

LApSretail: Laboratorio aprendizaje-servicio en marketing para el impulso de TFG sobre comercio local

Cristina Olarte-Pascual¹, María Alesanco¹, Alba García Milon¹, Eva Reinares Lara², Yolanda Sierra Murillo¹, Natalia Medrano¹, Jorge Pelegrín-Borondo¹

¹Universidad de La Rioja

²Universidad Rey Juan Carlos

Esta investigación forma parte del proyecto “Laboratorio aprendizaje-servicio en marketing (LApSretail): TFG, comercio, ODS y tecnología”, apoyado por la convocatoria de ayudas para financiar proyectos de innovación docente en la universidad de la rioja para el segundo semestre del curso 2020-21 (Resolución de 11 de febrero de 2021 de la Vicerrectora de Ordenación Académica y Profesorado)

De acuerdo con el Informe sobre las futuras profesiones del World Economic Forum, las principales competencias demandadas por los empleadores serán la capacidad de resolución de problemas complejos, el pensamiento crítico y la creatividad. Esta previsión hace entrever que los nuevos universitarios han de desarrollar un mayor abanico de capacidades transversales que les doten de ductilidad en escenarios laborales cambiantes. Para ello se requieren de metodologías más participativas como el Aprendizaje-Servicio (ApS).

El objetivo del proyecto Laboratorio de ApS LApSretail es promover Trabajos Fin de Grado (TFG) para adquirir estas competencias mediante la aplicación de sus conocimientos a la realidad empresarial local con el objetivo de impulsar el comercio independiente. Este sector está fuertemente afectado por las grandes cadenas y la crisis del COVID-19 ha llevado al cierre de muchos establecimientos.

Para proponer planes de mejora al comercio local, tras un proceso de análisis vinculado al área del marketing, las/os estudiantes realizan un diagnóstico del comercio y proponen planes de marketing para su reactivación.

Los resultados han sido satisfactorios ya que en la primera edición del proyecto de LApSretail se han realizado 7 TFGS. El 71,4% de los estudiantes han presentado su TFG en la primera convocatoria con calificaciones superiores a 8 en todos los casos. El ApS se ha contrastado como una metodología muy útil y práctica para acercar la universidad y a sus estudiantes a la realidad de empresarial. Los estudiantes han aprendido haciendo, aplicando sus conocimientos, y contrastando sus propuestas con los implicados en el sector, desarrollando las competencias de trabajo en equipo, investigación, creatividad, capacidad de análisis, crítica y autocrítica.

Palabras clave: Aprendizaje-Servicio, marketing, TFG, comercio.