

2014

¿En qué podré trabajar?  
WEB DE ORIENTACIÓN  
ACADÉMICA Y LABORAL



Guillem Trilla Sarrado

## Índice

	Página
<b>1. Descripción de la propuesta y objetivos</b>	<b>2</b>
<b>2. Justificación</b>	<b>2</b>
<b>3. Destinatarios</b>	<b>3</b>
<b>4. Recursos utilizados</b>	<b>4</b>
<b>5. Metodología</b>	<b>5</b>
<b>6. Desarrollo de la actividad</b>	<b>7</b>
<b>7. Evaluación</b>	<b>9</b>
<b>8. Conclusión</b>	<b>10</b>

## 1. Descripción de la propuesta y objetivos

Esta propuesta consiste en la creación de una página web independiente o vinculada a un sitio web de orientación ya existente que permita poner en contacto a estudiantes y profesionales de varios ámbitos y especialidades, con el objetivo de que los primeros conozcan los empleos que pueden tenerse según los estudios de formación profesional y de formación universitaria vigentes en Cataluña. Además, la web permitirá acceder a un calendario global y unificado de todas las jornadas de puertas abiertas de los diferentes centros de enseñanza, así como de las jornadas de puertas abiertas que ofrecerán algunas empresas para dar a conocer sus tareas y puestos de trabajo.

### Objetivos generales de la herramienta

- Vincular diferentes estudios a trabajos reales (empresas concretas) para que el estudiante pueda conocerlos en primera persona.
- Potenciar la comunicación entre los estudiantes y los profesionales y/o empresas relacionadas con aquellos estudios.
- Establecer un calendario de jornadas de puertas abiertas de centros y universidades y de empresas de diferentes sectores.

### Objetivos específicos

- Reunir todos los estudios de segundo ciclo e identificar los centros donde se imparten para conocer la oferta formativa actual.
- Informarse de los centros que llevan a cabo jornadas de puertas abiertas y publicarlo en el calendario de la web.
- Promover estas jornadas en los centros que actualmente no las organicen.
- Difundir esta herramienta en la Administración Pública, comunidad educativa, escuelas, empresas del sector de la orientación y estudiantes de 1º y 2º ciclo como usuarios potenciales.
- Investigación de empresas relacionadas con los estudios actuales.
- Informarse de las empresas que llevan a cabo jornadas de puertas abiertas y publicarlo en el calendario de la web.
- Promover estas jornadas en las empresas que actualmente no las organicen.
- Buscar líneas de financiación públicas o privadas mediante la publicidad que puede ofrecer la web tanto a las empresas como a los centros formativos vinculados al proyecto.
- Ofrecer un espacio donde las empresas podrán publicar ofertas de trabajo y de prácticas.

## 2. Justificación

Desde siempre, cuando llegan a una cierta edad, a los jóvenes se les plantea un dilema: deben escoger unos estudios y desconocen sus salidas profesionales. La pregunta clave que se hacen muchos de estos estudiantes es: *¿En qué podré trabajar?* Generalmente, los profesores o los padres realizan una primera labor de orientación, pero la mayoría de las veces no conocen todos los estudios que el mercado académico ofrece en aquel momento ni la realidad profesional en la que vivimos. Por otro lado, los centros y las universidades también ejecutan una parte de esta orientación mediante las jornadas de puertas abiertas, con el objetivo de captar a futuros estudiantes. A menudo se utilizan tópicos para definir las salidas profesionales de los diferentes estudios y se olvidan de que hay infinidad de empleos para cada uno de ellos.

La herramienta que proponemos rompe con todo lo que está establecido hasta ahora, ya que aprovechamos las posibilidades que nos facilita la red para potenciar nuevos canales de comunicación relacionados con la orientación académica y laboral a través de las redes sociales, las cuales están integradas en el día a día de los jóvenes. La web pretende poner en contacto a estudiantes con profesionales para que puedan hallar respuesta a la pregunta clave *¿En qué podré trabajar?* y, además, busca potenciar un calendario unificado de jornadas de puertas abiertas de todos los estudios de formación profesional y universitarios en Cataluña.

### 3. Destinatarios

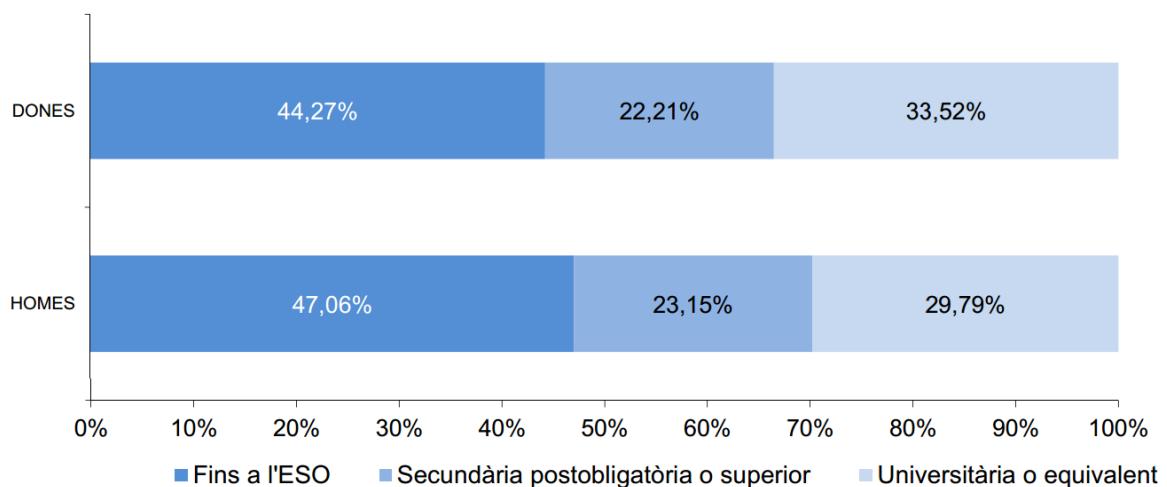
Esta herramienta está dirigida a personas que se planteen formarse y quieran un asesoramiento o más información de un estudio determinado y de sus salidas profesionales. El perfil de personas más interesadas en esta página web serán los jóvenes de 14 a 24 años. Habría un porcentaje más pequeño que incluiría a personas entre 24 y 40 años interesadas en una reorientación profesional.

A partir de los datos de la EPA, se puede afirmar que en Cataluña la población con edades comprendidas entre los 20 y los 24 años y que ha llegado al menos al nivel de educación secundaria postobligatoria está formada aproximadamente por 232.500 personas. Representan un 62,77% de la población joven.

Población escolarizable (por sexo y tramos de edad)

Trams d'edat	Homes	Dones	Total
5 - 9	201.171	190.551	391.722
10 - 14	179.980	168.924	348.904
15 - 19	176.529	165.045	341.574
20 - 24	198.475	192.649	391.124
25 - 29	264.788	257.378	522.166
<b>Total</b>	<b>1.020.943</b>	<b>974.547</b>	<b>1.995.490</b>

Fuente: IDESCAT a partir de datos de la EPA.



Fuente: IDESCAT, a partir de datos de la EPA.

Con los dos gráficos anteriores podemos concluir que el 54,33% de la población entre 25 y 64 años tiene algún estudio profesional.

Aplicando este porcentaje podemos afirmar que, cada año, de una población de unos 732.698 jóvenes entre 15 y 24 años, al menos el 54,33% estará interesado en un estudio secundario postobligatorio, superior o universitario. Esto significa que son

alrededor de 398.111 personas. Según los gráficos, esta tendencia aumenta cada año y, por lo tanto, este valor será un mínimo con respecto a los próximos años.

## 4. Recursos utilizados

### Recursos humanos

#### **Internos**

- **Prospector de empresas.** El profesional se dedicará a hacer una labor de búsqueda de empresas para potenciar las puertas abiertas y para que sus profesionales puedan participar en trabajos de orientación. También se encargará de buscar financiación en concepto publicitario de las empresas que quieran anunciarse en la página web.
- **Orientador de estudios.** El profesional se dedicará a hacer una labor de difusión a los estudiantes en las escuelas. También se encargará de buscar financiación en concepto publicitario por parte de las universidades y escuelas formativas.
- **Orientador en línea.** El profesional se ocupará de actualizar la página web con toda la información del prospector y del orientador. Introducirá todos los datos relacionados con estudios y profesiones en el gestor de contenidos, que facilitará el posicionamiento y la presencia en Internet. También analizará las estadísticas que genere **Google Analytics** (usuarios, tiempo de conexión, lugares consultados, etc.).



- Además, a través de **Skype**, dará apoyo en línea a los usuarios de la página web y al orientador y al prospecto con descargas de trabajo.



#### **Externos**

- **Gestor informático.** Una empresa se encargará del mantenimiento técnico del sitio web y del *hosting*.
- **Gestoría.** Se responsabilizará de las nóminas de los trabajadores y de otros trámites.

### Recursos materiales

- Material informático
- Móviles de empresa

## **Presupuesto**

### **Gastos**

Se intentarán reducir al máximo los costes prescindiendo del local, externalizando al máximo al personal, potenciando el hecho de que cada colaborador pueda trabajar desde casa (facilitando reuniones en línea y en persona, en caso de que sea imprescindible) y fomentando la colaboración para compartir recursos con empresas relacionadas con el sector de la orientación.

<b>CONCEPTOS</b>	<b>COSTES DURANTE EL PRIMER AÑO (€)</b>
Obtención del dominio	30
Servicios de alojamiento web	600
Diseño y creación de la página web + introducción de contenido	7.000
Mantenimiento	0 (Incluido con la creación de la web)
Formación del personal para gestionar la página web	0 (Incluido con la creación de la web)
Costes de transporte (metro + gasolina)	3.000
Teléfono móvil	500
1 prospector + 2 orientadores	60.000
Gestoría	12.000
<b>TOTAL DE GASTOS ANUALES</b>	<b>83.130</b>

### **Ingresos**

Autofinanciación mediante ingresos publicitarios de las universidades y escuelas profesionales y de las empresas.

También se buscará fondo de financiación pública, ya que la herramienta puede facilitar la orientación de los estudios con clave profesional.

## **5. Metodología**

Para conseguir los objetivos mencionados en el apartado anterior, hemos establecido dos grandes líneas de trabajo:

### **Metodología estudiantil**

Se establecerán reuniones con los centros educativos para llevar a cabo jornadas informativas a los alumnos y a los padres.

En estas reuniones informaremos a alumnos, padres y profesores de esta página web como herramienta complementaria para ayudar a los jóvenes a tener la máxima información para escoger unos estudios. También se intentará fomentar la participación de los padres para que hagan difusión de ella en su empresa y se inscriban en la página web, de manera que se pueda orientar a otros jóvenes que estén interesados en estudios relacionados con sus profesiones.

Las reuniones se realizarán tanto en diferentes asociaciones de padres y madres como en el Departamento de Educación de la Generalitat y los diferentes ayuntamientos para consolidar dicha herramienta.

Se crearán un vídeo y un tríptico informativo con los servicios que ofrecerá la página web. Este vídeo estará presente en **YouTube** y se reenviará a través de **Facebook**, **Twitter** y **WhatsApp** para conseguir una mayor difusión entre los jóvenes y los padres.



Programaremos entrevistas con diferentes universidades y escuelas profesionales para explicarles la herramienta y potenciaremos las jornadas de puertas abiertas para generar un calendario de todas las sesiones informativas que se realizarán durante el año.

Una vez consolidada la relación con todos estos contactos, se ofrecerán diferentes servicios:

#### Servicios gratuitos

- Acceso a ofertas de trabajo.
- Acceso a ofertas de prácticas.
- Acceso al calendario de la web para consultar las jornadas de puertas abiertas.
- Orientación en línea.
- Participación en foros, debates y conferencias.
- Información de todos los estudios actuales.
- Contacto con profesionales y empresas del sector en las que el joven esté interesado.
- Enlace con páginas web relacionadas con la orientación.
- Enlace con todos los colegios y universidades.

#### Servicios no gratuitos

- Anuncios en la web con un coste mensual en concepto publicitario.

#### **Metodología de empresa**

Contactaremos con los colegios que representen a colectivos universitarios (colegio de ingenieros, arquitectos, médicos, psicólogos, etc.; asociaciones, grupos empresariales, PIMEC, etc. para facilitar el contacto entre los estudiantes y los profesionales o las empresas vinculadas con estos.

Identificando los estudios con más demanda se llevará a cabo una investigación de aquellas empresas que pueden encajar mejor con estos estudios. Potenciaremos reuniones con los departamentos de comunicación de las diferentes empresas a efectos de que nos faciliten la participación de sus trabajadores y departamentos en este proyecto.

Empezaremos los primeros contactos con las empresas que ya tienen una filosofía de puertas abiertas y, una vez consolidadas estas relaciones, contactaremos con aquellas que aún no disponen de estas iniciativas, ya que puede ser una buena oportunidad de publicidad y de presentar sus productos y/o servicios.

Una vez establecida la relación EMPRESA vs. WEB se ofrecerán diferentes servicios:

#### Servicios gratuitos

- Publicación de ofertas de trabajo.
- Publicación de ofertas de prácticas.
- Publicación en el calendario de la web y gestión de la asistencia de los interesados en las jornadas de puertas abiertas.

#### Servicios no gratuitos

- Anuncios en la página web con un coste mensual en concepto de publicidad.

### **6. Desarrollo de la actividad**

En el apartado Inicio de la página web constarán el nombre, un vídeo en el que se explicará de forma resumida la problemática que tienen los jóvenes para elegir estudios y las herramientas que se ofrecen para facilitar dicha elección. El vídeo se realizará con dibujos y será lo más ameno posible para quitar presión y demostrar lo fácil que puede resultar la herramienta para ellos.

También creemos que es interesante incluir un apartado de *newsletter* con informaciones de carácter general que aportarán presencia en Google. La página principal intentará ser minimalista y evitar la saturación de información, de manera que la persona que acceda a ella tenga la sensación de tranquilidad y orden.

Añadiremos un calendario en el que estarán presentes todas las actividades que ofrecen el mundo educativo y el mundo empresarial sobre puertas abiertas, jornadas informativas, ferias especializadas de sectores concretos (Saló de l'Ensenyament, Alimentaria, Equiplast, etc.). Es conveniente subir iniciativas de otras entidades en el campo de la orientación y difundirlas al máximo, ya que esto puede enriquecernos a todos. De acuerdo con esta filosofía, se incluirán enlaces con entidades que quieran adherirse al proyecto.

Existirá un apartado de usuario. En esta casilla, el usuario (estudiante o profesional) podrá registrarse con sus datos personales. En función de la categoría que haya escogido el usuario (estudiante o un profesional), aparecerá un entorno u otro. Además, se incluirá una tercera opción: el profesional que quiera reorientarse profesionalmente y esté interesado en unos estudios concretos.

Finalmente, habrá un apartado reservado a los patrocinadores.

De forma frecuente y siempre que los profesionales se presten a ello, se darán unas conferencias sobre diferentes temas (profesiones concretas, reformas educativas, tendencias del mercado, futuros estudios, etc.), que se colgarán en el calendario de la página web.

Estas reuniones pueden ser presenciales, pero intentaremos potenciar las nuevas tecnologías. Desde la página web se podrá seguir la conferencia y se podrán hacer consultas por escrito, que resolverá el profesional que presente la exposición en aquel momento. Se persigue una reducción de costes y facilitar que un usuario de cualquier punto del territorio no tenga que desplazarse para seguir esta conferencia y resolver sus dudas.

Si algún usuario no la ha podido ver en directo no habrá ningún problema, ya que todas las conferencias estarán en YouTube con su enlace a nuestra web. Esto permite que la ponencia llegue a más gente. El hecho de colgar documentación en la red aportará posicionamiento a la página web.

## SECCIÓN DE REGISTRO DE USUARIO

El objetivo de registrar al usuario es clave para poder tener información del perfil que utilizará la página web. Con esta información detectaremos las carencias que podamos tener y en qué sectores se localizan (regiones geográficas, edad, interés educativo/profesional, estudios, etc.). Generar indicadores es importante para descubrir los problemas y mejorarlo. Por este motivo, la página web debe facilitarnos el máximo de información (y de manera gráfica) de todos los usuarios registrados.

## OPERATIVA EN CASO DE SER UN ESTUDIANTE

El usuario seleccionará los estudios que cree que pueden interesarle, de manera que solamente recibirá información relacionada con estos. En caso de que el usuario esté desorientado, un orientador en línea le guiará en este proceso.

Una vez introducidos todos los datos, el usuario podrá acceder a su perfil. Allí verá su calendario con todos los eventos asociados a las asignaturas e inquietudes que tenga.

Si el usuario está interesado en alguna propuesta concreta de su calendario, podrá entrar en la actividad y apuntarse.

Se podrá configurar su perfil para recibir los avisos en su correo electrónico y también se contempla la posibilidad de poder enviar dichos eventos al calendario del correo si al usuario le puede resultar más útil.

The screenshot shows a user interface for a calendar application. At the top, there is a search bar labeled 'Buscar en Calendario' and a user identifier 'USUARI: XXXXXXXX'. Below the header are navigation buttons for 'Hoy', 'Anterior', 'Siguiente', and month/year 'junio de 2014'. To the right of these are buttons for 'Día', 'Semana', 'Mes', '7 días', 'Agenda', 'Más', and settings. The main area is a grid representing the month of June 2014. The days of the week are labeled 'lun', 'mar', 'mié', 'jue', 'vié', 'sáb', and 'dom'. The dates from 26 to 30 of June are shown in the first row. The second row starts with '1' and ends with '8'. The third row starts with '9' and ends with '15'. The fourth row starts with '16' and ends with '22'. The fifth row starts with '23' and ends with '29'. The sixth row starts with '30' and ends with '6' of July. Several events are listed in the calendar cells:

- Jun 26: No events.
- Jun 27: No events.
- Jun 28: No events.
- Jun 29: No events.
- Jun 30: No events.
- Jul 1: 'Jornades de portes Obertes La Salle' (red text).
- Jul 2: 'Visita la empresa HP a Sant Cugat' (green text).
- Jul 3: 'Jornades de portes Obertes UPC Terrassa' (red text).
- Jul 4: No events.
- Jul 5: 'Visita la empresa HP a Sant Cugat' (green text).
- Jul 6: No events.
- Jul 7: No events.
- Jul 8: No events.
- Jul 9: No events.
- Jul 10: No events.
- Jul 11: 'Jornades de portes Obertes UPC Barcelona' (red text).
- Jul 12: No events.
- Jul 13: No events.
- Jul 14: No events.
- Jul 15: 'SALÓ DE L'ENSENYAMENT' (green text).
- Jul 16: 'Conferència online amb un Enginyer Químic' (red text).
- Jul 17: 'Conferència online amb un Enginyer Químic' (red text).
- Jul 18: No events.
- Jul 19: No events.
- Jul 20: 'Visita a la empresa Nestle a Girona' (green text).
- Jul 21: No events.
- Jul 22: No events.
- Jul 23: 'Setmana de l'emprenedoria al COLEGI D'ENGINYERS TÉCNICS DE BARCELONA' (green text).
- Jul 24: No events.
- Jul 25: No events.
- Jul 26: No events.
- Jul 27: No events.
- Jul 28: No events.
- Jul 29: No events.
- Jul 30: 'Visita als Laboratori Grífols a Parets' (red text).
- Jul 1: 'Visita als Laboratori Grífols a Parets' (red text).

También existirá una casilla en la que el usuario podrá hacer consultas de orientación. En cualquier momento podrá modificar su perfil y los estudios que le pueden interesar por otros, teniendo en cuenta que este proceso es cambiante.

A cada estudio se le asignarán unas salidas profesionales, que se ampliarán a medida que la página web tenga más usuarios profesionales. Los perfiles serán anónimos. Los usuarios estudiantes podrán realizar consultas a los usuarios profesionales para resolver dudas o proponer visitas. En el caso de las visitas, se intentarán gestionar de forma global para poder realizarlas en grupo y no saturar al profesional o a la empresa. El profesional establecerá un límite de consultas

diarias, semanales o mensuales. Cuando este límite se haya sobrepasado, se enviará un mensaje de texto y un correo electrónico explicando que ya se ha superado el límite, y, en caso de que quiera desbloquearlo, podrá hacerlo desde el mismo correo o, si lo prefiere, accediendo a su perfil para establecer un nuevo límite. Cuando el usuario quiera contactar con el profesional podrá ver si en aquel momento este acepta o no consultas.

### **OPERATIVA EN CASO DE SER UN PROFESIONAL**

El usuario seleccionará los estudios que tiene y los trabajos que ha desarrollado. Deberá llenar un currículum en la página web con una estructura preestablecida. Nuestros orientadores utilizarán esta información y la estructurarán si es necesario.



## Estudios

Posgrado en Dirección de Plantas Industriales – ASCAMM  
Máster en Ingeniería y Gestión de Automoción – UPC  
Ingeniería Técnica Industrial – UPC

### EXPERIENCIA LABORAL

**Cargo:** Corresponsable de producción

**Trabajos realizados:** Responsable de tres turnos. Control de producción y logística, aplicación del Lean Manufacturing como mejora en el sistema productivo, equilibrado de líneas, control de calidad, planificación, cronometraje y estudio del método operativo y responsable de medio ambiente.

**Cargo:** Responsable de ingeniería

**Trabajos realizados:** Responsable de equipos de trabajo e informes a dirección, supervisión de la producción y calidad en fábrica, I+D+i, diseño de nuevos productos con Solid Edge, coordinación de ensayos, contactos con proveedores, homologaciones, elaboración de normativa (AENOR) y gestión de documentación.

**Cargo:** Ingeniero en prácticas Dept. Test, Ride & Handing

**Trabajos realizados:** Rectificación de un banco de confort para poder realizar ensayos de K & C, cálculo de estructuras y elaboración de planos en 2D y 3D, diseño de utilajes, contacto con proveedores, elaboración de presupuestos, redacción de informes.

**Cargo:** Responsable del Servicio de Asistencia Técnica

**Trabajos realizados:** Posventa y asistencia técnica, atención al cliente y asesoramiento técnico del producto, cálculo de instalaciones de grupos hidráulicos, realización de presupuestos, gestión de reparaciones e incidencias, control de calidad, coordinación de pedidos, actualización de catálogos, elaboración de informes a la dirección.

**Cargo:** Ingeniero en prácticas en el Departamento de I+D+i

**Trabajos realizados:** Cambio de molde, inyección de piezas, introducción y optimización de los parámetros de la inyección, realización de ensayos (ópticos, densidades, resistencia a tracción, etc.), cálculo estadístico de optimización de variables, clases docentes a universitarios sobre el proceso de inyección.



## Estudios

Máster en Diseño Industrial – Elisava

Ingeniería Técnica Industrial – UPC

### EXPERIENCIA LABORAL

**Cargo:** Responsable de proyectos

**Trabajos realizados:** Preparación de maquinaria y vehículos industriales (carretillas, transpaletas, apiladoras, compresores, plataformas elevadoras...) para su uso en zonas explosivas (ATEX). Diseño de motores eléctricos, limpiaparabrisas y armarios eléctricos blindados. Preparación de motores diesel, modificaciones en el sistema de admisión, escape y refrigeración. Incorporación de intercambiador de calor, apagachispas, apagallamas, radiador ampliado. Desarrollo de protecciones IP. Diseño de utilajes para bancos de potencia y ensayos. Creación de normativa interna, protocolos y manuales.

Alto nivel de interacción con distintos departamentos (producción, compras, calidad, puesta en marcha...). Uso avanzado de Solid Edge (programa de diseño en 3D).

**Cargo:** Responsable de diseño

**Trabajos realizados:** Desarrollo de componentes mecánicos de motores diesel, bloques motor, bielas, cubetas de aceite, engranajes, soportes...). Diseño de piezas obtenidas por fundición de hierro/aluminio y procesos de mecanizado. Trabajo en contacto continuo con la sede central en Italia y proveedores. Realización de análisis AMFE de las piezas en responsabilidad. Realización de *technical reviews* con proveedores. Gestión de tareas y tiempos a través de Microsoft Project. (A cargo de una persona o varias en función del volumen de trabajo.) Responsable de la selección de proveedores, en colaboración con los responsables de los departamentos de calidad, comercial y *testing*. Uso avanzado de Pro Engineer Wildfire 2 y 3.

**Cargo:** Proyectista mecánico

**Trabajos realizados:** Desarrollo de cintas transportadoras, sistemas de giro y componentes para líneas de fabricación automatizada. Supervisión de la fabricación en taller. Contacto directo con proveedores. Uso avanzado de Pro Engineer Wildfire 2 / Catia V5 y AutoCAD 2004.

*Ejemplo de dos profesionales que han estudiado la misma carrera pero que tienen perfiles profesionales diferentes.*

El usuario tendrá un perfil oculto para preservar su intimidad y podrá limitar las consultas que quiera recibir, tal y como hemos explicado en el apartado anterior. Estas consultas serán recibidas en el correo que la persona haya comunicado y podrá responder directamente manteniendo una privacidad entre el usuario y el

profesional. Este profesional podrá modificar sus datos en función de su historial profesional y formativo, que será cambiante a lo largo del tiempo.

## 7. Evaluación

Como ya hemos comentado en apartados anteriores, la evaluación de todos los procesos es clave para identificar carencias y solucionarlas. La dinámica que emplearemos en el funcionamiento del proyecto se basará en una filosofía japonesa llamada KAIZEN y utilizada en multinacionales. Esta consigue estructurar la dinámica de trabajo basándose en cuatro fases que se retroalimentan.

**ACTUAR:** Se elige un aspecto a mejorar (objetivos del proyecto) o un problema concreto.

Como hemos comentado anteriormente, llevaremos a cabo reuniones periódicas para hacer un *feedback* de todos los aspectos que creemos que hay que cambiar o mejorar.

**PLANEAR:** Se escogen los indicadores que nos darán la información que necesitamos para evaluar y realizar un seguimiento del problema o mejorar algún aspecto que creemos que pueda necesitarlo.

En nuestro caso pensamos que deberán evaluarse aspectos del personal y el trabajo que desarrollen tanto en la difusión del proyecto como en el uso de la página web. También creemos que los usuarios son claves para evaluar y comentar cualquier aspecto que crean conveniente mediante pequeños cuestionarios. Se incentivará a los usuarios a participar con concursos de mejora de la web.

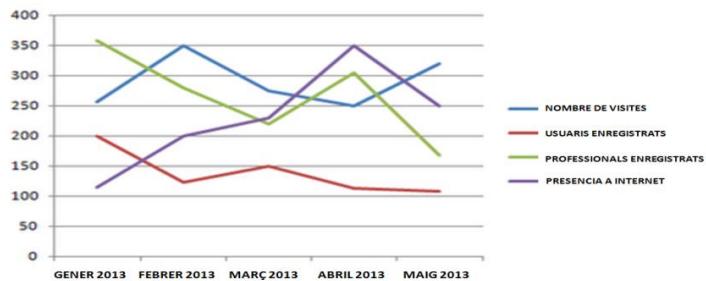
**HACER:** Por medio de estos valores obtenidos podremos identificar las causas y actuar sobre ellas. Se elaborará un plan de trabajo y se realizarán los cambios oportunos.

**VERIFICAR:** Se trata de observar si los datos y las estrategias definidos han dado el resultado esperado. Si se han cumplido, se plantearán nuevos problemas. En caso contrario, se replanteará la forma de solucionarlo.

Para ello se crearán de manera inicial unos indicadores que, a medida que pase el tiempo, deberán ampliarse y modificarse.

Los indicadores que hemos establecido son los siguientes:

- Actividad de la página web (número de usuarios registrados al día, semana, mes, año).
- Número de visitas de la web por día, semana, mes y año.
- Clasificación de los estudios en función del interés de los usuarios.
- Estudios relacionados con los profesionales.
- Sectores profesionales registrados y solicitados.
- Presencia en las redes sociales, clasificación en Google con las palabras *edad, lugar geográfico, estudios de interés*, etc.
- Encuestas en línea y presenciales a los usuarios para que puedan valorar las herramientas.
- Buzón de propuestas de mejora tanto para usuarios como colaboradores, tanto externas como internas.
- Número de centros educativos interesados en la web.
- Empresas y profesionales interesados.



## 8. Conclusión

Podemos concluir que esta nueva herramienta de trabajo será muy útil en el proceso de elección de los estudios, ya que la persona tendrá la posibilidad de conocer las profesiones de cada estudio de la mano de quien mejor las conoce.

Creemos que esto puede ser útil para una persona en el momento de elegir un estudio concreto porque tendrá la sensación de haber escogido bien, ya que ha podido tener toda la información a su alcance, incluso la más difícil, la de contrastar con profesiones del sector.

Pensamos que esta herramienta puede ayudar a disminuir el porcentaje de estudiantes que dejan sus estudios u optan por trabajos no cualificados porque no han encontrado un estudio que les pueda motivar.