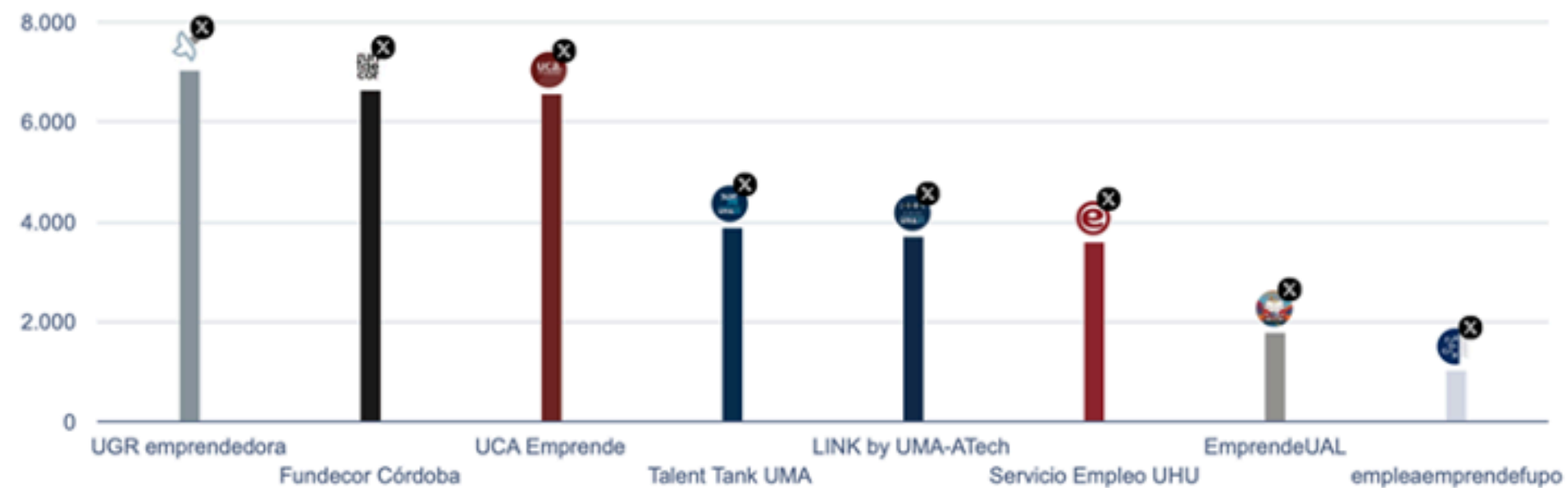
Fuente: FanpageKarma

Perfiles con más seguidores



Fuente: FanpageKarma

Perfiles con más seguidores



Fuente: FanpageKarma



COMMUP
Gestión de la Comunicación
en Startups lideradas por mujeres





Resultados: LinkedIn

- Las universidades andaluzas muestran niveles muy desiguales de compromiso en LinkedIn.
- Mientras unas lo usan como un altavoz profesional para conectar con el entorno socioeconómico, otras apenas explotan su valor estratégico.

| Universidad | Nºde seguidores |
|------------------------------------|---|
| Universidad de Málaga (UMA) | Talent tank UMA: 5.045 Link by UMA- Atech: 4.612 |
| Universidad de Cádiz (UCA) | UCA Emprende: 1.000 |
| Universidad de Córdoba (UCO) | Fundecor: 10.000 |
| Universidad de Granada (UGR) | UGR Emprendedora: 3.000 |
| Universidad de Sevilla (US) | Secretariado de prácticas en empresa y empleo: 126 |
| Universidad de Huelva (UHU) | SOIPEA: 1.274 |
| Universidad Pablo de Olavide (UPO) | Fundación UPO 17 |

Fuente: Elaboración propia.



COMMUP

Gestión de la Comunicación
en Startups lideradas por mujeres



UNIVERSIDAD
DE MÁLAGA



Conclusiones

P1

¿Las universidades andaluzas promueven la empleabilidad y el emprendimiento desde sus webs?

- **Todas las universidades analizadas cuentan con secciones específicas dedicadas a empleabilidad y emprendimiento en sus webs.**
- **Se organizan ferias de empleo, talleres prácticos y programas formativos que vinculan a estudiantes con el mercado laboral.**
- **Estas estrategias responden a la necesidad institucional de formar perfiles competitivos para un entorno profesional cambiante y**

P2

¿Aplican estrategias de relaciones públicas digitales para estos fines?

- **Se emplean redes como LinkedIn, Facebook, Instagram y X, además de alianzas con empresas y actividades presenciales.**
- **Universidades como la UCO presentan estrategias más constantes y diversas; en cambio, la US y la UPO muestran menor actividad.**
- **La disparidad en la intensidad de uso indica la urgencia de revisar recursos, públicos objetivos y priorización de canales.**

P3

¿La gestión en redes sociales potencia visibilidad y conexión profesional?

- **Las RRSS amplían el alcance institucional y permiten construir comunidades con alto nivel de interacción.**
- **Es especialmente útil para conectar estudiantes, egresados y empresas, aunque su uso varía mucho entre universidades.**
- **La efectividad depende de adaptar el contenido y la frecuencia según la naturaleza de cada plataforma y su audiencia.**

¡Muchas gracias!

PID2022-139037oB-100. Gestión de la comunicación en startups lideradas por mujeres. Estrategias competitivas para la diferenciación y la innovación. Proyectos de Generación de Conocimiento 2022, financiado por MCIU/AEI/10.13039/501100011033/FEDER,UE.



Grupo Proyecto COmMUp



**Dolores Rando
Cueto**



**Carlos de las
Heras-Pedrosa**



**Minea Ruiz
Herrerías**



**Ainhoa Rodriguez-
Vera**