Treball de Fi de Grau

Títol

"BECARIXS X UN CAMBIO", creación de una plataforma para la reforma del sistema de prácticas universitarias.

Autoria

Teresa Fuster Esteva y Joan Gayà Català

Professorat tutor

Patricia Luján Bellón

Grau

Comunicació Audiovisual	
Periodisme	
Publicitat i Relacions Públiques	X
Comunicació Interactiva	
Comunicació de les Organitzacions	

Tipus de TFG

Projecte	X
Recerca	

Data

1 de juny de 2023	X
28 de juliol de 2023	

Full resum del TFG

Títol del Treball Fi de Grau:

Català:	"BECARIXS X UN CAMBIO", creació d'una plataforma per a la reforma del sistema de pràctiques universitàries.
Castellà:	"BECARIXS X UN CAMBIO", creación de una plataforma para la reforma del sistema de prácticas universitarias.
Anglès:	"BECARIOS X UN CAMBIO", creation of a platform for the reform of the university practices system.

Autoria:		Teresa Fuster Esteva i Joan Gayà Català		
Professorat tutor:		Patricia Luján Bellón		
Curs:	2022/23	Grau:	Comunicació Audiovisual	
			Periodisme	
			Publicitat i Relacions Públiques	X
			Comunicació Interactiva	
			Comunicació de les Organitzacions	

Paraules clau (mínim 3)

Català:	Pràctiques, becari, precarietat, drets, comunicació social, plataforma.
Castellà:	Prácticas, becario, precariedad, derechos, comunicación social, plataforma.
Anglès:	Internship, trainee, precariousness, rights, social communication, platform.

Resum del Treball Fi de Grau (extensió màxima 100 paraules)

Català:	En el present treball es planteja la creació d'una plataforma amb l'objectiu de millorar les condicions de les pràctiques universitàries. Aquesta, compta amb una recerca prèvia sobre el marc legal que les envolta i un posterior pla de comunicació per a donar-la a conèixer.
Castellà:	En el presente trabajo se plantea la creación de una plataforma con el objetivo de mejorar las condiciones de las prácticas universitarias. Esta, cuenta con una investigación previa sobre el marco legal que las envuelve y un posterior plan de comunicación para darla a conocer.
Anglès:	In this work we propose the creation of a platform with the objective of improving the conditions of university practices. It has a previous investigation on the legal framework that surrounds them and a subsequent communication plan to make it known.

Trabajo de Fin de Grado

BECARIXS X UN CAMBIO

Creación de una plataforma para la reforma del sistema de prácticas universitarias.

Fecha de entrega: 1 de junio de 2023

Tutora: Patricia Luján Bellón

Teresa Fuster Esteva
Joan Gayà Català

Grado en Publicidad y Relaciones Públicas
Universitat Autònoma de Barcelona

Agradecimientos

A Patricia Luján por haber entendido nuestra propuesta desde el principio, guiarnos y aportar al proyecto tanta ilusión como la nuestra.

A nuestras familias por su compañía, cariño y apoyo incondicional durante todo este tiempo. Pese a la distancia, las hemos sentido más cerca que nunca.

A nuestros compañeros y compañeras de clase, por haber creado un ambiente lejos de competiciones y lleno de emoción por el logro de los y las demás

A todas las amistades cultivadas durante este tiempo, por habernos comprendido mejor que nadie y crear una relación de por vida. Y a las de siempre, por mantenerse fieles y comprometidas con nuestra relación, haciendo que nada cambie. A todas ellas, por haber hecho de esta etapa, una de las más especiales de nuestra vida.

Teresa y Joan (Las Ketchup)

SUMARIO

1. INTRODUCCIÓN **1**

2. MARCO TEÓRICO **2**

a. ¿Qué es un becario o becaria? 2

i. Trainee vs becario/a 4

ii. Requisitos de los becarios y las becarias 6

iii. Requisitos de las empresas en relación a los becarios y becarias 7

iv. Derechos de los becarios y becarias 8

v. Ventajas y desventajas de los becarios y becarias 11

b. Prácticas profesionales 12

i. Prácticas no laborales 12

ii. Prácticas laborales 24

c. Prácticas universitarias 30

i. Prácticas curriculares 30

ii. Prácticas extracurriculares 31

d. “Contrato” de becarios y becarias 32

e. Estatuto de Becarixs 33

i. Principales cambios del Estatuto de Becarixs y cómo estos afectan a las empresas 34

ii. Aprobación del Estatuto de Becarixs 36

f. Becarios, becarias y sindicatos 37

i. Comisiones Obreras (CCOO) 38

ii. Unión General de Trabajadores (UGT) 42

iii. Sindicat d'Estudiants dels Països Catalans (SEPC) 44

g. Problemática actual en torno a los becarios y las becarias 46

h. Campañas y acciones anteriores a favor de los becarios y becarias 48

i. Análisis de la Generación Z: la actual protagonista de esta problemática 54
   i. ¿Quién es la Generación Z? 54
   ii. Características psico-sociales de la Generación Z 55
   iii. Análisis sobre el consumo de medios de la Generación Z 57

3. TRABAJO DE CAMPO: ENCUESTA 59

a. Resultados 60

b. Conclusiones 70

4. NECESIDAD DE UN MOVIMIENTO 71

5. CREACIÓN DE UNA PLATAFORMA: BECARIXS X UN CAMBIO 73

a. Estrategia 74
   i. Objetivos 74
      1. general 74
      2. específicos 74

   ii. Análisis del entorno 75
      1. DAFO 75
      2. Competidores 78

   iii. Público objetivo 79
      1. Target principal 79
      2. Target Secundario 80

iv. Identidad corporativa 82
1. Identidad textual 82
a. Naming 82
b. Slogan 83
c. Hashtag 84

2. Identidad visual 86
a. Logotipo 86
b. Símbolo 88
c. Tipografía 89
d. Colores corporativos 91
e. Estética 92

3. Tono 93

4. Idioma 93

v. Cultura corporativa 94
1. Misión 94
2. Visión 95
3. Valores 95
4. Personalidad 96
5. Manifiesto 96

b. Contenidos de la plataforma 98
i. “BECARIXS X UN CAMBIO”: Home 98
ii. “BECARIXS X UN CAMBIO”: About 100
iii. “BECARIXS X UN CAMBIO”: Censo 101
iv. “BECARIXS X UN CAMBIO”: BECARIXS X INFO 102
v. “BECARIXS X UN CAMBIO”: Trainee Friendly 104
vi. “BECARIXS X UN CAMBIO”: Shop 108

6. PLAN DE COMUNICACIÓN DE LA PLATAFORMA **109**
a. Objetivos 110

b. Fase 1 111
i. *Touchpoints* principales 111
ii. Iniciativas 113

c. Fase 2 114
i. *Touchpoints* principales 114
ii. Iniciativas 114

d. Fase 3 117
i. *Touchpoints* principales 117
ii. Iniciativas 117

e. Líneas futuras 118

7. PLAN DE ACCIONES **120**
a. Fase 1 120

b. Fase 2 140

c. Fase 3 145

d. Clasificación POE 149

8. CALENDARIO **152**

9. KPI'S **153**

10. PRESUPUESTO **155**

11. FINANCIAMIENTO **156**

12. CONCLUSIONES **159**

13. BIBLIOGRAFÍA **161**

1. INTRODUCCIÓN

Los y las estudiantes, como parte de su formación, realizan prácticas externas para tener un primer contacto con el mundo laboral y aprender cómo es la dinámica de trabajo dentro de su sector. Se trata de un paso previo que deben superar antes de sumergirse en este conocido mundo profesional.

Las realidades a las que se afronta el estudiantado, o también llamados “becarios” o “becarias” durante este período, no son nada esperanzadoras. La verdad que se oculta tras muchas prácticas concedidas tanto por organismos públicos como por entidades privadas, suponen un vínculo laboral encubierto entre estas personas y empresas u organismos, de tal manera que estas organizaciones disfrutan de la productividad que les ofrece esa figura.

De esta forma, podemos afirmar que este colectivo se encuentra en una situación inestable, ya que no tiene los derechos ni las garantías suficientes como el resto de trabajadores y trabajadoras como para enfrentarse.

Además, es bien sabido que, en el actual mercado de competencia global, este periodo de prácticas se ha convertido en un peaje casi obligatorio para el acceso a un empleo. La entrada “oficial”, que no oficiosa de los y las jóvenes al mercado laboral, parece requerir cada vez más el paso por una fase de experiencia significativa o de formación práctica previa a un empleo en las formas tradicionales. Esto se debe a que, posteriormente, las empresas revisan el currículum teniendo en cuenta el lugar y la calidad de estos periodos de prácticas realizados para valorar la productividad y decidir si contratar o no.

Por lo tanto, este periodo de prácticas, al ser una fase por la que pasan la gran mayoría del estudiantado, por no decir todo, ha desarrollado la necesidad de ser estrictamente regulada por el bien de los y las becarias, quienes actualmente están en una posición desfavorecida ante este panorama.

2. MARCO TEÓRICO

a. ¿Qué es un becario o becaria?

Para empezar, el término “becario” o “becaria” se refiere a la figura representada por estudiantes que tienen interés en compatibilizar sus estudios con un proceso de aprendizaje en las empresas que después puede abrirles las puertas al mercado laboral[1].

Es decir, son todas aquellas personas en situación de estudio que realizan un periodo de prácticas como parte de su formación profesional para completar el aprendizaje que han recibido a lo largo de su recorrido académico. Al fin y al cabo, es un convenio entre empresa y universidad u otro centro de Formación Profesional, por lo que es necesario estar matriculado[2].

En otras palabras, un becario o becaria es una persona que realiza un trabajo temporal en una empresa con el objetivo de adquirir una experiencia práctica en el ejercicio de una profesión.

Se trata de una relación formativa curricular, no laboral, ya que el contrato entre estas personas y las empresas viene definido a través del convenio con las universidades, instituciones o asociaciones civiles dedicadas a esta vinculación.[3]

Según Kri P Hadjivassiliou, investigadora y consultora especializada en trabajo de la UE, afirma que “en Europa no existe una comprensión común ni una regulación homogénea respecto a las becas o prácticas”[4].

---

[1] *Regulación legal de la figura del becario.* (28 de abril de 2023). Iberley. (Documento en línea). Recuperado de https://www.iberley.es/temas/regulacion-practicas-no-laborales-13601

[2] *¿Cuál es la diferencia entre un becario y un trabajador?* (17 de febrero de 2021). ANCABE. (Documento en línea). Recuperado de https://www.ancabe.org.mx/cual-es-la-diferencia-entre-un-becario-y-un-trabajador/

[3] *Idem*

[4] Hadjivassiliou, K. (2012). Study on a comprehensive overview on traineeship arrangements in Member States. Final Synthesis Report (en línea). *European Commission. Directorate- General for Employment, Social Affairs and Inclusion*. Recuperado de http://ec.europa.eu/social/main.jsp?catId=738&langId=de&pubId=6717

Sin embargo, pese a esta disparidad, las prácticas se pueden definir como programas dirigidos a personas jóvenes recién graduadas o en periodo educativo o formativo con el objetivo de favorecer su transición educación-mercado de trabajo, formación práctica dentro de empresas, organizaciones del tercer sector o dentro de la administración pública.[5] Según la Comisión Europea, las becas o prácticas no laborales son, al fin y al cabo, un camino de entrada de los y las jóvenes de Europa al mundo laboral.[6]

Por otra parte, haciendo referencia a lo que se ha mencionado anteriormente sobre la relación de los becarios con la empresa, al no ser laboral, no cuentan con un contrato de trabajo. Esto supone que estas personas en periodo de prácticas se encuentren fuera del Estatuto de Trabajadores, teniendo, así, otro tipo de derechos y obligaciones[7].

Dentro del ámbito español, la primera vez que se reguló la figura del becario o becaria fue en el año 1981, a través de dos normas:

- Real Decreto 1497/1981, de 19 de junio, sobre Programas de Cooperación Educativa[8].
- Real Decreto 1361/1981, de 3 de julio, sobre Contratos de Trabajo en prácticas y Para la Formación para jóvenes trabajadores[9].

Desde entonces, se ha diversificado hasta llegar, actualmente, a tener distintas fórmulas de vinculación entre empresas y jóvenes en el entorno de las relaciones de formación.

---

[5] Sanz de Miguel, P. (2019) *Falsos autónomos y falsos becarios: una aproximación institucional al caso español*". 37(1), pp 67-89.

[6] Comisión Europea (2013). *Proposal for a Council Recommendation on a Quality Framework for Traineeships*, 857.

[7] Guía de supervivencia del becario. (s.f.). *Multipli.co.* (Documento en línea). Recuperado el 15 de noviembre de 2022 de https://www.equiposytalento.com/contenido/download/estudios/Guiasupervivenciabecario.pdf

[8] Real Decreto 1497/1981, de 19 de junio, sobre Programas de Cooperación Educativa. Boletín Oficial del Estado, 1497 § 16532 (1981).

[9] Real Decreto 1361/1981, de 3 de julio, sobre contratos de trabajo en prácticas y para la formación para jóvenes trabajadores. Boletín Oficial del Estado, 1361 § 15425 (1981).

i. Trainee vs becario/a

La figura de los y las becarias convive simultáneamente con la de los trabajadores y trabajadoras con contrato de prácticas y contratos de formación. Como consecuencia de esto, resulta muy fácil confundir conceptos y, desafortunadamente, es más común de lo que debería. De esta manera, nace la necesidad de diferenciar ambos perfiles para reconocer las diferencias entre uno y otro.

Para comenzar, un/a *trainee*, a diferencia de un/a becario/a, es una persona recién graduada que tiene como objetivo principal ampliar su conocimiento y competencias profesionales después de haber finalizado sus estudios[10]. Por lo tanto, la primera diferencia que surge es la situación académica. Por un lado, la persona becaria sigue estando matriculada en sus estudios, mientras que el o la *trainee* ya ha acabado y pretende adquirir experiencia profesional[11].

Otro aspecto que los distingue es el tipo de relación que tienen con la empresa. El becario o becaria no cuenta con un contrato de trabajo como el resto de trabajadores de la plantilla. La relación que mantiene con la organización viene definida a través de un convenio con su universidad, quien define parte de los requisitos para ingresar a un programa de becarios. De esta manera, mientras que en este caso se sostiene una relación no laboral con la empresa, el o la *trainee* sí que tiene un contrato laboral, ya sea de prácticas o de formación, que lo une a la empresa. Así, los derechos y obligaciones entre ambos resultan diferentes debido a las responsabilidades que tiene cada uno dentro de la empresa.

En el caso de ser *trainee*, al estar contratado/a, recibe un sueldo, aunque sea menor al de una persona trabajadora con contrato ordinario, ya que no llegan a cubrir las mismas funciones que la plantilla de empleados. Sin embargo, la remuneración de las prácticas de un becario/a es un aspecto que, a día de hoy, sigue dependiendo de la voluntad de la empresa, es decir, no es obligatorio que sean pagadas.

---

[10] López, D. (14 de julio de 2022). ¿Qué es un trainee?. *WEA: World Education Access*. (Documento en línea). Recuperado el 15 de noviembre de 2022 de https://www.wea.com.ec/que-es-un-trainee/

[11] Piña Sánchez, H. (25 de octubre de 2018). ¿Qué es un trainee? *Wblog*. (Documento en línea). Recuperado el 15 de noviembre de 2022 de https://www.bewanted.com/blog/que-es-un-trainee

Finalmente, la duración del contrato de una persona *trainee* va generalmente desde los seis meses hasta los dos años, pudiendo variar según el convenio colectivo que tenga la empresa. Al contrario, la extensión del convenio de un/a becario/a depende únicamente de las horas mínimas que exige el centro formativo[12].

A modo de conclusión, la mayor diferencia se basa en el hecho de que en el segundo caso (*trainee*) ya ha terminado sus estudios y dispone de un título académico, además de mantener una relación contractual laboral con la empresa, estando dentro del Estatuto de Trabajadores.

Tabla 1. Diferencias entre becario/a y *trainee*

BECARIO/A	***TRAINEE***
Estudiantes matriculados en un centro formativo.	Graduados/as con posesión de un título académico.
Relación curricular o extracurricular no laboral (convenio centro formativo - empresa).	Contrato de prácticas o de formación.
Remuneración voluntaria por parte de la empresa.	Sueldo no inferior al SMI (Sueldo Mínimo Interprofesional).
Horas exigidas por el centro formativo.	De 6 meses a 2 años.
Sin experiencia profesional.	Mínima experiencia profesional.

Fuente: elaboración propia

[12] Características de un becario vs un trainee para las organizaciones por especialistas de ANCABE. (19 de enero de 2021). *Comunicae*. (Documento en línea). Recuperado el 15 de noviembre de 2022 de https://comunicae.com.mx/notas-de-prensa/caracteristicas-de-un-becario-vs-un-trainee

ii. Requisitos de los becarios y las becarias

Volviendo a la figura de los y las becarias, todas aquellas estudiantes que realizan el periodo de prácticas, deben cumplir con una serie de requisitos, los cuales vienen marcados por el convenio entre la empresa y el centro formativo[13].

Para empezar, al tratarse de un convenio formativo, las personas deben estar matriculadas en una universidad o un centro de formación autorizado y, si se trata de unas prácticas curriculares, estas deben constar como matriculadas en el expediente.

La actividad que el becariado vaya a desarrollar como parte de sus prácticas, debe estar relacionada con la formación que recibe en la institución educativa donde estudia. Además, es imprescindible que la persona no mantenga ningún tipo de relación contractual con la empresa antes de entrar a trabajar y, en el momento en que lo haga, debe disponer de un documento de seguimiento y evaluación de las actividades desempeñadas que debe ser supervisado, a su vez, por la persona responsable de la empresa en colaboración con el tutor del centro educativo.

Por último, es imprescindible que el o la estudiante haya superado el 50% de los créditos necesarios para poder realizar las prácticas y, en el momento en que haya comenzado, más que el derecho, tiene la obligación de conocer todas las normas relativas a la prevención de riesgos laborales de la empresa.

[13] Calzadilla, C. (s.f.). Requisitos de un contrato de becario: resolvemos tus dudas al respecto. *Mundo posgrado*. (Documento en línea). Recuperado el 20 de noviembre de 2022 de https://www.mundoposgrado.com/requisitos-de-un-contrato-de-becario/

iii. Requisitos de las empresas en relación a los becarios y becarias

Sin embargo, no es solamente esta figura quien debe cumplir con un conjunto de condiciones previas. Las empresas, al ser parte del convenio, también tienen parte de responsabilidad y, por ello, deben obedecer lo que a ellas les refiere[14].

Para empezar, deben poner a disposición de la persona becaria un tutor o tutora que supervise sus actividades, oriente y controle su desarrollo en las prácticas. Además, tienen que proporcionar toda la formación complementaria necesaria para la realización de sus actividades.

Otros requisitos que las empresas deben cumplir hacen referencia a la contribución de medios humanos y materiales para facilitar el desempeño de las prácticas formativas, además de prestar ayuda y asistencia durante su estancia en la empresa.

También es obligatorio informarle de la normativa de seguridad y prevención de riesgos laborales de la empresa y realizar un informe que, más tarde, será remitido a la persona que tutoriza, donde se valorarán aspectos tales como: capacidad de aprendizaje, administración de trabajos, implicación personal y número de horas realizadas por el o la estudiante.

Finalmente, está prohibido por parte de la empresa cubrir un puesto de trabajo con esta figura y debe determinar un horario para la realización de las prácticas que cumpla con la programación de las actividades formativas acordadas con el centro educativo.

[14] Fernández de la Cigoña, J. (s.f.). Puntos clave para entender las diferencias entre los becarios y los contratos formativos. *CEF-Laboral Social.* Recuperado de https://www.laboral-social.com/sites/laboral-social.com/files/1Puntos-clave-diferencia-becarios-formativos.pdf

De esta manera, tanto los y las estudiantes como las empresas, están obligados a obedecer las condiciones establecidas en dicho convenio para una buena práctica y experiencia.

iv. Derechos y deberes de los becarios y becarias

Hoy en día, este colectivo conforma una parte muy común en la gran mayoría de empresas. A pesar de ello, la manera en la que se tratan estas etapas de formación práctica se encuentran más inscritas en el campo académico y no en el laboral. De hecho, en cuanto a las prácticas del estudiantado, cabe destacar que estas se han enmarcado fuera del Derecho del Trabajo, ya que no hay un contrato de trabajo con dependencia o ajenidad. De este modo, el Derecho de la Educación es el que se encarga de regularizar este tipo de *praxis*[15].

En cuanto a los derechos de estas personas, según el punto número 1 del artículo 9 del Real Decreto 592/2014, de 11 de julio, por el que se regulan las prácticas académicas externas de los estudiantes universitarios, durante la realización de las prácticas académicas externas, los y las estudiantes tendrán los siguientes derechos[16]:

a) A la tutela, durante el período de duración de la correspondiente práctica, por un profesor de la universidad y por un profesional que preste servicios en la empresa, institución o entidad donde se realice la misma.

b) A la evaluación de acuerdo con los criterios establecidos por la Universidad.

c) A la obtención de un informe por parte de la entidad colaboradora donde ha realizado las prácticas, con mención expresa de la actividad desarrollada, su duración y, en su caso, su rendimiento.

[15] Esteve Segarra, A. (2017). Claves para un estatuto de los becarios y la mejora de los períodos de prácticas académicas a partir del análisis de los «stages» franceses. Universitat de València.

[16] Real Decreto 592/2014, de 11 de julio, por el que se regulan las prácticas académicas externas de los estudiantes universitarios. Boletín Oficial del Estado, 2014 § 8138.

d) A percibir, en los casos en que así se estipule, la aportación económica de la entidad colaboradora, en concepto de bolsa o ayuda al estudio.

e) A la propiedad intelectual e industrial en los términos establecidos en la legislación reguladora de la materia.

f) A recibir, por parte de la entidad colaboradora, información de la normativa de seguridad y prevención de riesgos laborales.

g) A cumplir con su actividad académica, formativa y de representación y participación, previa comunicación con antelación suficiente a la entidad colaboradora.

h) A disponer de los recursos necesarios para el acceso de los estudiantes con discapacidad a la tutela, a la información, a la evaluación y al propio desempeño de las prácticas en igualdad de condiciones.

i) A conciliar, en el caso de los estudiantes con discapacidad, la realización de las prácticas con aquellas actividades y situaciones personales derivadas o conectadas con la situación de discapacidad.

j) Aquellos otros derechos previstos en la normativa vigente y/o en los correspondientes Convenios de Cooperación Educativa suscritos por la Universidad y, en su caso, la entidad gestora de prácticas vinculada a la misma, con la entidad colaboradora.

Por otro lado, con el fin de tener una visión holística acerca del funcionamiento de esta figura en el ámbito laboral y académico, también debemos destacar sus deberes durante este período de formación. De este modo, según el punto número 2 del artículo 9 del Real Decreto 592/2014, de 11 de julio, por el que se regulan las prácticas académicas externas de los estudiantes universitarios, durante la

realización de las prácticas académicas externas, los estudiantes tendrán los siguientes deberes[17]:

a) Cumplir la normativa vigente relativa a prácticas externas establecida por la universidad.

b) Conocer y cumplir el Proyecto Formativo de las prácticas siguiendo las indicaciones del tutor asignado por la entidad colaboradora bajo la supervisión del tutor académico de la universidad.

c) Mantener contacto con el tutor académico de la universidad durante el desarrollo de la práctica y comunicarle cualquier incidencia que pueda surgir en el mismo, así como hacer entrega de los documentos e informes de seguimiento intermedio y la memoria final que le sean requeridos.

d) Incorporarse a la entidad colaboradora de que se trate en la fecha acordada, cumplir el horario previsto en el proyecto educativo y respetar las normas de funcionamiento, seguridad y prevención de riesgos laborales de la misma.

e) Desarrollar el Proyecto Formativo y cumplir con diligencia las actividades acordadas con la entidad colaboradora conforme a las líneas establecidas en el mismo.

f) Elaboración de la memoria final de las prácticas, prevista en el artículo 14 de este real decreto y, en su caso, del informe intermedio.

g) Guardar confidencialidad en relación con la información interna de la entidad colaboradora y guardar secreto profesional sobre sus actividades, durante su estancia y finalizada esta.

[17] *Idem*

h) Mostrar, en todo momento, una actitud respetuosa hacia la política de la entidad colaboradora, salvaguardando el buen nombre de la universidad a la que pertenece.

i) Cualquier otro deber previsto en la normativa vigente y/o en los correspondientes Convenios de Cooperación Educativa suscrito por la Universidad y, en su caso, la entidad gestora de prácticas vinculada a la misma, con la entidad colaboradora.

v. Ventajas y desventajas de los becarios y becarias

Vistos ya los derechos que poseen estas personas en prácticas curriculares, es momento de mencionar que se trata de un cargo que, en esencia, implica muchas ventajas. Además, para todas aquellas personas que deciden realizar un periodo de prácticas, no es solo el estudiantado el que sale beneficiado, sino que también es la empresa quien recibe parte de ganancia en esta relación formativa[18].

Por lo que hace más a lo que al becario o becaria le refiere, se trata de una muy buena oportunidad para aprender y hacer contactos en el sector. Resulta, además, una aproximación real de lo que le espera el día de mañana, con lo cual consigue un primer contacto con lo que viene a ser el mundo laboral.

Durante este periodo, el estudiantado consigue experiencia y práctica. Esto mismo hace que posea conocimientos y habilidades profesionales y enriquezca, así, su currículum para futuros empleos.

Para la empresa, concretamente, es una buena oportunidad para captar talentos profesionales. Además, al acoger becarios y becarias, estos traen conocimientos teóricos e ideas nuevas y actualizadas que pueden ser utilizadas en beneficio de la empresa. Finalmente, al no tener una relación contractual laboral, la empresa no

[18] Guía de supervivencia del becario. (s.f.). *Op cit.*

arriesga demasiado y, encima, sale beneficiada del trabajo que realizan, suponiendo un valor añadido.

Sin embargo, existen también muchos inconvenientes que a día de hoy arrastran una gran polémica por las muchas e innumerables injusticias que se producen[19]. Respecto a esto, se hablará con detalle más adelante, pero, de momento, algunas desventajas que suelen ser más comunes para este colectivo son, entre otras, el hacer trabajos muy mecánicos y poco atractivos, el ser utilizado/a y explotado/a como personal laboral, el trabajar sin una remuneración de las horas o la precariedad laboral en general.

b. Prácticas profesionales

Las prácticas profesionales suponen, por lo común, un primer paso en el mundo laboral. Sin embargo, por lo general, suele haber una gran confusión respecto a qué tipos de prácticas profesionales existen, cuáles son sus disparidades y semejanzas, etc. Así, debemos establecer una serie de diferencias para entender bien su naturaleza y no confundir términos.

De esta manera, por lo que respecta a las prácticas profesionales, debemos destacar las no laborales y las laborales.

i. Prácticas no laborales

Para empezar, las prácticas no laborales se caracterizan por el hecho de no estar regularizadas por el Estatuto de los Trabajadores, lo cual quiere decir que no están pactadas a través de un contrato de trabajo y tampoco se consideran relaciones laborales[20].

[19] Real Decreto 592/2014, de 11 de julio, por el que se regulan las prácticas académicas externas de los estudiantes universitarios. *Op cit*.

[20] *¿Qué tipos de prácticas profesionales existen y en qué se diferencian?* (16 de agosto de 2021). Jobteaser. (Documento en línea). Recuperado el 12 de noviembre de 2022 de

Este tipo de prácticas, se entienden como aquellas que buscan completar la formación académica, pero, como ya se ha comentado, con la diferencia de que no suponen ningún tipo de vinculación laboral para la persona en prácticas con la empresa.

Este tipo de prácticas pueden ser clasificadas desde diferentes criterios. En este caso, vamos a analizar la clasificación realizada por parte del Servicio Público de Empleo Estatal (SEPE), el cual diferencia, por un lado, las prácticas no laborables que complementan la formación y las que forman parte de la formación.

- *Prácticas no laborables que complementan la formación*

Son aquellas que se ofertan fuera de los planes de estudios, es decir, de manera complementaria a estos. Por tanto, la realización de las mismas debería consistir en una "opción" para los y las estudiantes que deseen obtener mayor formación práctica, si bien, en muchos casos se convierten en obligatorias.

Respecto este tipo de prácticas, cabe destacar que sindicatos como UGT en "Informe integral sobre las prácticas no laborables en nuestro país", afirman que "bajo estas, se encuentra el mayor número de fraudes y abusos, al ser utilizadas en su inmensa mayoría como sustitución de puestos de trabajo y como periodos de prueba para los estudiantes"[21].

- Prácticas para titulados sin experiencia

Este tipo de prácticas están reguladas por el Real Decreto 1543/2011 y se dirigen a aquellos jóvenes entre 18 y 25 años inscritos en el paro.

---

https://www.jobteaser.com/es/advices/302-que-tipos-de-practicas-profesionales-existen-y-en-que-se-diferencian?reloadCookieBanner=true&reloadCookieBanner=true

[21] UGT (s. f.) *Informe integral sobre las prácticas no laborales en nuestro país*. Recuperado de https://www.ugt.es/sites/default/files/informe_integral_sobre_practicas_no_laborales_en_nuestro_pais_-_ruge-ugt_mayo_2022_1.pdf

Según este documento, el origen de este tipo de praxis es consecuencia de "la situación actual de crisis económica, la cual ha llevado al desempleo a muchas personas, adquiriendo esta situación una especial gravedad en el caso de las más jóvenes que, con independencia de su nivel de cualificación profesional, presentan unas altas tasas de desempleo en nuestro país. En este contexto, se encuentran con una especial dificultad de inserción en el mercado laboral aquellas personas jóvenes que, aun teniendo una formación académica o profesional acreditada, carecen de experiencia laboral"[22].

Para poder acceder a este tipo de prácticas se requiere, por un lado, la obtención de un título oficial, ya sea universitario, de formación profesional, de grado medio o superior, o un certificado de profesionalidad. Por otro lado, otro requisito para tener acceso a ellas es no haber tenido relación laboral previa u otro tipo de experiencia profesional que supere los tres meses realizando una misma actividad[23].

Estas prácticas se realizan dentro de las empresas y bajo la supervisión de un tutor o tutora de práctica. Su duración se encuentra entre los tres y nueve meses y las empresas interesadas deben firmar un convenio con los Servicios Públicos de Empleo.

Cuanto a las condiciones económicas del alumnado, debemos destacar diferentes aspectos, los cuales nos indica el Servicio Público de Empleo Estatal:

1. Beca de apoyo de, como mínimo, el 80 % del IPREM vigente (en el 2019 es de 537,84 € y el 80% son 430,27 €).

2. Cotización a la Seguridad Social con cuota única mensual de 41,01 € (corresponden a la empresa 30,67 € por contingencias comunes y 6,12 € por

[22] Real Decreto 1542/2011, de 31 de octubre, por el que se regulan las prácticas no laborales en empresas. Boletín Oficial del Estado, 2011 § 18062.

[23] *¿Qué tipos de prácticas profesionales existen y en qué se diferencian?* (16 de agosto de 2021). *Op cit*.

el mismo concepto a cargo de la persona becada; además, la empresa cotiza otros 4,20 € por contingencias profesionales).

3. No existe obligación de cotizar por la contingencia de desempleo, así como tampoco al Fondo de Garantía Salarial (FOGASA) ni por Formación Profesional.

- Prácticas no laborables en la formación para el empleo

Paralelamente, este otro tipo de prácticas, se dirigen a personas desempleadas que participan en una acción formativa del Sistema de Formación para el Empleo. La Formación Profesional para el Empleo tiene como objetivo capacitar a las trabajadoras y los trabajadores para el desempeño cualificado de las diversas profesiones, facilitando el acceso al empleo y favoreciendo la participación activa en la vida social, cultural y económica.

La Formación Profesional para el Empleo (FPE) o Formación Ocupacional (FO) son cursos subvencionados dirigidos tanto a personas trabajadoras como en situación de desempleo[24]. Su principal objetivo es el de mejorar la cualificación profesional de estas personas.

Según el SEPE, este tipo de prácticas presentan las siguientes particularidades:

1. Forman parte de itinerarios formativos subvencionados (formación ocupacional).

2. Deben estar relacionadas con los contenidos del aprendizaje realizado en el centro de formación.

[24] Servicio Público de Empleo Estatal (s. f.) *Modalidades de prácticas no laborales y prácticas laborales.* Recuperado de https://transferencias.design/wp-content/uploads/2020/03/MODALIDADES-ETC-TRANSFERENCIAS-2020.pdf

3. Las prácticas podrán tener lugar bien simultáneamente a la realización de la acción formativa o, una vez finalizada, cuando se haya superado la misma con una evaluación positiva.

4. Suele haber un plazo máximo para empezarlas, una vez finalizada la acción formativa (frecuentemente un mes).

5. En algunas comunidades autónomas el número de personas en prácticas no puede superar el de trabajadores/as en plantilla.

6. El alumno/a debe tener cubierto al menos el riesgo de accidente derivado de la asistencia a las prácticas por un seguro de responsabilidad civil y accidentes que incluya los accidentes in itinere (durante el traslado al lugar de trabajo).

7. El alumno/a debe ser informado y formado sobre los riesgos laborales y las medidas de prevención del puesto o puestos en los que va a realizar las prácticas.

Por lo que respecta a las condiciones económicas de los alumnos en esta situación de prácticas, a continuación las podemos encontrar esquematizadas.

Tabla 2. Condiciones económicas del alumno/a que cursa las prácticas no laborables en la formación para el empleo

Concepto		Cuantía máxima
Transporte	Transporte Público	Urbano: 1,5€/día
		Interurbano: 5€/día
	Vehículo Propio	0,19€/Km hasta 20€/día
Manutención		12 €/día
Alojamiento y manutención		80 €/día natural
		Si las prácticas se desarrollan fuera de España: 154,4€/día natural
		Importe billetes desplazamiento inicial/final
Conciliación (para rentas inferiores al 75% del IPREM		75% del IPREM diario/día
Beca(personas con discapacidad)		9€/día

Fuente: Servicio Público de Empleo Estatal (s. f.) *Modalidades de prácticas no laborales y prácticas laborales.* Recuperado de https://transferencias.design/wp-content/uploads/2020/03/MODALIDADES-ETC-TRANSFERENCIAS-2020.pdf

- *Prácticas no laborables que son parte de la formación*

A diferencia de aquellas que solamente complementan la formación, vistas anteriormente, en este caso, las que forman parte de ella, son todas aquellas actividades académicas recogidas en el plan de estudios de una titulación, normalmente obligatorias para la obtención del título[25].

- Módulo de prácticas de los certificados de profesionalidad

En primer lugar, están las dirigidas a los alumnos que cursan estudios de certificados de profesionalidad. Este tipo de *practicum* tiene el objetivo de que el alumnado adquiera las capacidades en un entorno real de trabajo para lograr complementar las competencias que se desarrollan en el centro de formación.

[25] UGT (s. f.) *Op cit.*

Según el Servicio Público de Empleo Estatal, esta tipología de prácticas presenta las diferentes particularidades:

1. Las actividades a realizar y los criterios de evaluación de cada módulo de prácticas se incluyen en el real decreto que regula el correspondiente certificado.

2. Se llevarán a cabo preferentemente una vez superada la formación en el aula.

3. Aunque lo más frecuente es que se hagan en empresas, también se pueden realizar en el propio centro de formación, con autorización previa, si cuenta con instalaciones adecuadas.

4. Es obligatoria la existencia de un tutor o tutora de la empresa (instructor) y otro del centro de formación.

5. El alumno/a debe contar con un seguro de accidentes, expedido normalmente por el centro de formación, que cubra todas las contingencias que puedan surgir durante las prácticas.

6. No es necesario hacer las prácticas si se cuenta con una experiencia profesional de tres meses, con un mínimo de 300 horas trabajadas en los últimos cinco años, que se corresponda con las capacidades del certificado de profesionalidad. Tampoco han de realizarlas quienes hayan hecho prácticas no laborales o demuestren experiencia en voluntariado relacionada con la actividad en cuestión. Debe solicitarse la convalidación al servicio público de empleo correspondiente.

   Podrá excluirse de las prácticas a uno o varios alumnos/as por decisión unilateral del centro educativo, la empresa, o conjunta de ambos, en los casos siguientes:

a. Faltas reiteradas de asistencia o de puntualidad no justificadas, previa audiencia al interesado/a.

b. Actitud incorrecta o falta de aprovechamiento, previa audiencia del interesado/a.

Cuanto a las condiciones económicas del alumnado en esta situación, a continuación encontraremos una tabla que plasma las principales características.

Tabla 3. Condiciones económicas del alumno/a que cursa el módulo de prácticas de los certificados de profesionalidad

Concepto		**Cuantía máxima**
Transporte	**Transporte Público**	Urbano: 1,5€/día
		Interurbano: 5€/día
	Vehículo Propio	0,19€/Km hasta 20€/día
Manutención		12 €/día
Alojamiento y manutención		80 €/día natural
		Si las practicas se desarrollan fuera de España: 154,4€/día natural
		Importe billetes desplazamiento inicial/final
Conciliación(para rentas inferiores al 75% del IPREM		75% del IPREM diario/día
Beca (personas con discapacidad)		9€/día

Fuente: Servicio Público de Empleo Estatal (s. f.) *Modalidades de prácticas no laborales y prácticas laborales.* Recuperado de https://transferencias.design/wp-content/uploads/2020/03/MODALIDADES-ETC-TRANSFERENCIAS-2020.pdf

- Formación profesional dual del sistema educativo con prácticas no laborales

Contrariamente, estas prácticas se dirigen solamente a los alumnos y alumnas matriculadas en enseñanzas de Formación Profesional Básica, en ciclos de Grado Medio o de Grado Superior del sistema educativo con diferentes finalidades.

1. Incrementar el número de personas que puedan obtener un título de enseñanza secundaria postobligatoria a través de las enseñanzas de formación profesional.

2. Conseguir una mayor motivación en el alumnado, disminuyendo el abandono escolar temprano.

3. Facilitar la inserción laboral como consecuencia de un mayor contacto con las empresas.

4. Incrementar la vinculación y corresponsabilidad del tejido empresarial con la formación profesional.

5. Potenciar la relación del profesorado de formación profesional con las empresas del sector y favorecer la transferencia de conocimientos

Algunos rasgos que lo caracterizan son:

1. El alumnado deberá cursar previamente la formación necesaria que garantice el desarrollo de la formación en la empresa con seguridad y eficacia.

2. La actividad en la empresa y en el centro educativo se coordinará mediante reuniones mensuales de control donde se hará seguimiento del alumnado.

3. La persona titular de la empresa deberá tutelar el desarrollo de la actividad laboral

4. La persona que ejerza la tutoría en la empresa será responsable del seguimiento del programa de formación, y de la comunicación con el centro de formación.

5. El centro formativo designará un tutor responsable de la programación y seguimiento de la formación, así como de la coordinación de la evaluación con el profesorado y/o tutores/as que intervienen y será la interlocutora con la empresa para el desarrollo del programa de formación.

6. La evaluación del alumnado será responsabilidad de los profesores/as de los módulos profesionales del centro de adscripción

7. Los y las estudiantes y, en caso de ser menores de edad, los tutores y tutoras legales, tendrán derecho a la adecuada información y orientación sobre los proyectos en los que participen. Deberán adoptar el compromiso de cumplir las condiciones del proyecto y de la empresa participante establecidas en el convenio.

8. El alumnado tendrá obligación de cumplir con el calendario, la jornada y el horario establecidos en el programa.

9. Cuando los alumnos y alumnas no superen alguno de los módulos profesionales, las Administraciones educativas establecerán las medidas necesarias para facilitarles la obtención del título.

10. La posibilidad de ampliar la duración del programa y de adaptarlo a la empresa ha facilitado el desarrollo en las comunidades autónomas de programas con características muy distintas. En algunos casos la alternancia

con la actividad en la empresa se hace a lo largo de toda la formación, en otros se concentra en un único periodo, etc.

Cuanto a las condiciones económicas de los alumnos que se encuentran en esta situación, según el Servicio Público de Empleo Estatal, "la normativa estatal no establece la obligación de compensación económica al alumnado que participe en estos programas, sin embargo, en algunas comunidades autónomas (por ejemplo Castilla y León) sí se asocian con la existencia de una ayuda que puede ser financiada por la empresa, una fundación o la propia Administración, y se establece así mismo una cuantía mínima (50% del SMI). En otros casos se establece una cuantía mínima orientativa, como, por ejemplo, en País Vasco, pero las ayudas no tienen carácter obligatorio[26]".

- <u>Prácticas académicas externas en los estudios universitarios</u>

Las prácticas universitarias tienen una naturaleza formativa. Es decir, su finalidad más destacada es que los universitarios puedan demostrar, aplicar y complementar los conocimientos que han adquirido a lo largo de su formación académica en el grado cursado.

Estas se encuentran reguladas por el Real Decreto 592/2014 de 11 de julio, según el cual se persiguen los siguientes fines[27]:

a) Contribuir a la formación integral de los y las estudiantes, complementando su aprendizaje teórico y práctico.

b) Facilitar el conocimiento de la metodología de trabajo adecuada a la realidad profesional en que el estudiantado habrá de operar, contrastando y aplicando los conocimientos adquiridos.

[26] Servicio Público de Empleo Estatal (s. f.) *Op cit.*
[27] Real Decreto 592/2014, de 11 de julio, por el que se regulan las prácticas académicas externas de los estudiantes universitarios. Boletín Oficial del Estado, 2014 § 8138.

c) Favorecer el desarrollo de competencias técnicas, metodológicas, personales y participativas.

d) Obtener una experiencia práctica que facilite la inserción en el mercado de trabajo y mejore su empleabilidad futura.

e) Favorecer los valores de la innovación, la creatividad y el emprendimiento.

Cabe destacar que en las prácticas universitarias se puede realizar una clasificación en función de si estas se encuentran integradas en el propio Plan de Estudios del grado en cuestión o no: las prácticas universitarias curriculares y extracurriculares.

Más adelante nos detendremos a analizar su naturaleza y características. Al ser el foco de atención del presente trabajo, debemos profundizar lo suficiente, por lo que debemos dedicarle un apartado mayor para poder estudiar sus características con detención.

- Módulo profesional de formación en centros de trabajo de los ciclos de Formación Profesional

Por último, las prácticas de Formación Profesional, en particular, se dirigen a las personas que cursan este tipo de estudios. Así, estas están rodeadas de actividades reales de su área de especialización que son complementarias a la teoría dada previamente.

La gran mayoría de estas actividades tienen lugar en el mismo centro de estudios, pero si estos no disponen de las instalaciones pertinentes para llevarlas a cabo, las prácticas se hacen en una empresa externa al centro. Su duración ronda las 160 horas.

Este módulo de formación es obligatorio, de modo que sin él no se puede obtener el título y su evaluación se lleva a cabo mediante la figura del tutor de prácticas.

El estudiantado está cubierto por un seguro de accidentes, mediante el seguro escolar y de responsabilidad civil frente a daños a terceros mediante una póliza adicional que suscriben las administraciones educativas.

Según el Servicio Público de Empleo Estatal, no se establece ningún tipo de condiciones económicas en la norma estatal, sino que depende de la Comunidad Autónoma, la cual puede regular ayudas específicas. Normalmente, suelen ir dirigidas a los desplazamientos cuando el centro de trabajo donde se hacen las prácticas está en una localidad diferente a la del centro de formación. En el caso de que la realización del módulo de Formación en Centro de Trabajo se haga en el marco de algún programa europeo que lo financie, se cubren gastos de viaje, alojamiento y formación en idiomas, en su caso[28].

ii. Prácticas laborales

Por otro lado, de manera simultánea a las prácticas no laborales, existen las que sí lo son. Este tipo, a diferencia de las no laborales, siempre se ubican dentro del modelo de contrato formativo, recogido en el artículo 11 del Estatuto de los Trabajadores[29].

Este tipo de prácticas, según el Servicio Público de Empleo Estatal, van dirigidas a personas con título universitario, título de formación profesional de grado medio o superior, o títulos equivalentes, o certificado de profesionalidad, que no hayan transcurrido más de cinco años desde la finalización de sus estudios; cuando el contrato se concierte con un trabajador/a con discapacidad el plazo es de siete años, persiguiendo la finalidad de completar su formación con prácticas adecuadas a su nivel de estudios[30].

---

[28] Servicio Público de Empleo Estatal (s. f.) *Op cit.*
[29] UGT (s. f.) *Op cit.*
[30] Servicio Público de Empleo Estatal (s. f.) *Op cit.*

En este caso tienen una mayor duración que las prácticas no laborales, ya que estas pueden llegar a comprender períodos de entre seis meses y dos años.

En este contexto, cabe destacar que la nueva reforma laboral, aprobada por el *Real Decreto Ley 32/2021, de 28 de diciembre, de medidas urgentes para la reforma laboral, la garantía de la estabilidad en el empleo y la transformación del mercado de trabajo*, modificó la configuración de los contratos formativos existentes hasta el momento, sustituyendo los contratos en prácticas, contratos para la formación y el aprendizaje, y el contrato dual para la formación dual universitaria, por un único contrato, el contrato formativo. Este, a su vez, se desglosa en dos modalidades: el contrato de formación en alternancia (artículo 11.2) y el contrato formativo para la obtención de la práctica profesional adecuada al nivel de estudios (art. 11.3 ET)[31].

Las normas comunes de ambas modalidades de contratos, el artículo 11 dispone las siguientes[32]:

1. La labor desempeñada por la persona trabajadora en la empresa deberá estar estrictamente relacionada con las actividades formativas que justifican su contratación.

2. La empresa debe elaborar un Plan Formativo Individual en el que especifique el contenido de la práctica profesional.

3. La persona contratada contará con una persona tutora designada por el centro o entidad de formación y otra designada por la empresa. Esta última tendrá como función dar seguimiento al plan formativo individual en la empresa.

[31] Real Decreto 32/2011, de 28 de diciembre, de medidas urgentes para la reforma laboral, la garantía de la estabilidad en el empleo y la transformación del mercado de trabajo. Boletín Oficial del Estado, 2021 § 21788.
[32] *Idem*

4. El tiempo de trabajo efectivo, no podrá ser superior al 65% durante el primer año, o al 85% durante el segundo de la jornada máxima prevista en el convenio colectivo de aplicación en la empresa, o, en su defecto, de la jornada máxima legal.

5. La retribución no podrá ser menor del 60% durante el primer año, ni el 75% en el segundo. Tampoco podrá estar por debajo del SMI proporcional a la jornada.

6. Las situaciones de incapacidad temporal, nacimiento, adopción, guarda con fines de adopción, acogimiento, riesgo durante el embarazo, riesgo durante la lactancia y violencia de género interrumpirán el cómputo de la duración del contrato.

- **Formación con compromiso de contratación**

Dentro de las prácticas laborales nos encontramos en primer lugar con este tipo, dirigidas prioritariamente a personas desempleadas, tienen el objetivo de facilitar la inserción laboral, al posibilitar a las empresas la realización de formación adaptada a sus necesidades en supuestos de ampliación de la actividad[33].

El objeto de este tipo de prácticas es adquirir la formación teórica y práctica necesaria para el desempeño adecuado de un oficio o de un puesto de trabajo[34].

En este ámbito cabe destacar que, generalmente, la empresa debe comprometerse a contratar un porcentaje de las personas formadas no inferior al 40%, aunque hay programas de ámbito estatal y autonómico donde los requisitos no siempre

[33] Servicio Público de Empleo Estatal (s. f.) *Op cit.*

[34] Comisiones Obreras. (2019). *Contratos para la Formación y Contratos en Prácticas. Principales datos.* Recuperado de https://www.ccoo.es/7dcb8c6814a7d8ae040b77d939274c50000001.pdf

coinciden. Por otro lado, esta formación recibida puede darse de forma certificable o no certificable y tener lugar presencial o telemáticamente.

El programa también puede llegar a abarcar las prácticas no laborales, de modo que en primer lugar se da la formación del alumnado, posteriormente se realizan las prácticas sin remuneración y finalmente se da la contratación.

La duración de la formación se establece en el módulo formativo. En el caso de que la formación no sea certificable, la normativa fija un número máximo de horas de formación y prácticas no laborales.

Por lo que respecta a las condiciones económicas del alumnado, en este tipo de prácticas las cuantías se obtendrán por día de asistencia a clase, excepto las del apartado de alojamiento y manutención que se calcularán por día natural[35].

Tabla 4. Condiciones económicas del alumnado en formación con compromiso de contratación

Concepto		Cuantía máxima
Transporte	Transporte Público	Urbano: 1,5€/día
		Interurbano: 5€/día
	Vehículo Propio	0,19€/Km hasta 20€/día
Manutención		12 €/día
Alojamiento y manutención		80 €/día natural
		Si las prácticas se desarrollan fuera de España: 154,4€/día natural
		Importe billetes desplazamientos inicial/final
Conciliación (para rentas inferiores al 75% del IPREM)		75% del IPREM diario/día
Beca(personas con discapacidad)		9€/día

Fuente: Servicio Público de Empleo Estatal (s. f.) *Modalidades de prácticas no laborales y prácticas laborales.* Recuperado de https://transferencias.design/wp-content/uploads/2020/03/MODALIDADES-ETC-TRANSFERENCIAS-2020.pdf

[35] Servicio Público de Empleo Estatal (s. f.) *Op cit.*

- **Contrato en prácticas**

Paralelamente, existe también el conocido contrato de prácticas. En este caso, los contratos en prácticas se dirigen a personas con título universitario, título de formación profesional de grado medio o superior, o títulos equivalentes, o certificado de profesionalidad.

El objeto del contrato es la obtención de la práctica profesional adecuada al nivel de estudios o de formación cursados.

Particularmente, en el contrato en prácticas es necesario que no hayan transcurrido más de cinco años, o de siete, cuando el contrato se concierte con un trabajador con discapacidad, desde la terminación de los estudios. Si el trabajador o la trabajadora es menor de 30, años no se tiene en cuenta la fecha de terminación de los estudios[36].

En cuanto a las características de este tipo de formación, el Servicio Público de Empleo Estatal solamente indica un aspecto: que las prácticas tienen que estar relacionadas con los contenidos del título o certificado que dé origen al contrato.

Finalmente, en referencia a las condiciones salariales para el/la trabajador/a, debemos destacar los siguientes aspectos.

1. En primer lugar, el salario es un porcentaje del salario fijado en convenio para un puesto de trabajo igual o equivalente. Aunque en algunos convenios se estiman porcentajes superiores, el mínimo es el 60 % durante el primer año y el 75 % el segundo año.

2. Otro aspecto es que en ningún caso podrá ser inferior al Salario Mínimo Interprofesional (SMI), que actualmente es de 1080 €/mes, siendo de 15.120

[36] Comisiones Obreras. (2019). *Op cit*.

€/año las 14 pagas. En los contratos a tiempo parcial, el salario se aplicará proporcionalmente en función de la jornada pactada. Tendrá derecho a todas las contingencias de la Seguridad Social, incluido el desempleo y la cobertura del FOGASA.

Con el fin de tener una visión más general de cada una de las tipologías de prácticas que existen y esquematizar la clasificación presentada anteriormente, hemos elaborado una tabla que refleja la realidad explicada.

Tabla 5. Clasificación de las prácticas profesionales

PRÁCTICAS PROFESIONALES	No laborales	Que complementan la formación	Para personas con un título sin experiencia
			En la formación para el empleo
		Que son parte de la formación	Módulo de prácticas de los certificados de profesionalidad
			Formación profesional dual del sistema educativo con prácticas no laborales
			Prácticas externas en los estudios universitarios
			Módulo profesional en centros de trabajo de los ciclos de Formación Profesional
	Laborales	Formación con compromiso de contratación	
		Contrato en prácticas	

Fuente: elaboración propia

c. Prácticas universitarias

Tras ver los diferentes tipos de prácticas profesionales existentes, ahora es momento de centrarse en aquellas que se refieren a las universitarias.

Este tipo de prácticas, por lo común, suponen también un primer paso en el ámbito laboral para el o la estudiante. Se trata de un periodo en el que la persona todavía matriculada en un centro formativo entra a trabajar en una empresa para comenzar a poner en práctica sus habilidades y conocimientos adquiridos durante su etapa académica[37].

Al fin y al cabo es una estrategia académica a través de la cual los becarios y becarias tienen la posibilidad de aplicar todo lo que han aprendido a lo largo de su formación con el objetivo de adquirir nuevas destrezas, competencias y herramientas para la entrada en el mundo laboral.

Ya se ha visto anteriormente que no todas las prácticas son iguales, están las laborales y las no laborales, dentro de las cuales existen otros tipos de contratos. De esta manera, ocurre lo mismo dentro de las prácticas universitarias. Existe una segmentación que distingue dos tipos de periodos formativos de prácticas.

i. Prácticas curriculares

Por un lado, nos encontramos con aquellas curriculares. Son aquellas que están incluidas en el plan de estudios y que, por lo general, deben realizarse de manera obligatoria en función del programa[38]. Es decir, se convalidan por una asignatura llamada prácticas o *Practicum,* el nombre que apropia la memoria que se debe entregar una vez completado dicho periodo de prácticas.

---

[37] Prácticas universitarias, primer contacto con el mundo laboral (26 de diciembre de 2017). *Universidad Loyola.* Recuperado el 2 de diciembre de 2022 de https://www.uloyola.es/blog/grados/practicas-universitarias

[38] Diferencia entre prácticas extracurriculares y curriculares. (25 de agosto de 2019). *Instituto Europeo de Posgrado*. Recuperado el 2 de diciembre de https://www.iep.edu.es/diferencia-entre-practicas-extracurriculares-y-curriculares/

Aunque puede variar dependiendo de la institución, el alumnado con la matrícula aún en vigor, como requisito para poder cursar las prácticas curriculares, debe tener como mínimo el 50% de los créditos totales de la titulación superados.

Este tipo de prácticas se dirigen, así, tanto a los y las estudiantes universitarias o de Formación Profesional u otro tipo de centro formativo y, para poderlas llevar a cabo, se debe contactar con el tutor o tutora correspondiente. El procedimiento de estas prácticas viene a ser como el de una asignatura cualquiera, ya que cuentan con un número de horas estipuladas, unos créditos académicos y, además, se supervisa con el seguimiento de un tutor o tutora académico y de otro en la empresa. Así, esta figura se encarga de evaluar las destrezas y habilidades adquiridas por el alumno.

Generalmente, para las prácticas curriculares, los y las estudiantes cuentan con la opción de elegir entre las empresas que proporciona el servicio de prácticas de la universidad o centro y aquellas que pueden llegar a proponer ellos mismos[39].

ii. Prácticas extracurriculares

Por otro lado, las extracurriculares son aquellas prácticas completamente voluntarias que el o la estudiante puede hacer a lo largo de su titulación mientras dure su convenio con la universidad o centro de formación. Tienen el mismo fin que las curriculares, pero a diferencia de ellas, estas no se incluyen en el Plan de Estudios[40]. Esto quiere decir que no forman parte de ninguna asignatura y que no suponen la obtención de ningún crédito.

---

[39] Diferencias entre prácticas extracurriculares y curriculares. (s.f.). *Infoeducación*. Recuperado el 11 de diciembre de https://infoeducacion.net/practicas-extracurriculares/

[40] Diferencia entre prácticas curriculares y extracurriculares. (14 de mayo de 2020). (Documento en línea). Recuperado el 11 de diciembre de 2022 de https://www.universia.net/es/actualidad/becas-y-ayudas/diferencia-entre-practicas-curriculares-extracurriculares-1166557.html

Sin embargo, el convenio debe ser de igual manera entre la empresa y centro formativo, por lo que el alumno tiene hasta el momento en el que finaliza la titulación para realizarlas. Es decir, son una especie de prácticas adicionales y, por mucho que no formen parte del programa académico, sí que pueden ser contempladas en el título.

Finalmente, por lo que hace a la remuneración, tanto las curriculares como las extracurriculares no es obligatorio y queda en manos de la empresa el decidir si retribuir o no al becario por su trabajo[41]

d. "Contrato" de becarios y becarias

Ya introducido en apartados anteriores, el contrato de los becarios y becarias, también conocido como convenio de prácticas, es un documento en el cual se plasma el acuerdo entre la universidad y la empresa en relación con el período formativo-profesional que realizará el o la estudiante. En este, quedan registrados todos los requisitos y condiciones que deben cumplir ambas partes y otros datos tales como la duración de las prácticas, el tipo de trabajo a realizar e incluso si contiene retribución o no y, en caso de que sí, cuál[42].

Sin embargo, es muy común la confusión con otro tipo de contratos como, por ejemplo, el contrato en prácticas o el contrato para la formación y el aprendizaje, vistos anteriormente. Al fin y al cabo presentan muchas similitudes, pero son totalmente distintos en cuanto a condiciones y prestaciones.

Por este motivo, las principales características que conciernen al conocido contrato de becarios son las siguientes[43]:

---

[41]Rodriguez Santos, N. (22 de marzo de 2021). Prácticas Extracurriculares: Qué son y para qué sirven. *Compass*. (Documento en línea). Recuperado el 11 de diciembre de 2022 de https://compassorienta.es/practicas-extracurriculares/

[42] ¿Qué es un convenio de prácticas?. (17 de enero de 2022). *Fundación Universidad-Empresa*. (Documento en línea). Recuperado el 11 de diciembre de 2022 de https://fundacionuniversidadempresa.es/es/blog-convenio-de-practicas/

[43]El mito de los contratos de becarios: lo que debes saber. (6 de marzo de 2023). *Factorial*. (Documento en línea). Recuperado el 13 de marzo de

- No es un tipo de contrato oficial estipulado por el SEPE[44], sino que es un convenio comúnmente conocido como 'contrato de becarios'.

- Es un convenio de prácticas acordado por tres partes: el centro educativo, la empresa y el/la estudiante.

- No se considera una relación laboral oficial, es simplemente formativa (si se diera el caso, una vez finalizado el periodo de prácticas, y si a ambas partes les interesa, el o la estudiante podría solicitar un puesto laboral).

- Las condiciones vienen reguladas y estipuladas en dicho convenio.

- La empresa no está obligada a retribuir económicamente al/la becario/a.

- El o la estudiante debe realizar una memoria de todos los conocimientos y actividades desarrolladas durante su periodo de prácticas.

e. Estatuto de Becarixs

Tal y como se ha mencionado en otros apartados, en España no hay una regulación específica para los becarios y becarias. "No hay una norma que regule las condiciones mínimas que deben cumplir todas las prácticas no laborales en cuanto a ayudas, duración y contenido", presenta un informe de CCOO[45]. En cambio, sí que existe, a día de hoy, el Real Decreto 592/2014[46], por el que se regulan las prácticas académicas externas del colectivo estudiantes universitarios y universitarias.

---

https://factorialhr.es/blog/el-mito-contratos-de-becarios/#diferencias-entre-contratos-de-practicas,-contratos-de-becarios-y-contratos-para-la-formacion-y-aprendizaje

[44]Servicio Público de Empleo Estatal (s.f.) Recuperado de https://www.sepe.es/HomeSepe/que-es-el-sepe.html

[45]Comisiones Obreras (2019). *Aprendices becarias y trabajo precario. UNA GUÍA SOBRE PRÁCTICAS EN LA EMPRESA PARA REPRESENTANTES SINDICALES.* 3ª ed. Recuperado de https://www.ccoo.es/efbefbc89ead61ce6c6a666f67fb5263000001.pdf

[46] Real Decreto 592/2014, de 11 de julio. *Op cit*

Respecto a este inconveniente con los y las estudiantes que realizan el periodo de prácticas académicas, la actual vicepresidenta segunda del Gobierno y ministra de Trabajo y Economía Social, Yolanda Díaz, anunció el pasado abril de 2022 la creación de un "catálogo de derechos" que regule la situación de estos y estas jóvenes. "Vamos a regular por primera vez el estatuto de los becarios y de las becarias en España"[47], con estas palabras se presentó, pues, lo que hoy conocemos como Estatuto del Becario.

Según la Real Academia Española, un estatuto es, entre otras acepciones, una "ley especial básica para el régimen autónomo de una región, dictada por el Estado de que forma parte"[48]. Dicho en otras palabras, es un reglamento, ordenanza o conjunto de normas legales por las que se regula el funcionamiento de una corporación o asociación.

De esta manera, el Estatuto del Becario, al fin y al cabo, es una ley que, estando aún pendiente de aprobación, pretende regular, por fin, las prácticas que realizan los y las estudiantes durante su formación. Parte de la necesidad de luchar en contra de la precariedad juvenil y todas las injusticias y cabos sueltos que rodean a la gente joven durante estos periodos de formación laboral.

i. Principales cambios del Estatuto de Becarixs y cómo estos afectan a las empresas

Para comenzar, partiendo de la existencia de las dos modalidades de prácticas universitarias vistas en el punto anterior (curriculares y extracurriculares), son las segundas aquellas que el Estatuto del Becario pretende eliminar. Propone solamente permitir las prácticas curriculares, obligatorias para la formación, dado que son más

[47]Pascual, M. (2019). Qué es el estatuto del becario: un proyecto del Ministerio de Trabajo para regular las prácticas en empresas. *Newtral*. Recuperado el 25 de noviembre de 2022 de https://www.newtral.es/estatuto-del-becario/20220421/

[48]REAL ACADEMIA ESPAÑOLA: *Diccionario de la lengua española*, 23.ª ed., [versión 23.6 en línea]. Recuperado el 25 de noviembre de 2022 de https://dle.rae.es

fáciles de regular en cuestiones importantes como la remuneración, el tiempo límite de prácticas o el número total de becarios y becarias. Con esto, las empresas solamente podrán contratar becarios o becarias en el ámbito de un convenio a través de un centro formativo, ya sea Universidad o Formación Profesional[49].

Siguiendo con la propuesta que se lleva a cabo dentro del Estatuto, otro punto que se menciona es el apoyo económico. Se dice que, aun sin poder solicitar ninguna contraprestación monetaria por la realización de las prácticas, sí se deberá costear los gastos de desplazamiento, alojamiento o manutención en caso de que la beca no sea remunerada.

Otro aspecto que trata hace referencia a las tutorías obligatorias. Se dice que se deberá asignar un tutor o tutora que guíe, oriente y ayude al o a la estudiante en prácticas a desarrollar sus capacidades, teniendo en cuenta que nunca debe superar un máximo de 5 estudiantes en formación o 3 en el caso de aquellas empresas con menos de 30 personas trabajadoras.

El Estatuto del Becario también lucha por la igualdad de derechos entre el colectivo de personas en prácticas y la gente empleada. Es decir, a la hora de firmar el convenio entre empresa y centro formativo, el grupo de estudiantes en prácticas pasarán a adquirir los mismos derechos que los trabajadores y trabajadoras de la organización como, por ejemplo, vacaciones, zona de descansos, servicios de restauración, y demás.

La limitación del número de becarios o becarias por empresa es otro punto que propone esta ley pendiente. El Estatuto establece que el número máximo de personas becarias que pueden realizar la formación por empresa, no debe superar en ningún momento el 20% total de la plantilla.

[49] Labrador, A. (25 de octubre de 2022). ¿Qué cambios traerá para las empresas el Estatuto del Becario?. *Grupo 2000*. (Documento en línea). Recuperado el 13 de marzo de 2023 https://www.grupo2000.es/trabajo-tiene-previsto-aprobar-un-estatuto-de-las-practicas-y-limitar-su-uso/

Por lo que hace a los horarios, estos también se ven limitados. Se decreta que las personas en formación de prácticas deberán realizar sus funciones en un horario y jornada que respeten los límites y descansos, incluidos festivos y vacaciones, de acuerdo al convenio, sin poder realizar su actividad en horarios nocturnos ni por turnos, salvo que de manera excepcional el aprendizaje previsto en el plan no pueda realizarse en otros periodos.

Además, el Estatuto del Becario plantea las subvenciones a las empresas. Aunque todavía está pendiente de confirmación, se propone que las empresas cuenten con una bonificación del 75% a las cuotas de la Seguridad Social.

Para acabar, se incluye también un apartado en el que se menciona que las empresas deberán dar de alta a los becarios y becarias en la Seguridad Social para que, de este modo, el tiempo les sume en el cómputo para la pensión[50].

ii. Aprobación del Estatuto de Becarix

Como ya se ha dicho, el Estatuto del Becario está todavía a la espera de su aprobación, la cual está prevista para comienzos de este año 2023. Además, se ha fijado un periodo de transición de tres años, es decir, hasta 2025, para que entren en vigor las nuevas propuestas. De esta manera, nos encontramos en un momento en el que, teóricamente, se están detallando los últimos aspectos para la confirmación[51].

[50] Estatuto del Becario - BOE 2023. (2022). *Primerempleo.* (Documento en línea). Recuperado el 13 de marzo de 2023 de https://www.primerempleo.com/blogs/blog.asp?id=770

[51] Millán, J. (7 de marzo de 2023). El Estatuto del Becario sigue atascado por la regulación de las prácticas extracurriculares. *20 minutos*. Documento en línea). Recuperado el 13 de marzo de 2023 de https://www.20minutos.es/noticia/5107571/0/el-estatuto-del-becario-sigue-atascado-por-la-regulacion-de-las-practicas-extracurriculares/

f. Becarios, becarias y sindicatos

En este contexto, una figura que no podemos dejar de lado son los distintos sindicatos, ya que se trata de una organización que da un gran apoyo a la figura de los y las becarias. Este tipo de instituciones son "organizaciones continuas y permanentes, creadas por trabajadores/as para garantizar la defensa de sus intereses laborales comunes, como ser, mejorar sus salarios y condiciones de trabajo, pero además, promover el progreso de las condiciones de vida en general"[52].

También se define a los sindicatos como "asociaciones permanentes, autónomas y sin fines de lucro, de trabajadores ligados por intereses sociales y económicos comunes y cuyo objetivo es la representación, defensa y promoción, tanto colectiva como individual, de esos intereses"[53]. Así, para tener una visión más holística del contexto en el que se encuentra la figura de los y las becarias previamente debemos analizar en profundidad cómo es su relación con estos agentes, los cuales buscan la mejora de su situación.

En el panorama nacional, según DYNTRA, la primera plataforma colaborativa en el mundo que trabaja la medición y gestión del gobierno abierto en las organizaciones y para la Sociedad Civil[54], hay dos grandes organizaciones sindicales que destacan y dan apoyo a esta figura.

---

[52] Moreno Márquez, F. (2009). *Los sindicatos y sus acciones.* [Trabajo de fin de grado]. Departamento de Humanidades y Ciencias Sociales. Universidad Nacional de La Matanza.
[53] Chávez, P. (2002). *Derechos De Las Organizaciones Sindicales*. UVM.
[54] Dyntra: La plataforma colaborativa de transparencia. *Home*. (s.f.) Recuperado de https://www.dyntra.org/que-es-dyntra/

i. Comisiones Obreras (CCOO)

En primer lugar, encontramos a Comisiones Obreras (CCOO), con un 37'66% de personas representantes elegidas, y en segundo lugar, la Unión General de Trabajadores, con un 29'87%[55].

Esta institución cuenta con un apartado en su página web dedicado al colectivo y también realiza informes que hablan sobre "el ámbito laboral de los contratos en prácticas y el laberinto legal que enmarca el uso de prácticas laborales y no laborales, los cuales siguen abrumando a los y las jóvenes y suponen una situación inadmisible desde la perspectiva sindical"[56].

- *Guía Aprendices, Becarias, Becarios y trabajo precario*

En la tercera edición de la Guía Aprendices, Becarias, Becarios y trabajo precario de CCOO en 2019, esta agrupación sindical intenta frenar los abusos y fraudes que se llevan a cabo en las empresas. En ella, "se evidencia que en muchas ocasiones, este tipo de prácticas no cumplen su finalidad formativa, hay ausencia del tutor o tutora en el centro laboral y los beneficios son para la empresa que ofrece las prácticas, dejando de lado el interés de la persona formada"[57].

De este modo, Lola Santillana, secretaria confederal de Empleo y Cualificación Profesional, confirma que el poder de esta guía recae en el hecho que "aquellas personas que sufren este tipo de abusos o fraudes puedan darse cuenta y reconocer su situación en particular"

Además, también denuncian el cubrimiento de sitios de trabajo gratuitamente: "se están ganado sentencias de jóvenes en prácticas sin ningún tipo de garantía laboral

---

[55] Dyntra: La plataforma colaborativa de transparencia. *Organizaciones sindicales*. (s.f.) Recuperado de https://www.dyntra.org/indices/organizaciones-sindicales/

[56] Comisiones Obreras. (2019). *Guía Aprendices, Becarias, Becarios y trabajo precario.* 3ª ed. Recuperado de https://www.ccoo-servicios.es/html/41707.htm I

[57] *Idem*.

o remuneración y queremos que nuestros cuadros las conozcan y puedan denunciar las irregularidades y posibles fraudes ante la propia empresa o entidad en la que prestan sus servicios o, incluso, ante la Inspección de Trabajo" añade la responsable confederal.

- *La propuesta de CCOO para la reforma del Estatuto del Becario*

Por otra parte, otra acción que llevaron a cabo en mayo de 2022, con el fin de mejorar la situación presente de lxs becarixs, CCOO presentó en el marco de negociación cuanto al Estatuto del Becario una serie de propuestas, entre las cuales se encuentran las siguientes[58]:

- Establecer un marco de calidad para las prácticas académicas externas curriculares. Es necesario eliminar las prácticas académicas externas extracurriculares y las PNLs para jóvenes con titulación y sin experiencia –las que se desarrollan a través del SEPE-.

Esta propuesta persigue el fin de laboralizar este tipo de práctica, tanto si es para convertirse en un contrato formativo, como si es para convertirse en un contrato de carácter no formativo

- Garantizar el carácter formativo de las prácticas. Es esencial diferenciar aquellas prácticas mayoritariamente formativas (en las que prácticamente no se produce) y aquellas prácticas en las que sí se produce en un mayor porcentaje y que, por lo tanto, deben quedar fuera de este estatuto y realizarse con un contrato formativo vinculado al Estatuto de las y los Trabajadores.

[58] Comisiones Obreras. (2022). Estatuto del Becario: se abre la negociación en el marco del diálogo social. (17). Recuperado de https://www.uc3m.es/ccoo/media/ccoo/img/grande/original/doc_ccoo-informa-17---2022--estatuto-del-becario-se-abre-la--/

Por otra parte, también proponen limitar el número de estudiantes en prácticas con relación al número de trabajadores/as en plantilla de un centro de trabajo.

- Prohibición de realizar convenios de colaboración con las empresas en situación de ERTE o ERE

- Establecer una protección social adecuada, que pasaría por:
    - La acción protectora de la Seguridad Social de las personas comprenderá: desempleo, pensión, contingencias comunes, accidente laboral.
    - Incorporación en el Plan de Prevención de Riesgos Laborales.

- Velar para que se dé apoyo económico durante la realización de las mismas. La compensación no podrá ser inferior al 50% del IPREM (en 2022 el IPREM mensual asciende a 579,02 €).

- Impulsar mecanismos para posibilitar el desarrollo de las prácticas no laborales con la actividad laboral previa.

- Bonificaciones a la cotización de la Seguridad Social en aquellos casos en que, tras albergar estudiantes en período de prácticas, se produzca –al fin de la práctica- su contratación efectiva a través de un contrato indefinido, con la condición de que tenga una duración mínima efectiva de tres años. En su caso, no podrá existir período de prueba y las prácticas computarán para contabilizar la antigüedad en la empresa. La bonificación será del 50% de las cotizaciones a la Seguridad Social durante 6 meses, siendo sancionada la empresa con la devolución de la cuantía en el caso de no cumplir las condiciones anteriores.

- Fortalecer la Inspección de Trabajo y Seguridad Social en su tarea de identificación efectiva del fraude.

- Crear un observatorio del becario/a para estudiar y ofrecer un diagnóstico de la situación de las personas sujetas a prácticas en entidades colaboradoras.

- Garantizar el derecho de acceso a la información de la representación legal de los y las trabajadoras y su participación en los convenios de prácticas.

- Crear un sello de calidad para las empresas que desarrollen PNL en los estándares de calidad más altos.

- *Denuncias de problemáticas laborales*

CCOO se ha encargado varias veces de revelar diversas “trampas” en las que el colectivo de becarios y becarias se ven envueltos convirtiendo ese hecho en titular de diversos periódicos.

Un primer ejemplo es la denuncia de la figura “falso o falsa becaria”. “Estamos ante una verdadera fiebre de desregulación del empleo joven”, declara el sindicato.

El sindicato expone una reciente sentencia judicial que ratifica que el Ayuntamiento de Quintanatar de la Orden (Toledo) contrató 27 de estas figuras y apuntan a más de casi un centenar de casos en esta provincia en otros ayuntamientos como Villacañas o Madridejos[59].

- *Charlas en centros educativos*

Otra acción que Comisiones Obreras ha decidido llevar a cabo para que el colectivo de jóvenes sea consciente de la situación y poder abordar este estado polémico con las charlas en institutos y universidades juntamente con el movimiento estudiantil.

[59]*CCOO advierte de que la figura del 'falso becario' es una problemática laboral “frecuente”.* (24 de junio de 2022). elDiario.es Recuperado el 10 de diciembre de https://www.eldiario.es/castilla-la-mancha/social/ccoo-advierte-figura-falso-becario-problematica-laboral-frecuente_1_9116564.html

Algunas se han dado en Albacete o en la Feria de Asociaciones de Ciudad Real y tienen planeado seguir dotando al estudiantado de las herramientas necesarias para denunciar este problema y que “no exista ni un solo falso becario en la región”[60].

ii. Unión General de Trabajadores (UGT)

Este grupo sindical, de la misma forma que CCOO, también cuenta con un apartado dedicado al grupo de becarios y becarias en su página web. En este espacio web, podemos encontrar contenido destinado a su compromiso con ellos y ellas y las diferentes acciones que llevan a cabo para hacer frente a esta problemática.

- *RUGE - UGT*

RUGE (Revolución Ugetista), una organización que reúne a la juventud del sindicato ugetista, nace de la necesidad de hacer de UGT “una organización de jóvenes y para jóvenes, que le diga al sindicato qué piensa y qué quiere”[61].

Además, Pepe Álvarez, actual secretario general de la UGT, destaca que “esta organización tiene que tener vida, que sea la voz de los jóvenes, que acuda a los centros de trabajo donde la juventud sea más explotada, que les diga las cosas por su nombre y que sea capaz de generar un movimiento en el entorno del sindicato que nos sirva para que los jóvenes tengáis derechos y libertades desde el primer día que empezáis a trabajar".

Esta organización lucha contra la precariedad en todos los sentidos: desde los contratos en prácticas que parecen no tener fin, a los becarios y becarias y otros contratos que utilizan las empresas para tapar situaciones de fraude y explotación.

---

[60] *Idem*

[61] Declaración del Secretario General de UGT Pepe Álvarez en *Nace RUGE* (14 de junio de 2018). Unión General de Trabajadores. Recuperado el 10 de diciembre de https://www.ugt.es/nace-ruge

- El Estatuto de Prácticas no Laborales

Desde RUGE se persigue de forma tenaz la negociación de la creación del Estatuto de las Prácticas no Laborales como mecanismo para regular los derechos de los becarios y becarias e impedir el fraude generalizado entre el colectivo de jóvenes.

RUGE pone la mano encima de la mesa y denuncia que aunque las prácticas curriculares son necesarias para adquirir experiencia, se están usando para complementar los trabajos y no para la formación. Por otra parte, también manifiesta su malestar hacia las universidades, las cuales el portavoz de RUGE, Eduardo Magaldi, afirma que "es una auténtica vergüenza que las propias universidades estén justificando este tipo de prácticas, en lugar de denunciar el fraude que se esconde en ellas"[62].

De este modo, RUGE exige que se laboralicen estas prácticas mediante un contrato laboral y así poder incluir a estos trabajadores en la Seguridad Social para poder cotizar. También piden la retribución de las prácticas con un salario a determinar y un registro fiable de los y las becarias en España, ya que afirman haber más de los que realmente hay registrados.

Finalmente, también reclaman la inclusión de este colectivo con los mismos derechos que los trabajadores de la empresa, la participación de las organizaciones sindicales en el desarrollo y seguimiento de la formación especializada para el o la becaria y una actuación de la Inspección de Trabajo[63].

[62] UGT reclama un Estatuto de Prácticas no Laborales que garantice los derechos de los becarios. (17 de julio de 2019). Unión General de Trabajadores. Recuperado el 10 de diciembre de https://www.ugt.es/ugt-reclama-un-estatuto-de-practicas-no-laborales-que-garantice-los-derechos-de-los-becarios

[63] *Idem*

- “Guía sobre becas, contratos en prácticas y contratos para la formación”

Otra acción que debemos destacar desde RUGE es la creación de este tipo de informe. En “Guía sobre becas, contratos en prácticas y contratos para la formación”, podemos encontrar un intento desde el sindicato para apoyar al grupo de becarios y becarias en el desconocimiento acerca de sus derechos durante este período[64].

Además, también pone en conocimiento los principales problemas detectados en el desarrollo de las diferentes prácticas con el fin de ayudar a prevenirlos. De este modo, RUGE persigue el fraude y aclara que cualquier tipo de situación parecida que puedan estar viviendo estas personas pueden contar con su ayuda para hacerle frente[65].

iii. Sindicat d’Estudiants dels Països Catalans (SEPC)

En tercer lugar, un grupo sindical que no podemos dejar pasar por alto para entender de qué manera estas organizaciones intentan favorecer la figura de los y las becarias y aún más centrándonos en Catalunya es el SEPC.

El SEPC nace de la fusión entre las organizaciones estudiantiles Alternativa Estel y la Coordinadora d’Estudiants dels Països Catalans (CEPC) y quiere ser la herramienta para lxs estudiantes (dels Països Catalans) para reivindicar sus derechos como estudiantes, todo ello enmarcado desde una perspectiva socialista, feminista, independentista y ecologista[66].

---

[64]RUGE: Revolución Ugetista. (s.f.). *Guía sobre becas, contratos en prácticas y contratos para la formación.* Recuperado de https://www.ugt.es/sites/default/files/guia_becas_practicas_formacion_ruge_ugt.pdf
[65]*Idem*
[66] Sindicat dels Països Catalans SEPC. (s.f.) *Qui som*. Recuperado el 10 de diciembre de https://www.sepc.cat/qui-som-2/

Sus intentos por conseguir unos mejores derechos para los y las estudiantes coinciden con la propuesta que planteamos desde el presente trabajo. De este modo, desde el SEPC se concibe la universidad como un organismo que garantiza la igualdad de oportunidades para todos y todas, luchando contra la mercantilización de la universidad.

- *Reivindicaciones sociales*

Como método para conseguir un mejor panorama en el ámbito de las prácticas universitarias, desde el SEPC se ha optado por las huelgas.

Así, se han realizado numerosas manifestaciones en universidades como la Universitat Autònoma de Barcelona, contando incluso con el apoyo del Comitè d'Empresa del Personal Docent Investigador (laboral) y de l'Assemblea contra la Precarietat[67].

- Assemblea contra la Precarietat de la UAB

Aunque la Assemblea contra la Precarietat se encuentra inactiva desde finales del 2010, se considera importante recordar este organismo, ya que nace con el mismo pretexto e inquietudes que el presente trabajo.

Este organismo forma parte de la Universitat Autònoma de Barcelona y tiene como objetivo visibilizar, denunciar y llevar a cabo acciones para mejorar las condiciones laborales de los y las que trabajan bajo unas condiciones de precariedad en la Universidad. En ella, participan colectivos, sindicatos y personas con título individual que buscan mejorar las condiciones de los trabajadores y trabajadoras de la UAB[68].

[67] Concentració de Becaris de col·laboració de la UAB a la porta Rectorat. (24 de enero de 2008). *Llibertat.cat.* Recuperado de https://www.llibertat.cat/2008/01/concentracio-de-becaris-de-col-laboracio-de-la-uab-a-la-porta-rectorat-3225

[68] Becari(e)s Suport Recerca. (2007). *Assemblea contra la precarietat de la UAB.* Recuperado de https://uabprecarietat.wordpress.com/capitol-vi/

g. Problemática actual en torno a los becarios y las becarias

A día de hoy, la situación de los becarios y becarias es y sigue siendo muy precaria. Son muchos datos los que corroboran este panorama y evidencian la vulnerabilidad de estas personas ante el período de prácticas.

En un estudio llevado a cabo por la UGT, aseguran que en un año normal hay unas 866.000 personas en fraude, cuya labor se podría traducir en casi 300.000 puestos de trabajo. Según el sindicato, esto mismo supone un ahorro de 4.250 millones de euros en sueldos y 1.600 millones más en cotizaciones a la Seguridad Social. “Cada vez son más las empresas que usan a becarios para suplir puestos de trabajo”, denunció el portavoz de RUGE Eduardo Magaldi.[69]

En 2018, la misma UGT calculó que en España hubo 866.079 estudiantes en prácticas. 759.692 (87,7%) de ellos, ninguno o ninguna recibió remuneración económica, mientras que lxs 106.387 restantes que sí recibieron, el rango osciló entre los 300 y 500 euros mensuales por trabajos que van de las seis horas hasta la jornada completa.[70]

Y es que “hay centenares de situaciones de becarios que en realidad están ocupando puestos de trabajo estructurales. Es una de las lacras de la precariedad que asola a la juventud”, dijo la ministra de Trabajo en una entrevista en Televisión Española.[71]

Sobre las prácticas no laborales, el mismo Eduardo Magaldi sostiene que “las que están incluidas dentro de un plan de estudios son necesarias y útiles, lo que hay que

---

[69] Ávila, R., Llamas, L. & López J. (12 de agosto de 2021). Datos de la precariedad en los jóvenes: 2 de 10 han recibido parte de su sueldo en B y hay 800.000 becarios en fraude. *La Sexta Noticias*. Recuperado el 12 de diciembre de https://www.lasexta.com/noticias/sociedad/datos-precariedad-jovenes-2-10-diez-han-recibido-parte-sueldo-hay-800000-becarios-fraude_202108126115905a51f3ab0001655688.html

[70] *Idem*.

[71] Rodriguez, P. (22 de abril de 2022). Los "falsos becarios" no sólo son un fraude para el trabajador. También para las arcas del Estado. *Xataka*. Recuperado el 12 de diciembre de https://www.xataka.com/empresas-y-economia/falsos-becarios-no-solo-fraude-para-trabajador-tambien-para-arcas-estado

hacer es regularlas para dotarlas de un mayor número de garantías, entre ellas una remuneración".[72]

"Las prácticas no se pueden convertir en una fuente de mano de obra gratuita para las empresas, que también hacen un gran negocio aprovechándose de esta situación", y "muchas veces con más horas de las que nos corresponden", añade Coral Latorre, secretaria general del Sindicato de Estudiantes.[73]

Como se ha podido comprobar a través de los siguientes datos, los becarios y becarias se enfrentan a una gran problemática que les afecta a nivel, no sólo económico, sino que también personal y legal. Hay evidencias que demuestran una falta de remuneración justa y un acoso laboral.

El abuso y el fraude por parte de las empresas hacia los y las estudiantes en prácticas está omnipresente. En relación con este aspecto, existe un concepto que hace referencia a todas aquellas personas que, en lugar de realizar un trabajo formativo en su período de prácticas, están haciendo un trabajo a nivel de empleado de la empresa: "falsos/as becarios/as".[74]

Según datos del Ministerio de Trabajo, desde 2018 hasta marzo de 2022, la Inspección de Trabajo y Seguridad Social (ITSS) detectó la existencia de 4.805 puestos de trabajo ocupados por falsos y falsas becarias. Como consecuencia de esto, la ministra de Trabajo y Economía Social, Yolanda Díaz, denunció lo siguiente: "estar en formación o en prácticas no quiere decir que podamos estar privados de derechos".[75]

---

[72] Agencia Efe. (23 de abril de 2022). Trabajar sin cobrar: la precaria situación de los becarios españoles. Recuperado el 12 de diciembre de https://www.ultimahora.es/noticias/nacional/2022/04/23/1725229/trabajar-cobrar-precaria-situacion-becarios-espanoles.html

[73] *Idem*

[74] Falsos becarios, la rueda interminable de abuso laboral que asola a los jóvenes en España. (28 de septiembre de 2020). *Compromiso empresarial*. Recuperado el 12 de diciembre de https://www.ceriosrosas.es/falsos-becarios-la-rueda-interminable-de-abuso-laboral-que-asola-a-los-jovenes-en-espana/

[75] Pascual, M. (26 de abril de 2022). *España registra casi 5.00 falsos becarios en cuatro años en plena negociación del estatuto del becario.* Newtral. Recuperado el 12 de diciembre de https://www.newtral.es/falsos-becarios-inspeccion-de-trabajo/20220426/

También vemos que, por lo tanto, gran parte de la problemática que gira en torno a los y las becarias es debido a una falta de regulación a nivel legal de las condiciones y derechos que les pertenecen.

“Es difícil negar que la falta de regulación actual no es más que una receta perfecta para la cronificación de la precariedad”, expone el diario 20 Minutos.[76]

h. Campañas y acciones anteriores a favor de los becarios y becarias

En el contexto de estas personas existe un gran temor por parte del estudiantado, el cual no quiere denunciar ciertas desigualdades que vive por temor a no ser escuchado o a sufrir las consecuencias de hacerlo visible, puesto que son plenamente conscientes que están en una situación de desigualdad y que, en cualquier caso, tienen todas las de perder[77].

i. LinkedIn

De este modo, los mensajes que se lanzan a favor de la figura de los y las becarias, denunciando esta situación, se producen en ámbitos reducidos. Un sitio donde se exponen este tipo de injusticias de forma común debido a la naturaleza de la propia red social es LinkedIn.

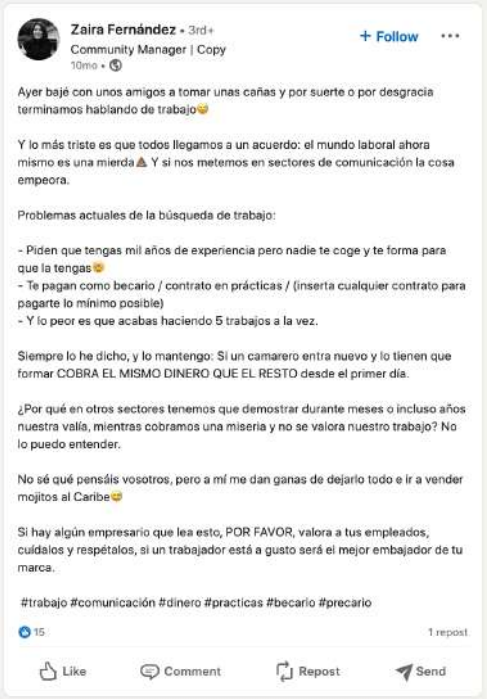
Allí, las cuentas de los y las propias becarias relatan sus experiencias o las malas condiciones que han tenido que aguantar y, de este modo, poder aceptar ese puesto.

---

[76] Fernández Guerra, M. (7 de diciembre de 2022). *Becarios precarios*. 20minutos. Recuperado el 12 de diciembre de 2022 de https://www.20minutos.es/noticia/5082613/0/miguel-fernandez-guerra-becarios-precarios/

[77] De La Fuente, A., García, A. & García-Morato, J. (8 de julio de 2021). Los eternos becarios: "Nos usan para trabajar porque saben que tragaremos con tal de conseguir un contrato". *El Público*. (Documento en línea). Recuperado el 13 de marzo de 2023 de https://www.publico.es/actualidad/eternos-becarios-tragaremos-contrato.html

Imagen 1. Testimonio de Zaira Fernández difundido en LinkedIn



Zaira Fernández • 3rd+
Community Manager | Copy
10mo •

+ Follow

Ayer bajé con unos amigos a tomar unas cañas y por suerte o por desgracia terminamos hablando de trabajo

Y lo más triste es que todos llegamos a un acuerdo: el mundo laboral ahora mismo es una mierda Y si nos metemos en sectores de comunicación la cosa empeora.

Problemas actuales de la búsqueda de trabajo:

- Piden que tengas mil años de experiencia pero nadie te coge y te forma para que la tengas
- Te pagan como becario / contrato en prácticas / (inserta cualquier contrato para pagarte lo mínimo posible)
- Y lo peor es que acabas haciendo 5 trabajos a la vez.

Siempre lo he dicho, y lo mantengo: Si un camarero entra nuevo y lo tienen que formar COBRA EL MISMO DINERO QUE EL RESTO desde el primer día.

¿Por qué en otros sectores tenemos que demostrar durante meses o incluso años nuestra valía, mientras cobramos una miseria y no se valora nuestro trabajo? No lo puedo entender.

No sé qué pensáis vosotros, pero a mí me dan ganas de dejarlo todo e ir a vender mojitos al Caribe

Si hay algún empresario que lea esto, POR FAVOR, valora a tus empleados, cuídalos y respétalos, si un trabajador está a gusto será el mejor embajador de tu marca.

#trabajo #comunicación #dinero #practicas #becario #precario

15 1 repost

Like Comment Repost Send

Fuente: Fernández, Z. (2022). [Post de LinkedIn]. LinkedIn. Recuperado de https://www.linkedin.com/posts/zaira-fern%C3%A1ndez-a1b9b4129_la-renuncia-silenciosa-o-c%C3%B3mo-una-generaci%C3%B3n-activity-6971758742224691200-bXzn?utm_source=share&utm_medium=member_desktop

ii. Instagram

Por otra parte, en Instagram también hemos podido ver algún tipo de queja ante este panorama, aunque son mucho menos comunes. Así, en perfiles que tratan temas de actualidad y que son seguidos mayoritariamente por jóvenes como @esdecirlo.

Imagen 2. Testimonio difundido por @es.decirdiario

Fuente: Esdecir [@es.decirdiario]. (13 de enero de 2022). Lo escribí hace exactamente un año, y me reitero [...]. [Fotografia]. Instagram. Recuperado de https://www.instagram.com/p/CZchTilKVkA/?utm_source=ig_web_copy_link

- *Becariedad laboral de Sincierre*

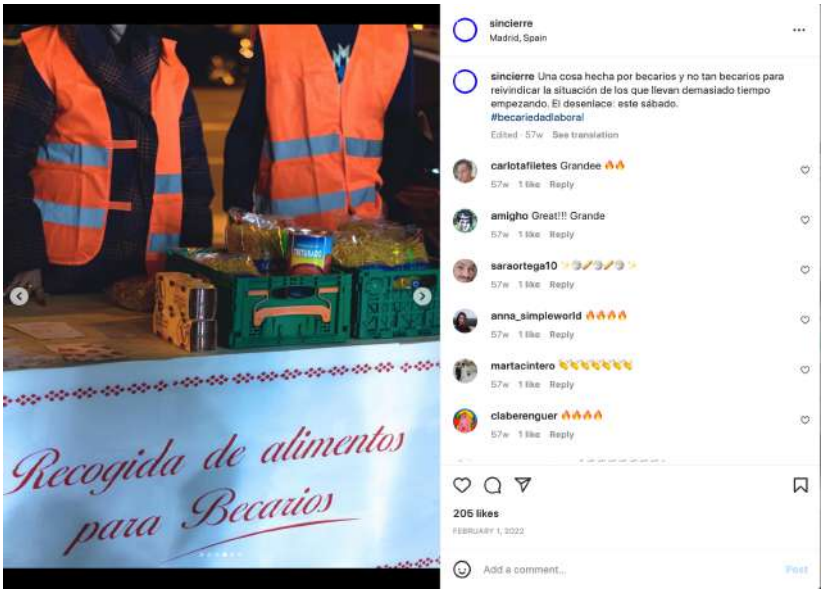
Un hecho que debemos destacar es el movimiento que se ha iniciado desde @sincierre llamado “Becariedad laboral”. Este movimiento también busca denunciar las malas condiciones por las cuales pasan estas personas.

La campaña gira alrededor de un concepto: la falta de comida que estas personas sufren debido a los pocos ingresos que reciben. “Becariedad laboral” está compuesta por diferentes acciones tanto en redes como OOH que hacen referencia a la poca retribución que entra por parte del cargo de becario o becaria. De este modo, reivindican que este dinero no les es suficiente para vivir, así que deben recurrir a otras fuentes externas que son las que terminan formando la campaña en sí.

Así, “exagerando” esta situación, consiguen hacer consciente a la sociedad de la problemática que existe en nuestro país.

En primer lugar, encontramos una recogida de alimentos donde las personas pueden ofrecerles comida para ayudarles a subsistir, logrando hacer ruido en la calle y logrando interactuar con las personas que han empatizado con su figura.

Imagen 3. “Recogida de alimentos para Becarios” de @sincierre



Fuente: Sincierre [@sincierre]. (1 de febrero de 2022). Una cosa hecha por becarios y no tan becarios para reivindicar la situación de los que llevan demasiado tiempo empezando. El desenlace: este sábado. #becariedadlaboral [Fotografia]. Instagram. https://www.instagram.com/p/CZchTilKVkA/?utm_source=ig_web_copy_link

En segundo lugar, se ha llevado a cabo una acción de *wildposting* en las diferentes calles de Madrid. Esta técnica consiste en “la colocación de carteles en grandes paredes con una o diferentes creatividades, haciendo una composición con un mensaje global”[78]. Así, se anunciaba un evento a la vez que daba a conocer la problemática sobre la cual trata la campaña.

Mediante un cartel donde aparecían unos macarrones se avisaba la celebración del evento “Comedor social para becarios” y animaba a las personas a acudir mediante el mensaje “Pásate y ayuda a combatir la #becariedad”. Por otra parte, a través de

[78] Wildposting. (s.f.). *Urban style publicity*. (Documento en línea). Recuperado el 19 de febrero de 2023 de https://urbanstylepublicity.com/wild-posting/

un cartel que simulaba un ticket de compra, se informaba de aspectos más técnicos como la fecha, la hora o el lugar.

Imagen 4. Acción de *wildposting* de Sincierre

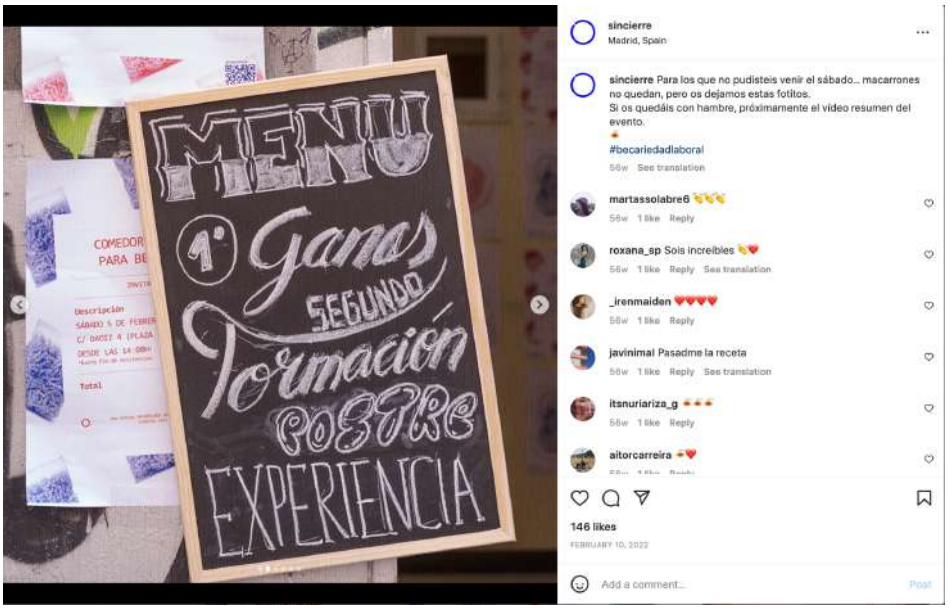
Fuente: Sincierre [@sincierre]. (2 de febrero de 2022).
Ya estamos preparando los tuppers #batchcooking #becariedadlaboral [Fotografia]. Instagram.
https://www.instagram.com/p/CZfGOvWKIC6/?utm_source=ig_web_copy_link

Imagen 5. Cartel anunciando “Comedor social para becarios” de Sincierre

Fuente: Sincierre [@sincierre]. (3 de febrero de 2022).
Lo sentimos por montarlo en día de trabajo #sevienecomidita #becariedadlaboral [Fotografia]. Instagram.
https://www.instagram.com/p/CZg9fl3qVj2/?utm_source=ig_web_copy_link

Finalmente, la celebración del acto “Comedor social para becarios”, un evento donde las personas podían ver diferentes mensajes que denunciaban las malas condiciones con un toque irónico y satírico, a la vez que se ofrecía a los y las participantes comida como macarrones con tomate, una comida muy típica de la gente joven (al ser barata y fácil de preparar).

Imagen 6. Mensajes del evento “Comedor social para los becarios”



Fuente: Sincierre [@sincierre]. (10 de febrero de 2022).
Para los que no pudisteis venir el sábado… macarrones no quedan, pero os dejamos estas fotitos. Si os quedáis con hambre, próximamente el vídeo resumen del evento.
🍝 #becariedadlaboral [Fotografia]. Instagram.
https://www.instagram.com/p/CZzRF1JKWjW/?utm_source=ig_web_copy_link

i. Análisis de la Generación Z: la actual protagonista de esta problemática

Los y las integrantes de la denominada Generación Z, la de aquellas personas nacidas entre 1994 y 2009, comienzan ahora a salir de las aulas para incorporarse al mundo laboral y a reclamar su sitio en el mundo. De esta forma, en el presente trabajo queremos centrarnos en el análisis de la Generación Z, ya que es el perfil demográfico que actualmente, debido a su edad, se encuentra en períodos de prácticas. Al ser el único grupo que se ve afectado por las condiciones de los contratos de prácticas, hemos decidido centrarnos únicamente en su análisis.

i. ¿Quién es la Generación Z?

A pesar de las dificultades para establecer líneas o fronteras claras que nos permitan diferenciar comportamientos o hábitos que, en función de la edad, constituyan realmente una generación, es inevitable intentar llevar a cabo una mínima segmentación. Para situar esta generación de forma temporal, no existe un pleno consenso entre autores/as e informes.

Por un lado, según el informe "Generación Z: el último salto generacional" elaborado por la empresa de comunicación y posicionamiento estratégico Atrevia en colaboración con la Deusto Business School, la Generación Z es un grupo demográfico que agrupa a las personas nacidas con la World Wide Web ya totalmente desarrollada y presente en la gran mayoría de los hogares[79].

Por otra parte, según "Nuevas generaciones y empleo. Características psico-sociales de las generaciones Z y su inserción en las estructuras organizacionales asociadas al empleo", otros especialistas explican que la Generación Z debe considerarse a partir del cambio de milenio (Bennet et al., 2012).

[79] Generación Z. El último salto generacional. (s.f.) *Atrevia*. Recuperado el 18 de diciembre de http://ethic.es/wp-content/uploads/2016/04/ResumenEjecutivo_GeneracionZ_140315-2.pdf

Sea como fuese, lo cierto es que en general suele admitirse que frente a la existencia de la Generación Y (o Millennials), es posible advertir la conformación de otro agrupamiento generacional “nuevo”, en virtud de las transformaciones socio-históricas que operan como contexto.

Tal y como podemos apreciar en la siguiente tabla, el contexto en el que se ha desarrollado cada generación ha sido completamente distinto y su adaptación a los nuevos medios digitales, en consecuencia, también.

Tabla 6. Diferencias destacadas entre Generación Z, Millennials y Generación X.

	Generación Z (2013)	Millennials (2000)	Generación X (1992)
Dispositivos populares	Smatphone, tableta, whatsApp	Telefonía 2G. PC portátil. SMS	Walkman, PC sobremesa, Game Boy
Desarrollo de Internet	672 millones de páginas Web	17 millones de páginas Web	10 páginas Web
Tasa de paro juvenil	55,1%	26%	34,4%
Política	Falta de legitimación de los grandes partidos Partidos emergentes	Estabilidad Bipartidismo	Estabilidad Bipartidismo
Población extranjera	5.023.487	923.879	393.100

Fuente: Generación Z. El último salto generacional. (s.f.) *Atrevia*. Recuperado el 18 de diciembre de http://ethic.es/wp-content/uploads/2016/04/ResumenEjecutivo_GeneracionZ_140315-2.pdf

ii. Características psico-sociales de la Generación Z

Un aspecto clave que debemos considerar a la hora de ubicar las motivaciones y frustraciones de las personas que se encuentran en período de prácticas son sus capacidades en el ámbito laboral. De este modo, en este punto nos centraremos en las características principales de esta población a la hora de desarrollar la práctica profesional.

En primer lugar, un hecho que cabe destacar es que a diferencia de las generaciones previas, la Generación Z es la única que puede considerarse

plenamente “global”, en tanto que sus miembros han nacido en el contexto consolidado de la globalización Tulgan (2013)[80].

Otro aspecto que define muy bien a esta generación es su capacidad de “multitaskers”, en tanto que son capaces de realizar múltiples tareas al mismo tiempo, y en general, con el mismo grado de atención y dedicación[81]. Autores como Addor opinan que, por ello, la generación Z resulta más productiva, en términos de capacidad de trabajo, que las generaciones previas[82].

Un estudio realizado por la consultora Adecco (2015) explica que las personas de esta generación suelen asumir una visión del trabajo asociada con el emprendimiento, la cual podemos ver directamente relacionada con un rechazo a las formas tradicionales del trabajo fuertemente regulado (en términos de horarios, condiciones, asignaciones de tareas)[83].

Relacionado con esta característica, también debemos mencionar la preocupación por parte de la juventud de no encontrar un empleo acorde a su personalidad, no tener oportunidades de crecimiento profesional y no alcanzar las metas que se marquen a lo largo de su carrera[84]. Así, estas personas seguramente estén dispuestas a soportar malas condiciones laborales con el fin de llegar a su objetivo planteado.

Con el buen manejo de las herramientas de comunicación, suelen tener afán por investigar todo e informarse bien, así que esperan tener contrastada todo tipo de información que pueda acercarse a ellos. La tecnología se encuentra integrada en

---

[80] Tulgan, B. (2013). Meet Generation Z: The second generation within the giant “Millennial” cohort. *RainmakerThinking*. Recuperado el 18 de diciembre de http://rainmakerthinking.com/assets/uploads/2013/10/Gen-Z-hitepaper.pdf

[81] Maioli, E. & Filipuzzi, M. (2016). Nuevas generaciones y empleo. Características psico-sociales de las generaciones Z y su inserción en las estructuras organizacionales asociadas al empleo.

[82] Addor, M. L. (2011). Generation Z: What is the Future of Stakeholder Engagement? Institute for EMERGING ISSUES, pp. 1- 7. Recuperado de https://iei.ncsu.edu/wpcontent/uploads/2013/01/GenZStakeholders2.pdf

[83] ADDECO (2015). *Generation Z vs. Millennials*. Recuperado el 18 de diciembre de http://pages.adeccousa.com/rs/107-IXF 39/images/generation-z-vs-millennials.pdf

[84] http://ethic.es/wp-content/uploads/2016/04/ResumenEjecutivo_GeneracionZ_140315-2.pdf

sus vidas. Se estima que un 75% de estos y estas jóvenes cuenta con perfil en una red social, y que el 80% mantiene su celular cerca mientras duerme[85].

Finalmente, la característica que más podemos ver relacionada con el planteamiento de la plataforma que queremos llevar a cabo es la colectividad que nace en las sinergias que se producen.

Es una generación que acostumbra a colaborar en grupo para resolver problemas, aunque no necesariamente bajo las formas tradicionales. El uso de las nuevas tecnologías permiten la creación de grupos en la red, y generalmente son los más destacados entre las y los miembros de esta generación. Así, pueden fácilmente combinar la iniciativa individual con la acción comunitaria a través de sus múltiples redes sociales y la facilidad con la que se comunican.[86]

iii. Análisis sobre el consumo de medios de la Generación Z

La Generación Z, como ya se ha evidenciado, tiene un estilo de vida totalmente diferente a las demás. Se trata de una generación hiperdigitalizada e hiperconectada, hasta tal punto de poder llegar a sufrir nomofobia, un miedo irracional a estar sin teléfono móvil.[87]

Es por este motivo que las marcas, ante esta situación, aprovechan para buscar alternativas dentro de los medios digitales para seguir captando la atención de los y las conocidas nativas digitales.[88]

---

[85] Maioli, E. et al (2014) *Op cit.*
[86] *Idem*
[87] Peña, C. (s.f.) ¿Cómo saber si sufro nomofobia?. *RTVE*. Recuperado el 22 de diciembre de http://www.rtve.es/las-claves/nomofobia-movil-adiccion-consejos-2020-02-18/
[88] Generación Z y consumo de medios: "OK, boomer". (17 de febrero de 2021). *Comma*. Recuperado el 22 de diciembre de https://agenciacomma.com/la-agencia/generacion-z-y-consumo-de-medios/

Si hacemos referencia al consumo de medios por parte de esta generación, una de las principales diferencias entre millennials y generaciones posteriores con sus predecesoras, es su relación con la información, concretamente con la TV[89].

Según Bank of America, menos de un 25% de centennials, jóvenes que pertenecen a la Generación Z, ve la televisión de manera regular (mensualmente) mientras que más de un 75% de *baby boomers* lo hace.[90] De hecho, son más propensos/as que sus madres y padres a pagar por contenido online y otras ofertas de *streaming* (Netflix, Amazon Prime, Filmin, etc.) igual que con plataformas de música (Spotify)[91].

Por lo tanto, podemos apreciar que hacen un mayor uso de plataformas en streaming que de los medios tradicionales[92] y, en términos de porcentajes, este aspecto lo podemos ver reflejado en el total del tiempo que acceden a contenidos audiovisuales. El 59% del tiempo invertido se realiza en páginas web de streaming, mientras que solo el 29% corresponde a la TV convencional[93].

La compañía de tecnología y data observacional Smartme Analytics, llevó a cabo un análisis sobre el uso que la Gen Z le daba a las principales redes sociales y de su estudio de Observación de Social Media, extrajo que el 95,5% de jóvenes de entre 18 y 24 años utiliza Instagram.

En segundo lugar, vendían Youtube y Twitter con un 94% y un 81% correspondientes de cuota de usuarios. Sin embargo, cabe decir que la plataforma de Twitch ha crecido un 77% más entre esta generación.

Dejando de lado las redes sociales, algunas plataformas o aplicaciones de *retail* y de moda como Aliexpress, Shein o Wallapop, se llevan también más de un 50% de

---

[89]Cerezo, P. (s.f.). La Generación Z y la información. *Injuve*. Recuperado el 22 de diciembre de 2022 de https://www.injuve.es/sites/default/files/2017/28/publicaciones/documentos_7._la_generacion_z_y_la_informacion.pdf

[90] Generación Z y consumo de medios: “OK, boomer”. (17 de febrero de 2021). *Op cit*.

[91] *Idem*

[92] Generation Z Media Consumption Habits. (s.f.) *Trifecta Research*. Recuperado el 10 de enero de https://trifectaresearch.com/wp-content/uploads/2015/09/Generation-Z-Sample-Trifecta-Research-Deliverable.pdf

[93] Generación Z y consumo de medios: “OK, boomer”. (17 de febrero de 2021). *Op cit*.

cuota de usuarios y usuarias cada una, por lo que son medios muy consumidos y bastante concurridos por los y las centennials. Finalmente, volviendo a las plataformas de *streaming* y de música, Netflix se lleva una cuota de 45,5% y Spotify una del 66%[94].

3. TRABAJO DE CAMPO: ENCUESTA

Con el fin de respaldar la revisión del marco teórico anterior y contar con datos más cercanos que apoyen o rectifiquen esta visión, hemos optado por la realización de una investigación.

Con el fin de conseguir una visión más amplia de las opiniones y vivencias del colectivo respecto a las prácticas, hemos apostado por el uso de la encuesta como herramienta. Esta técnica cuantitativa nos permitirá obtener un gran número de respuestas y encaminar el proyecto.

Teniendo en cuenta que el objetivo de la encuesta es ampliar la información obtenida, buscamos un número suficientemente grande de respuestas para poder contrastarlo correctamente. En este caso, hemos considerado un mínimo de 80 aproximadamente.

Para poder responder la encuesta, hemos puesto como requisito realizar o haber realizado recientemente las prácticas curriculares. De esta manera, conseguimos obtener la información solo del público que nos interesa.

En cuanto a la realización de esta, cuenta con un total de 21 preguntas, las cuales siguen la estructura del embudo. Es decir, el orden de la encuesta va de preguntas más genéricas como, por ejemplo, el ámbito de formación, a preguntas más

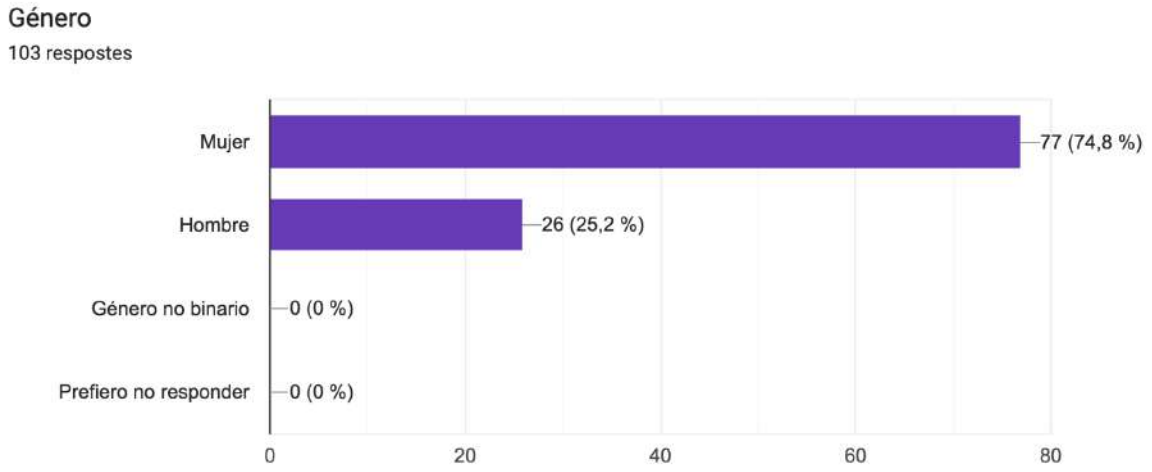
[94] Así consumen la Generación Z, los 'millennials' y la Generación X las redes sociales (y hay sorpresas). (24 de noviembre de 2022). *MarketingNews*. Recuperado el 10 de enero de 2023 de https://www.marketingnews.es/investigacion/noticia/1170145031605/asi-consumen-generacion-z-millennials-y-generacion-x-redes-sociales-y-hay-sorpresas.1.html

concretas como las expectativas de incorporación de forma laboral en la empresa en la que se encuentran.

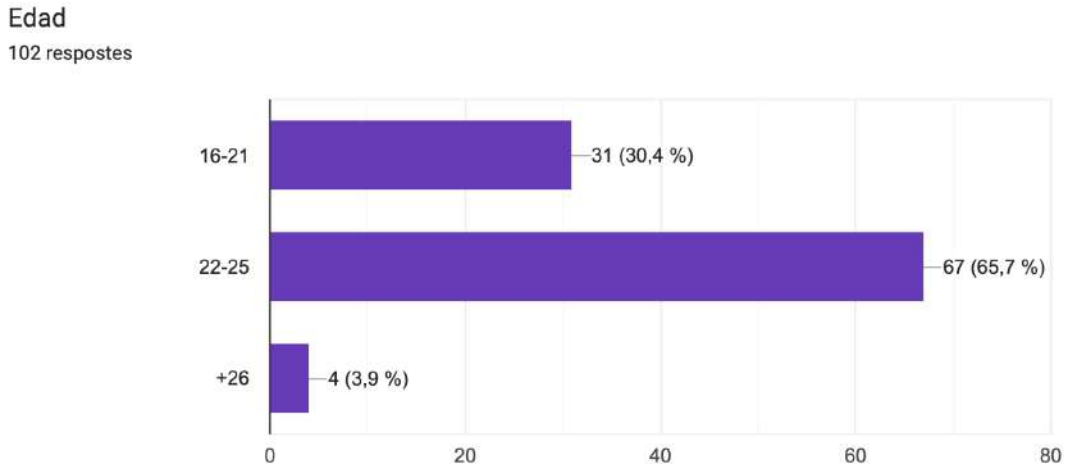
a. Resultados

Finalmente, hemos conseguido un total de 103 respuestas.

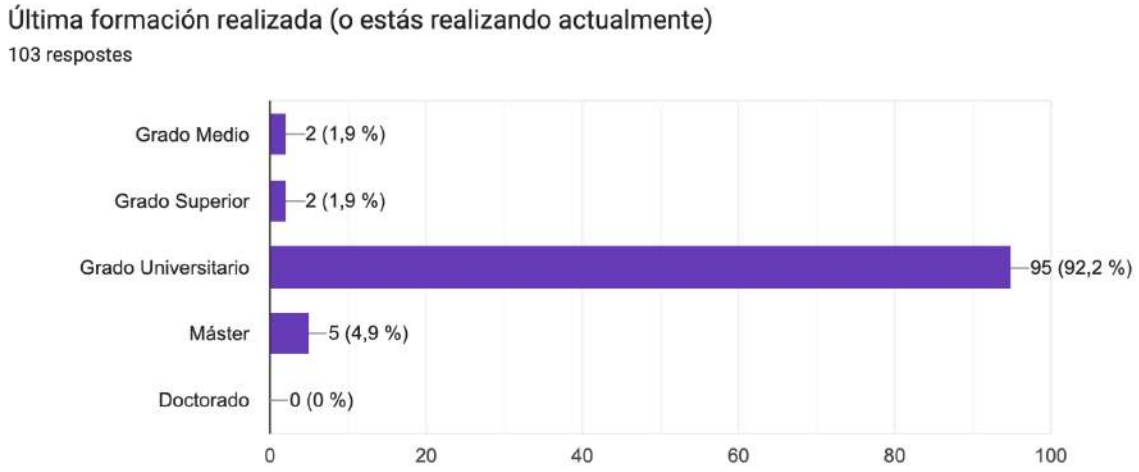
De ellas, 77 han sido mujeres y 26 hombres. Aunque a simple vista pueda parecer un contraste muy descompensado, esto se debe a que las principales personas a las cuales ha ido destinada la encuesta, han sido el alumnado de nuestra clase y nuestro círculo cercano, el cual está compuesto mayoritariamente por mujeres.



Por lo que respecta a la edad, la gran mayoría de las respuestas pertenecen a personas que se encuentran entre los 22 y los 25 años (65,7%), con una diferencia significativa respecto aquellas que tienen entre 16 y 21 años (30,4%) y, finalmente, un 3,9% mayor de 26 años.

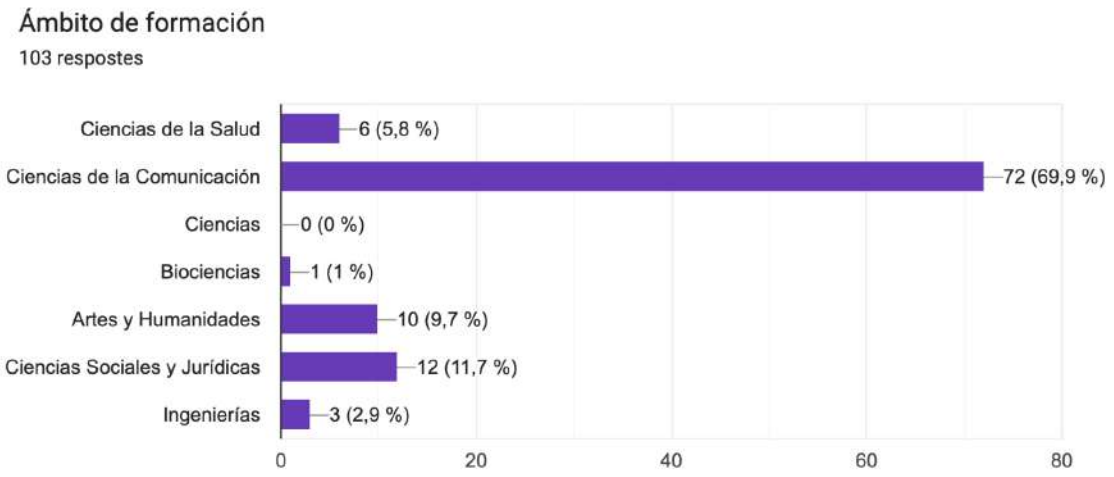


En lo que sí que encontramos una mayoría aplastante es en el tipo de formación recibida. Podemos ver que casi la totalidad de la muestra ha recibido formación de Grado universitario (92,2%), respecto un 4,9% que ha cursado un máster y un 1,9% que ha cursado tanto Grado Medio como Grado Superior.



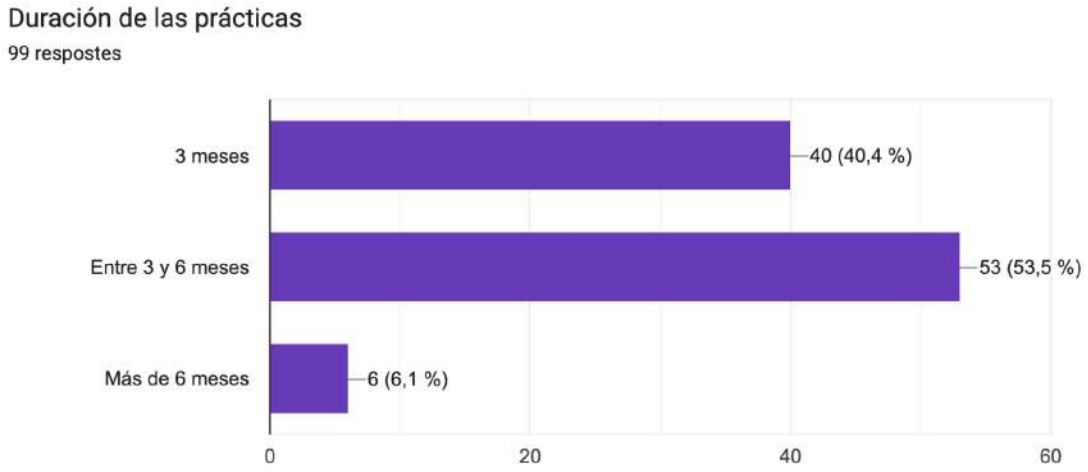
Otra consecuencia de haber mandado la encuesta a nuestro círculo cercano ha sido el ámbito de formación. En los resultados, podemos apreciar un predominio de una muestra que ha cursado estudios de Ciencias de la Comunicación, entre las cuales encontramos Publicidad y Relaciones Públicas, Periodismo o Comunicación

Audiovisual (69,9%). A pesar de ello, también vemos un pequeño porcentaje de Ciencias Sociales y Jurídicas (11,7%), seguido de un 9,7% que se dedican a las Artes y Humanidades, un 5,8% a las Ciencias de la Salud, 2,9% a las Ingenierías y finalmente un 1% a las Biociencias.

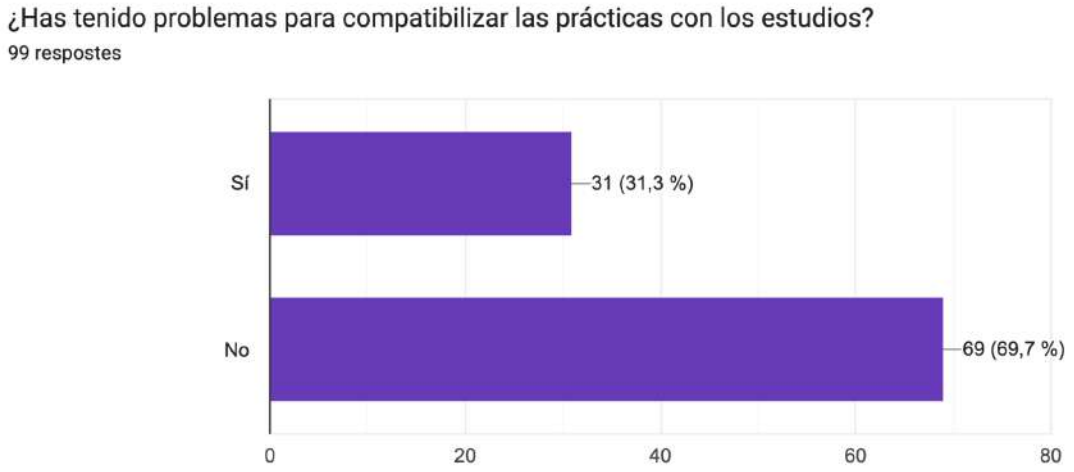


Aunque esto puede parecer un inconveniente, ya que desconocemos experiencias de otras ramas, nos ha servido para poder retratar de forma muy fidedigna la situación que viven las personas que se dedican a este ámbito, concentrando los datos en este sector.

Entrando ya en materia, respecto a la duración de las prácticas, hay diversidad de casos. Por un lado, podemos apreciar que una mayoría ha realizado prácticas entre 3 y 6 meses (53,3%), seguida de un 40,4% al cual le han durado 3 meses y finalmente un 6,1% que las ha realizado durante más de 6 meses. Este último dato nos ha llamado especialmente la atención, ya que en la mayoría de casos los centros fijan menos horas, como es el de la Universidad Autónoma de Barcelona, en el cual el centro fija 300 horas.

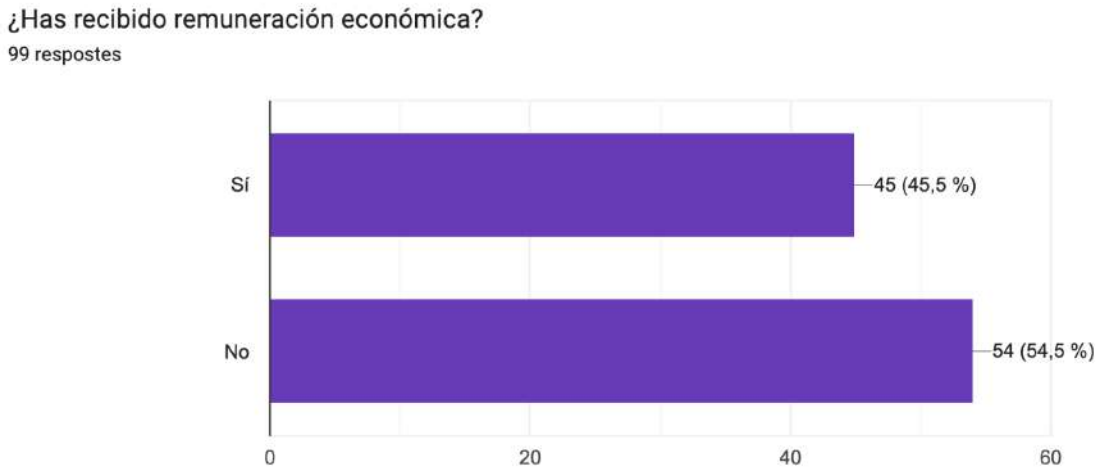


Llegados a este punto, encontramos otro dato que resulta muy relevante en esta investigación. Este, hace referencia a la compatibilidad entre las prácticas curriculares y los estudios cursados. Aquí, el 31,3% asegura haber tenido problemas para compaginar las prácticas con los estudios realizados, hecho que demuestra las pocas facilidades que ponen tanto el centro educativo como las propias empresas para la óptima realización de la formación.

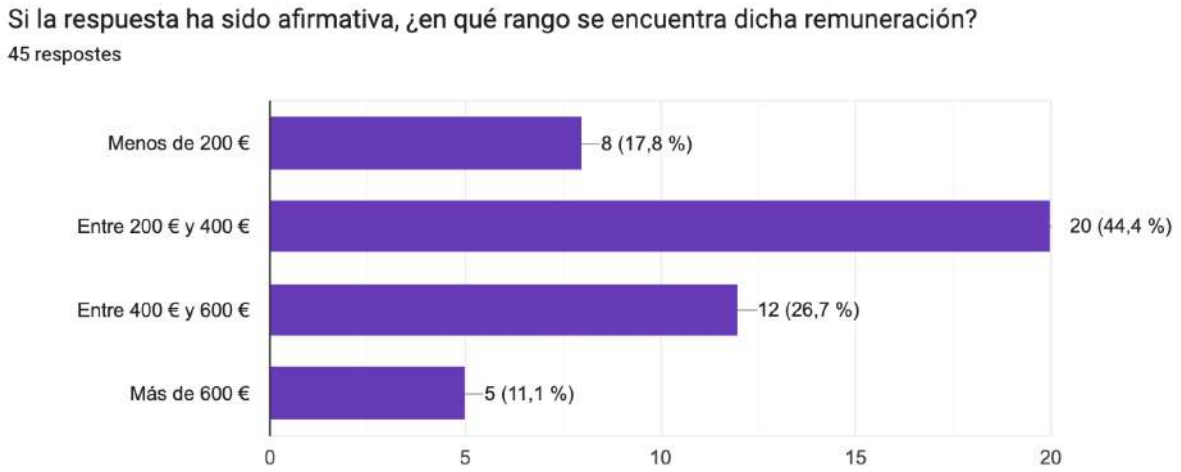


Respecto a la retribución económica de las prácticas, hemos dado con un dato que se opone a los estudios comentados en el marco teórico. Aunque los datos de la UGT afirman que en 2018, en España hubo 866.079 estudiantes en prácticas, de los cuales 759.692 (87,7%) no recibieron remuneración económica, en nuestro caso hay

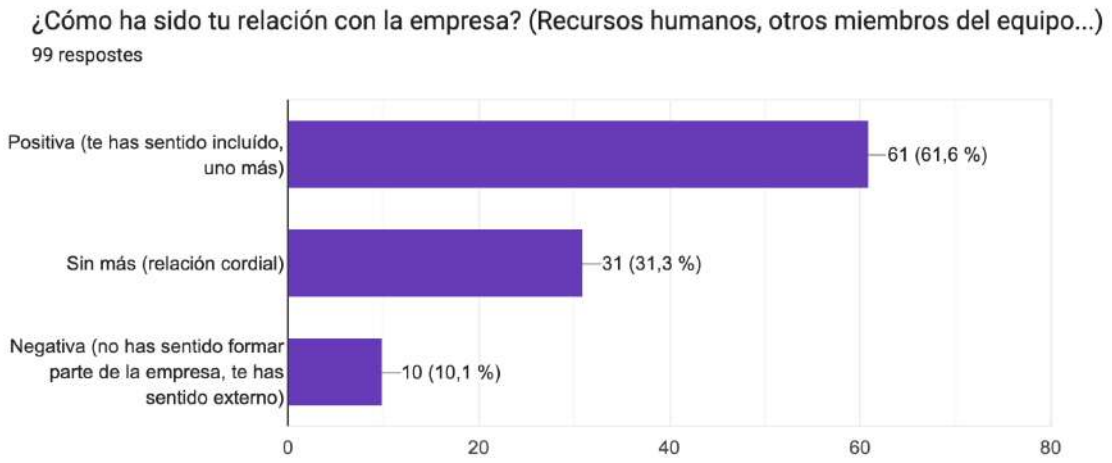
más paridad de experiencias. El 45,5% asegura haber recibido retribución económica, frente un 54,4% que no.



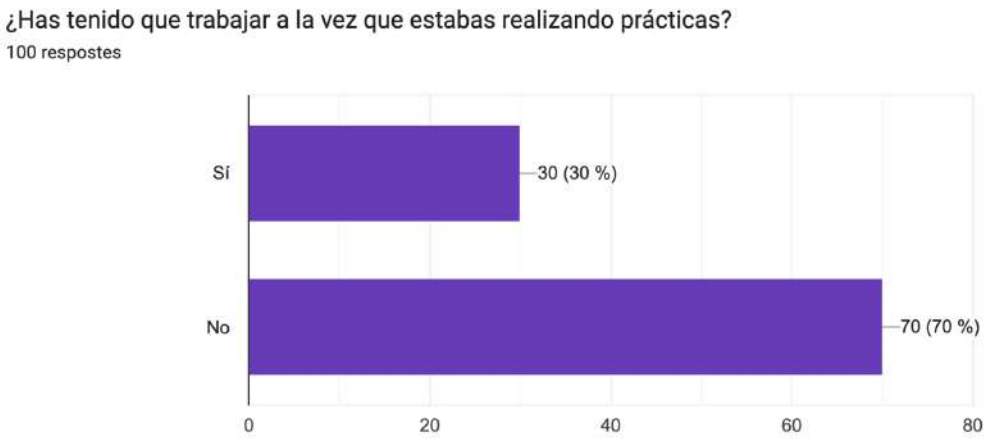
De estas 45 personas que sí recibieron o reciben actualmente retribución económica, también encontramos disparidad en cuanto a los rangos. Aunque la mayoría recibe entre 200 y 400 € (44,4%), hay un % significativo de personas que reciben entre 400 y 600 € (26,7%), seguido de un 17,8% que recibe menos de 200 €. Finalmente, encontramos un 11,1% de encuestados que cuentan con más de 600 €.



Seguidamente, por lo que respecta al vínculo de esa persona con la empresa formadora, aunque una mayoría (61,6%) afirma mantener una buena relación con ella y los y las integrantes de su equipo (sintiendo que forma parte del equipo y no se siente aislado o aislada), hay casos en los que esta relación no ha sido muy trascendental (31,3%) o incluso negativa, sintiéndose una parte externa, “el nuevo", etc. (10,1%).



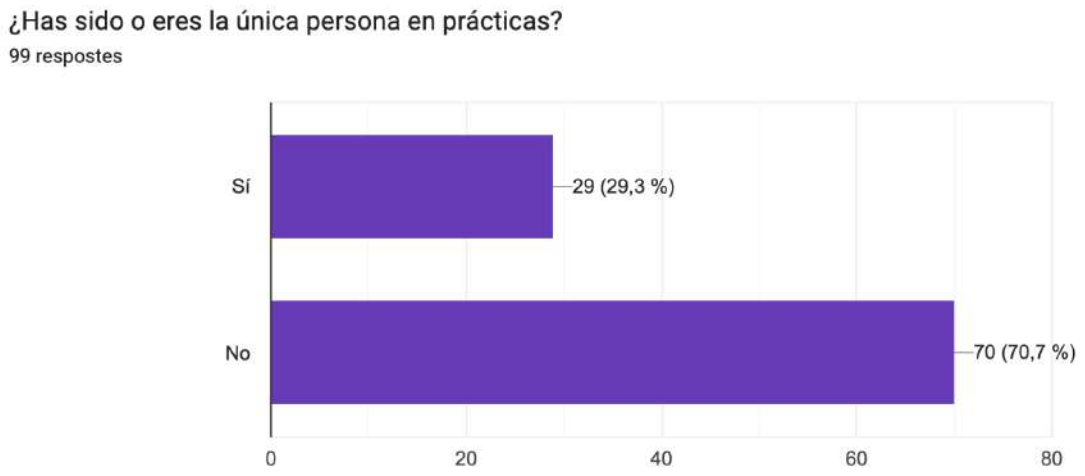
Otro dato que nos ha llamado especialmente la atención, ha sido la cantidad de personas que han tenido que trabajar de forma paralela al mismo tiempo que se encuentran en el período de prácticas. Un 30% afirma tenerlo que hacer, frente un 70% que no.



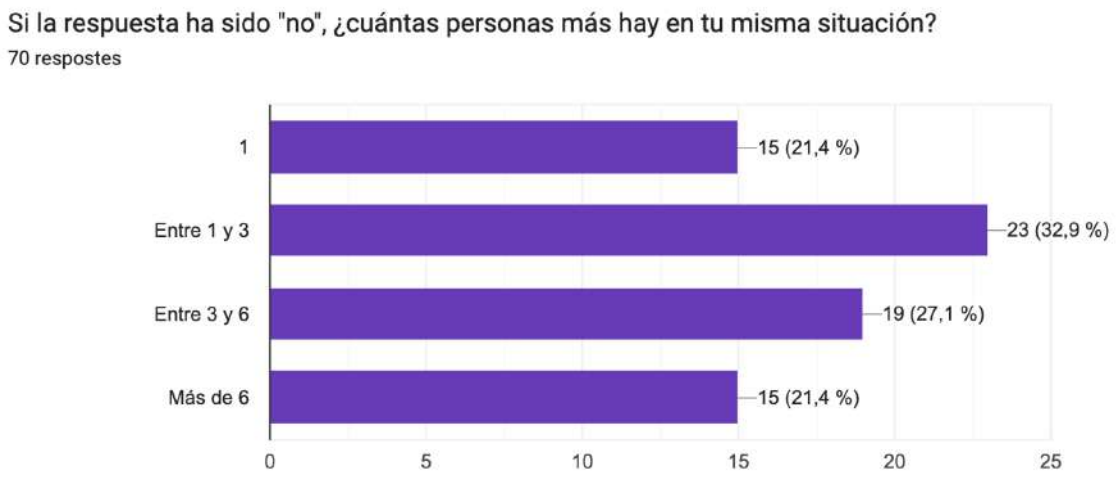
Entre los motivos más destacados y frecuentas que los han llevado a esta situación, destacan sobre todo “Porque las prácticas no pagan el alquiler”, “La retribución económica es muy baja, pero tenía que hacer las prácticas” o “Por causas económicas, ya que las prácticas no son remuneradas y mi familia no puede hacerse cargo de todos mis gastos”.

Por otro lado, los motivos abundan respecto por qué no trabajan a la vez que realizan prácticas, en lugar de predominar la situación privilegiada que les acompañaba, como por ejemplo “Tengo la suerte de que mis padres son los que me pagan los estudios”, frecuentaban algunos como “No tenía tiempo”, “Porque tuve que dejar el trabajo para compatibilizar las prácticas” o “No tenía tiempo de trabajar con el horario ocupado de las prácticas”.

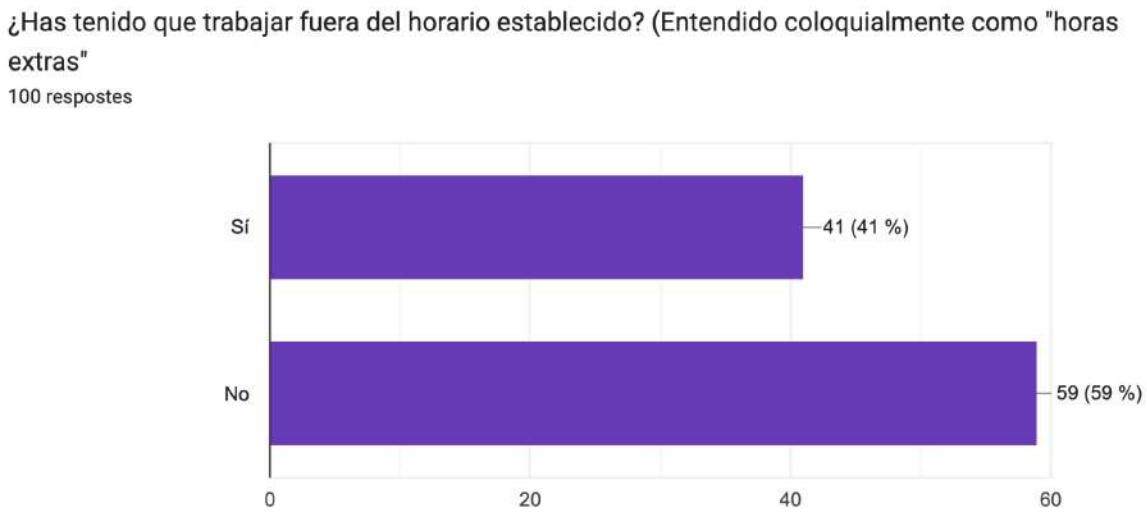
Volviendo a las preguntas, otro aspecto a destacar relacionado con las empresas que cuentan con un gran número de becarios para llenar trabajos estructurales, es que, en muchos casos, esas personas no eran las únicas becarias (70,7%) y en un 29,3% sí lo eran.



En este caso, predominan los casos en los que hay entre 1 y 3 personas en la misma condición (32,9%), seguido de las situaciones en las que hay entre 3 y 6 (27,1%), en un 21,4%, más de 6 y finalmente en un 21,4%, otra persona más.

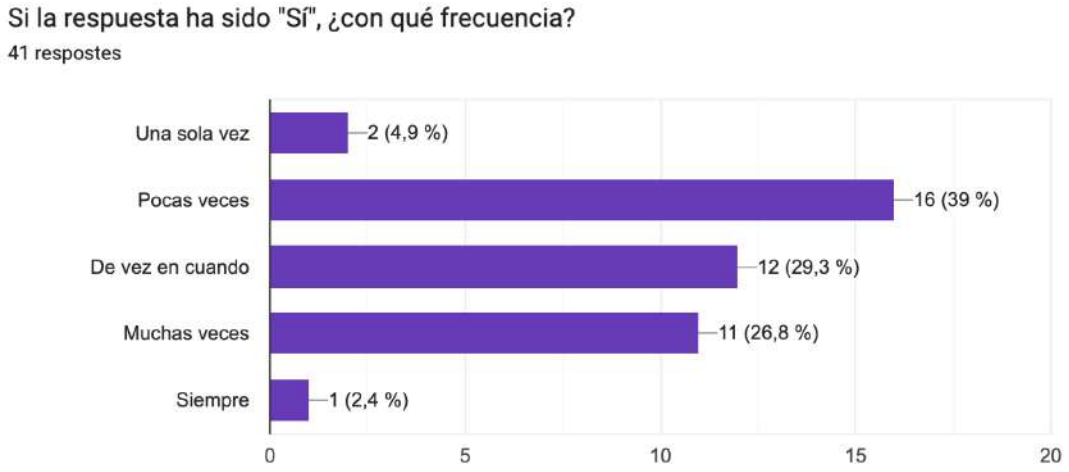


Paralelamente, respecto a los horarios establecidos, un 41% afirma haber tenido que trabajar fuera del horario establecido y un 59% niega esta situación.

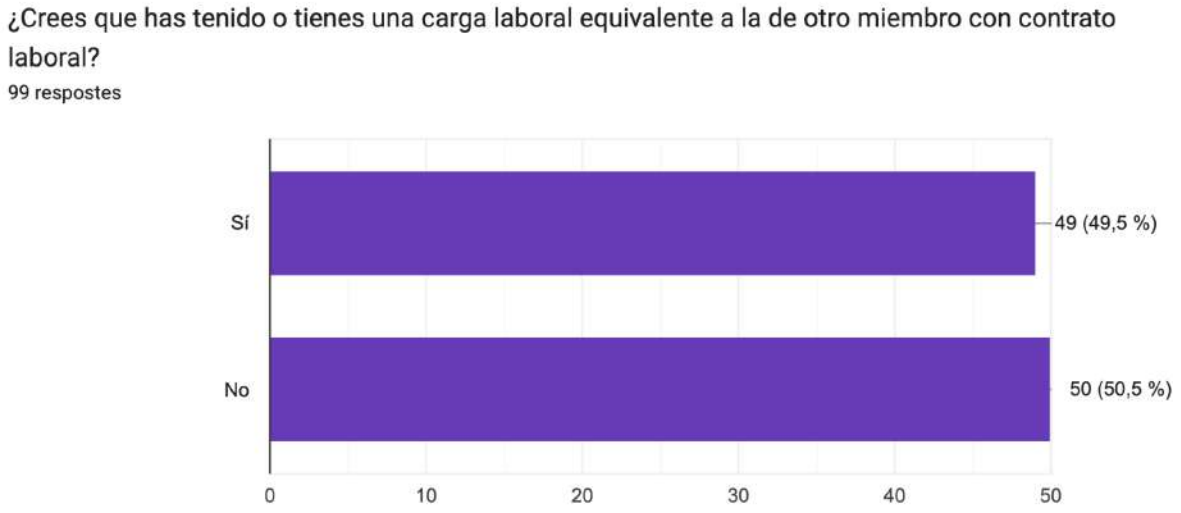


De estas 41 personas, aunque haya paridad de experiencias, destacan poco aquellas que han tenido que realizarlo “pocas veces” (39%), aunque también llama

la atención los casos donde se ha producido “de vez en cuando” (29,3%) y “muchas veces” (26,8%), seguido finalmente de una sola vez (4,9%) y un 1% que siempre las ha realizado.

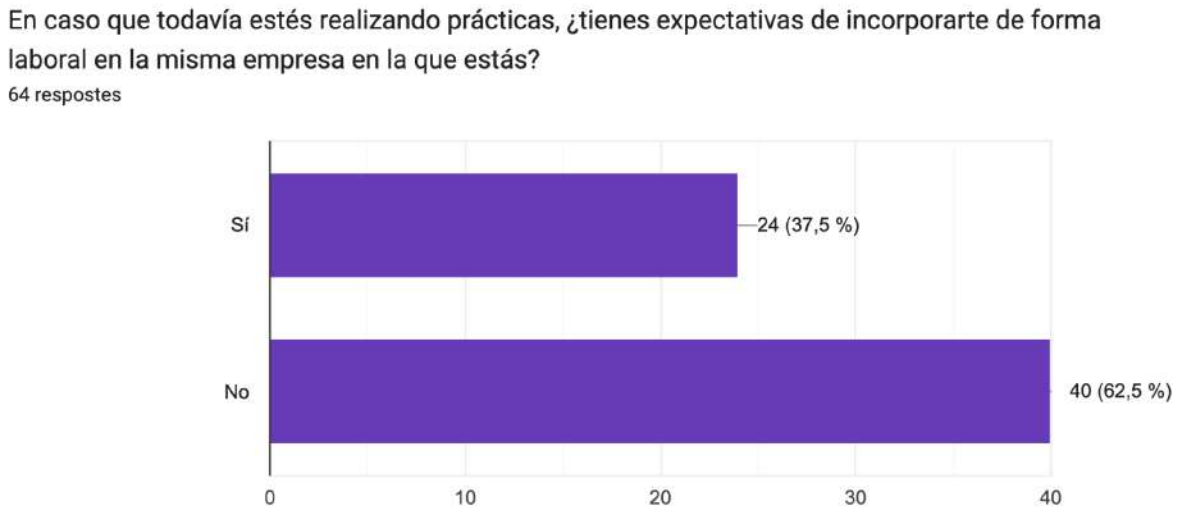


En cuanto a la carga laboral que estas personas han tenido, hay un enorme equilibrio, ya que un 49,5% afirma que sí que la han tenido frente un 50% que no, con una diferencia muy poco significativa de una persona.



A rasgos generales, para una mayoría la experiencia ha sido definida como “provechosa” (49%), aunque un 26% afirma que ha sido muy provechosa y un 25% afirma que no lo ha sido.

En último lugar, respecto a la incorporación de forma laboral en la empresa donde se realizan las prácticas, aquellas personas que las están realizando actualmente, un 37,5% tiene expectativas de quedarse, frente un 62,5% que no.



Para terminar, en los casos reales donde las prácticas se finalizaron, un 75% no consiguió un lugar de trabajo en ese sitio, aunque, por lo contrario, un 25% sí, lo que

indica una realidad que se asemeja con los datos que teníamos, los cuales aseguran que solamente un 11% de los convenios de prácticas acaban formalizándose en contratos laborales.

b. Conclusiones

A rasgos generales, las principales conclusiones que hemos obtenido de esta investigación son las siguientes:

- Un % sorprendente de personas encuestadas se ha tenido que enfrentar con una gran dificultad para poder compatibilizar sus estudios con el período de formación en la empresa.

- Hay mucha paridad por lo que respecta a la retribución económica, ya que los porcentajes de aquellos que la reciben (45,5%) frente los que no (54,5%) no están muy alejados. De estos, destaca el rango que se sitúa entre los 200 y 400 € mensuales.

- Relacionado con este último punto, mucha gente ha tenido que trabajar para poder mantener su independencia económica e incluso algunos han tenido

que dejar ese trabajo para poder seguir con las prácticas, de carácter obligatorio.

- Hay muchos casos en los que la persona encuestada no ha sido la única becaria de la empresa, llegando a situaciones en las que había más de 6 personas como ella.

- Abundan mucho las situaciones donde las encuestadas se han visto obligadas a trabajar más allá del horario fijado por el convenio, lo que conocemos como “horas extras”. De todas ellas, aunque los casos más frecuentes son aquellos donde se ha producido “pocas veces”, también destacan los casos de “muchas veces”.

4. NECESIDAD DE UN MOVIMIENTO

Como se ha podido observar a lo largo del marco teórico y los resultados de la encuesta que hemos llevado a cabo, a través de las evidencias y los casos expuestos, vemos que el colectivo de becarios y becarias está pasando por una situación insostenible.

Estas personas se encuentran en un estado de precariedad y de abuso laboral del cual no pueden salir debido a las pocas leyes que les protegen y las malas condiciones que les rodean. El fraude por parte de las empresas es real y todavía no hay medidas que regulen estos casos.

Las prácticas universitarias, al fin y al cabo, son un preludio de lo que será el futuro laboral. Sirven para aprender y tener una primera toma de contacto, por lo que deberían estar cargadas de ilusión, ganas y esfuerzo. Sin embargo, vemos que lo que en realidad pondera es la presión, la falta de motivación e, incluso, la ansiedad.

Este contexto de injusticia e inestabilidad se lleva arrastrando desde hace ya muchos años. Como consecuencia de ello, se ha llegado a normalizar hasta tal punto que la gente ya asume la situación y es consciente de lo que supone ser estudiante en prácticas. No es para nada extraño seguir escuchando a día de hoy comentarios como “¿qué te pensabas?, eres becario/a” o “es lo que hay, estás aprendiendo” incluso “todos hemos pasado por esto, ahora te toca a ti también”.

Lo que sucede en realidad, y parece contradictorio, es que existe un descontento general en referencia a las condiciones de las y los becarios. Lo cierto es que son más los casos de abuso e injusticia que los de estudiantes con una buena experiencia. Sin embargo, la comodidad general de aceptar la situación, hace que el enfado no llegue a ningún sitio, por lo que resulta necesario cambiar el chip y empezar a actuar.

Como se ha presentado en el marco teórico, existen ya algunas iniciativas de lucha contra la precariedad del colectivo de estudiantes en prácticas. Aun así, ninguna de ellas ha conseguido un cambio tangible. Vemos que lanzar mensajes e indirectas no es suficiente. Por lo tanto, es el momento de llevar estas pequeñas iniciativas un paso más allá. Solo así, se conseguirá un cambio.

Es necesario tomar conciencia y visibilizar la situación, sin poner excusas. Es necesario defender los derechos de los y las becarias. También lo es denunciar las injusticias y, por supuesto, es necesario un cambio sistémico para conseguirlo. Se necesita un movimiento, no una simple acción.

Además, nos encontramos en un contexto que abarca a mucha gente, por lo que se uniría una gran masa. No solo el propio grupo de estudiantes en prácticas, sino uno mucho más amplio y global. Se trata de un tema que está en la cabeza de esta generación de hoy, de las pasadas y, por supuesto, de las futuras. Nos afecta, nos ha afectado y nos afectará a todas y a todos. Es hora de lanzarnos a la lucha y comenzar lo que nunca nadie se ha atrevido a empezar. La unión, la comunidad y la red hacen la fuerza.

De este modo, en el presente trabajo decidimos plantear la creación de una plataforma que luche por un cambio real. Construir un espacio para visibilizar la situación real de los y las becarias y comenzar la acción.

5. CREACIÓN DE UNA PLATAFORMA: BECARIXS X UN CAMBIO

Tras ver la situación de vulnerabilidad que sufre el colectivo de estudiantes en prácticas y de observar la necesidad de cambiar de una vez por todas este contexto, entramos nosotras.

La no remuneración de las prácticas, la poca implicación en su aprendizaje o hasta, incluso, la explotación de trabajo no son más que pequeñas puntas de iceberg tras las cuales se esconden muchos más dilemas e injusticias como la no remuneración de las prácticas o el fraude por parte de las empresas, entre muchas otras. Como consecuencia de ello, nos encontramos a una generación poco satisfecha y marcada por la inestabilidad y el abuso.

Estas personas están sometidas a muchas irregularidades. Por eso, queremos luchar contra este entorno de precariedad y lograr un cambio real. Para ello, la mejor forma de llevar a cabo el proyecto es a través de una plataforma, un medio que sirva de base para iniciar un movimiento.

Queremos conseguir una reforma en las condiciones de las becarias y becarios, por lo que crear un espacio que reivindique y cree una comunidad sólida, con carácter reivindicativo y con un fin bien acotado, puede ser la causa del cambio.

De aquí nace “BECARIXS X UN CAMBIO”, una plataforma creada para dar voz a la problemática de lxs becarixs y con el fin de lograr un cambio. Un espacio

comunicativo para reivindicar la falta de derechos y las malas condiciones que sufre este colectivo. Una comunidad de personas que luchan contra esta precariedad y abuso. Un movimiento.

a. Estrategia

Llegados a este punto, es el momento de entrar en detalle con la plataforma y desarrollar todos los pasos que hemos seguido para crearla.

i. Objetivos

Para empezar, hemos fijado unos objetivos, los cuales definen la razón de ser de "BECARIXS X UN CAMBIO".

- *General*

Como objetivo general, buscamos cambiar la situación de desigualdad que sufre el colectivo de becarias y becarios, luchando por una mejora de sus condiciones.

- *Específicos*

En cuanto a los objetivos específicos respecto a la creación de la plataforma, por una parte, perseguimos:

1. Visibilizar la problemática, dar a conocer la existencia de la situación precaria y de todas las irregularidades que están viviendo.

2. Buscamos, además, informar al propio colectivo sobre el contexto que les rodea, cómo es el panorama actual y de qué manera les afecta. Queremos hacerles saber todos los derechos que les protegen y explicarles todo lo referente a sus condiciones.

3. Otro de nuestros objetivos es crear una comunidad, conectar con los becarios y becarias para iniciar una lucha común. Queremos persuadir a todas las personas del colectivo para unirlas a la causa y llevarlas a la acción a través de un movimiento que nos una.

4. Por último, pero no por ello menos importante, pretendemos llegar a un cambio más tangible, un cambio legislativo. Queremos conseguir la aprobación del Estatuto de Becarios, el primer paso para lograr una mejora en el sistema de prácticas.

ii. Análisis del entorno

Además, hemos llevado a cabo un estudio del contexto y todo lo que está ocurriendo alrededor. Este punto resulta clave para encontrar la mejor manera de diferenciarnos, para aprovechar los terrenos que todavía no se han tocado y para conseguir llevar la plataforma más allá.

1. DAFO

Para ello, hemos analizado, en primer lugar, las amenazas y oportunidades externas del mercado y las debilidades y fortalezas internas de la propia plataforma. Así, a través de esta técnica, hemos conseguido tener una visión aproximada de la situación.

Tabla 7. Análisis DAFO

DEBILIDADES	AMENAZAS
Somos una plataforma nueva, nos falta experiencia. La gente todavía no nos conoce. No tenemos el conocimiento jurídico-legal suficiente.	La gente tiene muy interiorizadas las malas condiciones de los y las becarias y lo dan por supuesto. Muchos estudiantes aceptan que es una situación temporal y no les importa pasar por ello.
FORTALEZAS	**OPORTUNIDADES**
Partimos de mucha motivación personal, nuestra experiencia como estudiantes en prácticas nos ha llevado hasta aquí. Formamos parte de la generación de actuales becarixs, sabemos cómo llegar al colectivo y conectar con él. Estamos actualizados a nivel de información, conocemos las leyes, los derechos y todas las noticias relacionadas.	Los y las becarias están en situación de vulnerabilidad y necesitan ayuda. El colectivo de estudiantes en prácticas necesita unirse para luchar por sus derechos y condiciones. Muchas de estas personas estudiantes no conocen sus derechos ni saben qué leyes existen. La situación de precariedad está muy normalizada en la sociedad y es necesario un cambio.

	A día de hoy no existe una ley que regule las malas condiciones de las prácticas universitarias. Existen muchos datos que evidencian la precariedad de estos becarios y becarias. Entre otros, estudios de la misma Inspección de Trabajo. La no existencia de un movimiento que lidere esta lucha. La juventud de ahora pertenece a una generación muy reivindicativa y con mucho movimiento social. Es un tema que afecta a la generación de ahora, afectó a las anteriores y a las futuras también. Actualmente, hay un auge en la importancia de la Responsabilidad Social Corporativa. Las personas exigen a las empresas tener un impacto positivo en el entorno en el que trabajan.

Fuente: elaboración propia

Con este estudio de las características externas del entorno e internas, vemos que, sin lugar a duda, las oportunidades son mucho mayores que las posibles barreras que puedan dificultar el éxito de la plataforma. Esto indica una perspectiva positiva y quiere decir que, como plataforma, contamos con una buena base para poder actuar.

2. Competidores

Además del propio entorno general, también hemos analizado el escenario más próximo y semejante, los comúnmente llamados competidores. Sin embargo, ante una lucha por conseguir un cambio social no deberíamos utilizar este concepto, ya que, al fin y al cabo, todas las plataformas y movimientos luchamos por conseguir un mismo cambio y ese fin es lo que debe motivarnos a la unión. De esta manera, el término que más se asemeja a ello es el de aliados.

A pesar de ello, después de informarnos y haber analizado las diferentes acciones que se han hecho a favor de los y las becarias, hemos visto que no hay ninguna plataforma que se dedique única y exclusivamente a este tema o que abarque distintas problemáticas que sufren estas personas. Es cierto que hay algunas que mencionan estas irregularidades, pero ninguna de ellas se especializa ni va más allá. De esta manera, consideramos que nuestra iniciativa es prácticamente única y diferencial.

Sin embargo, tal y como ya hemos expuesto anteriormente, como plataforma estamos abiertas a colaborar con el resto de proyectos y asociaciones, ya que, en definitiva, todo suma y la unión hace la fuerza. Llevar a cabo la alianza entre distintas iniciativas por luchar por un mismo fin puede llegar a dar con resultados más óptimos que actuar de forma independiente, por lo que en la comunicación social no entendemos a las entidades que transmiten el mismo mensaje como competidoras, sino como posibles aliadas para conseguir el objetivo de forma más eficaz.

iii. Público objetivo

Por lo que hace al público al cual nos dirigimos, a través de “BECARIXS X UN CAMBIO” ponemos el foco a diferentes segmentos de la población, no solamente a uno.

1. Target principal

El target principal corresponde al colectivo de becarios y becarias. Son aquellas personas que actualmente están terminando sus estudios postobligatorios (grados medios, grados superiores, grados universitarios, másteres, etc.) y están realizando o a punto de empezar su período de prácticas. Generalmente, hablamos de gente joven de entre 16 y 25 años.

Son personas que se encuentran en una etapa de transición entre la vida académica y la profesional. En cuanto al estilo de vida y la personalidad que mejor define a este público, vemos que suelen ser personas curiosas, ambiciosas y motivadas. Además, suelen tener una vida activa y ocupada, ya que combinan las prácticas con sus estudios, pero también dedican tiempo a socializar y disfrutar de tiempo libre. Sin embargo, en cuanto a la relación con las prácticas, están enfadadas con la precariedad y el abuso que sufren.

Más allá de todo esto, el actual colectivo de estudiantes en prácticas, al cual nos dirigimos, pertenece a una generación digital. Como consecuencia de ello, son personas a las cuales les gusta estar actualizadas de las tendencias. Están constantemente conectadas a redes sociales y les gusta compartir todo tipo de contenido que conecte con sus seguidores. Su carácter es sobre todo empático, persistente y tienen la necesidad constante de estar informadas.

Respecto al uso de plataformas, este público en concreto las usa mayoritariamente para entretenerse. Sin embargo, también para informarse e incluso, en muchas ocasiones, para denunciar ciertos aspectos. Por lo general, está muy influido por los

cambios que se producen en ellas y por el contenido que puede llegar a difundirse a través de él.

2. *Target secundario*

Paralelamente, como ya hemos dicho, nuestra plataforma no se centra única y exclusivamente en los y las estudiantes en prácticas. Vamos un paso más allá. Es una problemática que afecta a muchas generaciones, no solo al estudiantado.

De esta manera, para conseguir un cambio global y efectivo, consideramos necesario dirigirnos a un público más amplio. Así, distinguimos a otros tres targets muy bien definidos a los cuales también pretendemos focalizar parte de nuestra comunicación.

Por un lado, nos dirigimos a todas las empresas y organizaciones que se favorecen del uso de las prácticas. Buscamos asegurarnos de que cumplen con los derechos y requisitos. Al fin y al cabo, estas constituyen los actores sociales que deben incorporar los cambios que planteamos desde nuestra plataforma y adaptarse a ellos. Respecto a este público, las empresas se muestran aparentemente abiertas, profesionales, serias, tolerantes y quieren luchar por un cambio social.

Por otro lado, ponemos el foco en personas de 30 a 60 años, independientemente de su nivel socioeconómico. Este grupo de personas está conformado mayoritariamente por el círculo más cercano de los becarios, de modo que buscan apoyar y ayudar a un ser querido. Así, también logra formar parte del mismo movimiento y quiere luchar por unos intereses comunes. Son personas atentas, analíticas y altruistas. Están preocupadas por sus seres queridos, son muy generosas y están dispuestas a hacer lo que sea por los suyos.

Finalmente, aunque no hablemos de personas, el último público que se encuentra dentro de nuestra comunicación son entidades con carácter educativo que

acompañan al estudiante durante toda su formación, ya sea universitaria o profesional. Estas son las que terminan realizando los convenios con las empresas y trazan cuáles serán las condiciones del estudiantado en prácticas. En cuanto a su actitud como público, estos centros educativos se caracterizan por su formalidad, cercanía con el alumnado y la búsqueda constante de su bienestar. Son instituciones muy cautelosas con sus acciones y buscan siempre tener una respuesta positiva por parte de sus integrantes.

Tabla 8. Clasificación del público objetivo de la plataforma

	PO	DEFINICIÓN DEL PO	ACTITUD DEL PO
PRINCIPAL	Colectivo de becarixs	Entre 16 y 25 años. En situación de prácticas.	Personas enfadadas con la precariedad, el abuso y las malas condiciones que les rodean.
SECUNDARIO I	Empresas y organizaciones	Entidades que forman a lxs becarixs en su periodo de prácticas.	Aparentemente, se muestran abiertas, profesionales, serias, tolerantes y quieren luchar por un cambio social.
SECUNDARIO II	Círculo más cercano a lxs becarixs	Amigos, familiares, personas que conviven con lxs becarixs y forman parte de su entorno.	Buscan apoyar y ayudar a un ser querido. Quieren luchar por su bienestar y están

			dispuestas a hacer lo que sea por los suyos.
SECUNDARIO III	Centros educativos	Universidades, centros de Formación Profesional u otras entidades acompañan a lxs becarixs durante toda su formación.	Se caracterizan por su formalidad, cercanía con el alumnado y la búsqueda constante de su bienestar.

Fuente: elaboración propia

iv. Identidad corporativa

En cuanto a la parte de identidad corporativa de la plataforma, hemos definido lo siguiente:

1. Identidad textual

a. Naming

"BECARIXS X UN CAMBIO" hace referencia a lo que tenemos por objetivo, a nuestra intención de transformar la situación de precariedad que envuelve a todo el colectivo de becarios y becarias y todas las condiciones abusivas e inaceptables que tienen que aguantar en su día a día.

Luchamos por conseguir un cambio en el panorama y lo hacemos desde un tono claro y directo, cercano y participativo. Es un naming con un trasfondo motivador y de empoderamiento para conseguir captar el interés y la participación de todo el colectivo.

Además, junto con este concepto, nuestro objetivo también consiste en dar a conocer de forma implícita nuestra ideología inclusiva. No queremos excluir a nadie y, por este motivo, hemos decidido utilizar la “x” en “becarixs”, porque al fin y al cabo nos referimos a las personas y no queremos hacer distinciones de género.

A pesar de ello, debemos mencionar que, aunque en toda nuestra comunicación hacemos referencia al colectivo como “lxs becarixs”, un aspecto muy relevante a tener en cuenta es que esta expresión a nivel de SEO puede penalizar gravemente.

Esto es debido a que la “x” en el plural dificulta la pronunciación y la legibilidad de la palabra “becarixs”, haciendo que sea complicado aparecer en las búsquedas.

Por este motivo, con el fin de ganar el mayor alcance posible y favorecer el recuerdo de nuestra plataforma, hemos decidido adaptar el *naming* al masculino genérico: “becarios x un cambio” tanto en la URL como en el nombre de Instagram. Así, usamos la expresión popular del término en estos aspectos con el fin de superar este obstáculo a nivel de posicionamiento y favoreciendo el *awareness* de la plataforma.

b. Slogan

Con el fin de conseguir una comunicación más efectiva, el uso del eslogan es crucial. Esto se debe a que este contribuye a captar la atención del receptor y a fijar en su memoria aquello que se quiere comunicar[95].

De este modo, hemos creado distintos mensajes que sirven para cerrar nuestra comunicación, cada uno de ellos con una finalidad diferente.

En primer lugar, hemos optado por la expresión “Somos becarixs, no esclavxs”. Ésta, habla en primera persona del plural con el fin de incluir a más personas en esta

[95]Centro Nacional de Desarrollo Curricular. (s.f.) El eslogan. Recuperado de https://cedec.intef.es/wp-content/uploads/2019/06/El-eslogan.pdf

posición. Lograr hacer ver que no es el sentimiento de una única persona sino de toda esta generación.

A través de él, queremos hacer referencia de forma explícita a la realidad por la cual pasa el colectivo y cómo se siente. Teniendo una connotación muy emocional, lo que buscamos es la identificación del receptor con su situación personal. Además, también va dirigido a empresas, escuelas que crean estos convenios e incluso a la sociedad en general. Es el mensaje que materializa el golpe en la mesa que damos para empezar a cambiar el sistema de prácticas.

En segundo lugar, “Sin ti no hay cambio” apela directamente al receptor. Con este mensaje, queremos transmitir la importancia de la unión del colectivo para conseguir los objetivos propuestos. El cambio en el sistema de prácticas es un tema tan complejo que requiere del esfuerzo e implicación por parte de diversas partes de la sociedad: el propio colectivo de becarios, las empresas y escuelas que permiten estas condiciones y finalmente instituciones públicas que regulan las leyes que enmarcan toda esta situación.

c. Hashtag

Un elemento que no podemos obviar para difundir la plataforma y nuestro movimiento es el uso del hashtag o etiquetas. En movimientos sociales, el uso de esta herramienta en plataformas sociales como Instagram o Twitter es imprescindible. Su trascendencia hace que la información sobre el propósito del movimiento social debe darse a partir de la decisión del propio nombre del hashtag elegido[96].

La posibilidad de adopción de los hashtags depende de la medida en que esa persona se ha expuesto a su información a través de las diferentes aplicaciones.

[96] La Rosa, A. (2016). Movimientos sociales, redes sociales y recursos simbólicos. Universidad Femenina del Sagrado Corazón.

Pero allí no queda la cosa: el uso de los hashtags representa factor de importancia para la identidad del movimiento social, aún en quienes no realizan una presencia activa en las acciones colectivas[97]. También debemos tener en cuenta que en la medida en que los seguidores del movimiento usen los hashtags, se involucrarán en mayor parte, sin necesidad de estar presentes en los lugares de la protesta[98].

Si hacemos una revisión en cuanto al uso del hashtag en movimientos que han tenido mucha repercusión, podemos ver como en el movimiento #MeToo, una de las características principales ha sido utilizar la propia experiencia como herramienta de denuncia pública. Además, la estructura de Twitter da la oportunidad de identificar estas propuestas[99]. Así, el uso de esta herramienta y plataformas que facilitan la viralización de mensajes permite que "BECARIXS X UN CAMBIO" consiga el reconocimiento del propio colectivo de becarios en el movimiento que plantea.

De esta manera, son varios los hashtags que usamos. Por un lado, para difundir y dar a conocer la plataforma, empleamos el #becarixsXuncambio, haciendo referencia también al movimiento.

Por otro lado, para acciones más concretas nos basamos en la misma estructura, lo que manteniendo solo #becarixsX y, seguidamente, el concepto de la acción. Así, con esta etiqueta buscamos que sea el propio movimiento el que personalice su movimiento, continuando el nombre con su aportación en particular al movimiento o con alguna situación con la que no esté de acuerdo. Un ejemplo de estos hashtags particulares son, #becarixsXacción o #becarixsXinfo y, por otra parte, un ejemplo de personalización del hashtag en una situación particular sería #becarixsXmenoshorasextra o #becariosXcotización.

---

[97] Chang, H. (2010). A New Perspective on Twitter Hashtag Use: Diffusion of Innovation Theory Paper presented at the 2010 Annual Meeting, Association for Information Science and Technology. Recuperado el 16 de enero de https://www.asis.org/asist2010/proceedings/proceedings/ASIST_AM10/submissions/295_Final_Submission.pdf

[98] Dahlberg-Grundberg, M. & Lindgren, S. (2014). Translocal Frame Extensions in a Networked Protest: situating the #IdleNoMore hashtag". IC. *Revista Científica de Información y Comunicación*, núm. 11, pp. 49-77.

[99] Esquivel Domínguez, D. (2019). Construcción de la protesta feminista en hashtags: aproximaciones desde el análisis de redes sociales. Universidad Nacional Autónoma de México.

2. Identidad visual

a. Logotipo

Desde “BECARIXS X UN CAMBIO” hemos optado por la creación de un logotipo. Concretamente, un isologo, ya que estamos hablando de un conjunto icónico-textual en el que el texto y el símbolo se encuentran fundidos en una misma expresión. Al ser la “X” parte del naming (puesto que hace referencia a la expresión coloquial de “por”) y también ser el propio símbolo del movimiento, el isologo no puede funcionar sin alguno de estos dos elementos.

Éste, puede verse a través de dos expresiones que cuentan con composiciones diferenciadas. En primer lugar, una expresión horizontal en la que la X se encuentra al mismo nivel que el texto y sigue el orden de lectura normal. P

or otra parte, también podemos encontrar una expresión más “recogida” en la que encontramos la “X” en el centro, la expresión “Becarixs” arriba y “un cambio” abajo. En ambas composiciones, podemos ver la importancia de la “X”.

El hecho de tener el isologo en dos versiones se debe a una clara función estética, ya que permite ajustarlo al espacio y fomentar la armonía.

Respecto a estos, debemos destacar que, por un lado, contamos con una versión con colores principales (azul y blanco) que se usará, en la mayoría de lo posible, en redes sociales, documentos originales, cartelería, etc.

Gráfico 1. Versiones principales del logotipo “BECARIXS X UN CAMBIO”

Fuente: elaboración propia

Además de esta combinación de colores, hemos querido realizar otras versiones secundarias para aquellas ocasiones en las que el diseño realizado no nos permita usar el logotipo, no tenga un contraste efectivo o incluso no se entienda. Así, sobre todo, evitar la saturación y repetición excesiva de imágenes, con el fin de hacerlo todo más atractivo visualmente.

Gráfico 2. Versiones secundarias del logotipo “BECARIXS X UN CAMBIO”

BECARIXS X UN CAMBIO

Fuente: elaboración propia

Finalmente, con un fin puramente estético, también hemos realizado una adaptación destinada a ser el icono de perfil de las principales plataformas sociales como Instagram, TikTok y LinkedIn. Así, aprovechar mejor el espacio que ofrece el marco circular y lograr una mayor legibilidad.

Gráfico 3. Versiones secundarias del logotipo “BECARIXS X UN CAMBIO”

Fuente: elaboración propia

b. Símbolo

Nuestro símbolo parte del concepto de la plataforma. Es la “X” que sale de la expresión coloquial de la preposición “por” que indica el motivo de una acción, en este caso, un cambio en las condiciones de los y las becarias. Hace referencia a nuestro propósito, a lo que queremos conseguir.

Por otro lado, sin embargo, también lo hemos utilizado porque denota otra característica. Esa “X”, aparte de formar parte de un juego de palabras, también constituye un símbolo que se utiliza para indicar que algo es incorrecto. Por lo que, además de representar esa aspiración, significa una señal de error. El hecho de “tachar” todo aquello que es incorrecto, aquello que queremos cambiar. Esto mismo

lo relacionamos directamente con la situación de este grupo de estudiantes, la cual actualmente tiene muchos aspectos que están mal gestionados.

Finalmente, esta “X” también nos lleva al territorio del “STOP”. Queremos jugar gráficamente con el hecho de que hay que parar con las injusticias y las malas condiciones que existen en este colectivo. Por lo tanto, simboliza el parón de toda esta marea de abuso y precariedad.

Se trata, pues, de un símbolo con muchas referencias y muchos significados. Es potente, versátil y creemos que puede dar mucho juego.

Gráfico 4. Símbolo de BECARIXS X UN CAMBIO

Fuente: elaboración propia

c. Tipografía

Un punto clave a definir que repercute directamente a la dimensión estética de “BECARIXS X UN CAMBIO” y con la cual también pretendemos transmitir nuestros valores es la tipografía. En este caso, hemos optado por dos tipos de fuentes, una destinada a los títulos y otra al cuerpo de texto.

En el ámbito textual, hemos tenido en cuenta los principios de la Gestalt, un recurso muy usado en comunicación. Especialmente, cuanto a la composición de los textos,

hemos priorizado la similitud, la continuación, el cierre, la proximidad, el fondo, la simetría y el orden[100].

Por lo que respecta a los títulos, en la plataforma hacemos uso de la fuente preexistente *Lulo Clean*. El principal objetivo que perseguimos con ella es conseguir que el mensaje impacte. Al estar utilizada en los títulos, debemos tener en cuenta que la mayoría de estos están formados por datos relevantes y mensajes que apelan directamente al consumidor. Por este motivo, queremos dar mucha más prioridad al contenido y no a la forma. Así, estamos hablando de una tipografía de palo seco simple, que facilita la lectura pero a la vez capta la atención visualmente.

En cuanto al cuerpo de texto, hemos optado por seguir la misma línea minimalista pero teniendo en cuenta la jerarquía visual. Según ella, es fundamental garantizar una buena experiencia al receptor a la hora de transmitir un mensaje. Para lograrlo, uno de los aspectos primordiales es el tamaño de la fuente[101]. En este caso, lo que queremos enfatizar a través de los tamaños son las pautas de la lectura. De esta manera, la tipografía escogida es la *Poppins*, especialmente su versión *semi bold* para conseguir esta jerarquía visual pero a la vez manteniendo una coherencia estética.

Finalmente, en redes sociales y posteriores acciones de comunicación, en lugar de utilizar la letra *Lulo Clean*, usamos la tipografía *Impact* para los títulos, ya que permite un mayor contraste, se adapta mejor a los espacios disponibles (como el formato post, en los carteles, etc.) y puede llegar a reflejar muy bien la personalidad de la plataforma en las distintas comunicaciones. Sin embargo,en cuanto al cuerpo de texto de los posts, hemos optado por la tipografía *Evolventa* versión *light* y *bold* para remarcar las palabras más importantes.

---

[100] Chapman, C. (s.f.) Explorando los Principios Gestalt del Diseño. *UX Designers*. Recuperado el 17 de enero de https://www.toptal.com/designers/ui/exploring-the-gestalt-principles-of-design

[101] La importancia de la jerarquía visual. (28 de febrero de 2020). *Cerem Comunicación*. Recuperado el 17 de enero de https://www.cerem.mx/blog/la-importancia-de-la-jerarquia-visual

d. Colores corporativos

Otro elemento con el cual buscamos captar la atención y caracterizar nuestra estética es el contraste de colores. No queremos obviar el carácter reivindicativo que perseguimos con la plataforma, por lo que apostamos por colores eléctricos que den fuerza y representen el empoderamiento. Sin embargo, para hacerla un tanto más amigable para la mayoría del estudiantado, siguiendo una estética más juvenil y directa, nos lanzamos a usar tonalidades de colores vivos y animados.

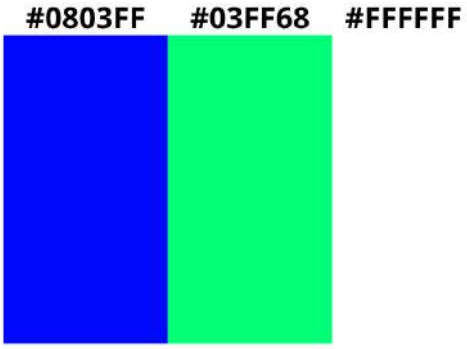
Nuestra plataforma es una lucha seria, pero divertida. No hay que dejar de lado que nuestro target principal son jóvenes y, si queremos realizar una comunicación efectiva, debemos conseguir que se vean identificados e identificadas con nuestro mensaje tanto en contenido, el cual presentamos más adelante, como en forma.

De esta manera, para la plataforma y la estética general de las campañas, hacemos uso de colores chillones.

Hemos optado por el azul neón (#0803FF) como color principal tanto para el logotipo como para la plataforma, combinado con fondos blancos (#FFFFFF). Esto se debe a que, después de realizar diferentes pruebas con colores neones, consideramos que este es el color que permite contrastes mucho más llamativos y estéticos a la vez, ya que permite sobreponerlo con otros como el amarillo o el verde neón, pero que a la vez quede compensado.

Sin embargo, para jugar un poco más con los colores y evitar la monotonía cromática, también usamos un tono verde neón (#03FF68) que complementa perfectamente con nuestra primera idea.

Imagen 7. Paleta de colores utilizados por “BECARIXS X UN CAMBIO”



Fuente: elaboración propia

e. Estética

Finalmente, en cuanto a la estética principal, nos hemos guiado por la sencillez, la simplicidad y lo directo. Si queremos que el mensaje llegue y no pase desapercibido, tenemos que obviar ciertos adornos.

Al fin y al cabo, queremos transmitir nuestro mensaje y, si no facilitamos la lectura, no llegaremos a nadie. Por este motivo, hemos optado por una estética más minimalista, dejando de lado las imágenes

Para llamar la atención, un elemento esencial en cartelería y que usamos, por lo tanto, en la propia plataforma es el tamaño de las letras. Hemos hecho uso de letras de gran tamaño para centrar el juego e incorporar la dinámica estética en la medida de las palabras.
Algunos ejemplos de esta estética minimalista, pero a la vez directa, que sirven de referencia son cuentas como las de @un_saludo_a_todos, @molaria o @la_mandanga, en las que sus carteles consiguen lanzar un mensaje con un impacto más directo y cercano con el público objetivo.

3. Tono

Con el fin de mantener un diálogo efectivo y lograr que el mensaje se entienda y trascienda más allá de un simple dato o frase, hemos definido de forma concisa qué tono adoptar, tanto en la plataforma como en el posterior plan de comunicación.

Debemos tener en cuenta que, con “BECARIXS X UN CAMBIO”, contamos con distintos públicos objetivos. Aunque hemos definido un PO principal joven y más informal, la importancia que recae sobre el tema que tratamos y el hecho de dirigirnos a entidades más serias como escuelas, universidades, empresas y las propias instituciones gubernamentales, hace que debamos mantener un equilibrio.

De esta manera, hemos decidido que para lograr la identificación con el PO y dar importancia a la situación, debemos optar por un tono directo, sencillo, reivindicativo. Queremos ser una voz que represente a todo el colectivo, como si fuera uno más. Así, a lxs propixs miembrxs del colectivo, tener una perspectiva “de persona becaria a persona becaria” y, a su vez, dirigirnos con cierto tono irónico con el fin de ser una plataforma más amena.

4. Idioma

En cuanto al idioma de la plataforma y su comunicación en redes sociales, hemos optado por utilizar el castellano.

Esto se debe a que, aunque hayamos nacido como una iniciativa a nivel local, perseguimos el objetivo de convertir “BECARIXS X UN CAMBIO” en una plataforma con una cobertura nacional. Por este motivo hemos decidido optar por la única lengua oficial en todo el estado español: el castellano.

Sin embargo, a largo plazo, cuando el movimiento se extienda a otras Comunidades Autónomas, contemplamos desdoblar el idioma en las distintas lenguas cooficiales del país.

De todas maneras, las campañas y acciones concretas que se realicen en cada localidad, como por ejemplo, la difusión de carteles o reuniones, estas pasarán a realizarse en la lengua autóctona de la región. Así, conseguimos fomentar una mayor identificación con el colectivo de cada zona y lograr crear un movimiento más inclusivo.

De este modo, dado que nuestro movimiento nace en Barcelona, toda la comunicación que haremos explícitamente en esta localidad adoptará el catalán como lengua vehicular. Así lo veremos detallado en el próximo plan de comunicación.

v. Cultura corporativa

Paralelamente, la cultura organizacional tiene un poderoso efecto en el desempeño y eficacia a largo plazo de las organizaciones[102]. Esto se debe a que es el elemento que sirve como sistema de control en la organización, ya que de ellas derivan los procesos, reglas y formas que generan los patrones de comportamiento[103].

En cuanto a lo que nos representa, nuestras creencias, manera de ser, metas, objetivos y pensamientos, hemos definido lo siguiente:

1. Misión

“BECARIXS X UN CAMBIO” nace bajo la premisa de garantizar y promover los derechos de los y las becarias, para que puedan desarrollarse plenamente en sus

[102] Fralinger, B., & Olson, V. (2011). Organizational culture at the university level: A study using the ocai instrument. Journal of College Teaching & Learning (TLC), 4(11).
[103] Guerrero Bejarano, Mª A. La Cultura Organizacional, su importancia en el desarrollo de las empresas. INNOVA Research Journal 2(3), 110-115.

prácticas de manera justa y equitativa. Nos comprometemos a crear una comunidad inclusiva y colaborativa que fomente la lucha por los derechos de los y las becarias.

2. *Visión*

Ser la plataforma referente en la lucha de estos derechos de los y las becarias a nivel nacional. Queremos que nuestra comunidad sea reconocida por nuestro compromiso por lograr unas condiciones más justas, el respeto laboral y la transparencia, entre muchas otras cosas.

3. *Valores*

Los valores que definen a “BECARIXS X UN CAMBIO”, los hemos articulado a través de las siguientes cuatro dimensiones de marca:

Imagen 8. Valores de la plataforma “BECARIXS X UN CAMBIO”

Fuente: elaboración propia

4. Personalidad

Basándonos en la Teoría de los 12 Arquetipos del médico Carl Jung, hemos decidido construir la identidad de “BECARIXS X UN CAMBIO” a partir de dos de ellos. Al tratarse de una herramienta que tiene una clara implicación social y busca un cambio tangible y trascendental, hemos considerado que los mejores arquetipos que se ajustan a ella son Rebelde y Gobernante.

En primer lugar, la clasificación de la plataforma como Rebelde se debe por la principal característica de ambos: la motivación. Los dos buscan cambiar las cosas que no consideran justas o que no funcionan. La meta de “cambiar las estructuras que no funcionan” se puede ver claramente reflejada con el cambio que perseguimos, ya que consideramos que el sistema de prácticas actual no puede sostenerse por mucho tiempo debido a la realidad social en la que vivimos.

En segundo y último lugar, el arquetipo Gobernante está muy relacionado con uno de los objetivos que perseguimos: crear una comunidad con el fin de movilizarse hacia un mismo objetivo. “BECARIXS X UN CAMBIO” quiere convertirse en el principal referente del ámbito de las prácticas y poder guiar a todo el colectivo hacia el cambio que perseguimos.

En pocas palabras, la personalidad que mejor define nuestra plataforma es desenfadada, vibrante, fresca, canalla y sin rodeos.

5. Manifiesto

Por último, hemos realizado un manifiesto a través del cual expresamos el porqué de nuestra plataforma y qué es lo que queremos llevar a cabo para lograr el cambio. Es el siguiente:

Manifiesto de “BECARIXS X UN CAMBIO”

En el marco de las prácticas, los y las becarias nos encontramos ante una situación de plena vulnerabilidad. La poca o nula conciliación con otros trabajos, la no-conciliación, la falta de reconocimiento de nuestro trabajo e incluso las horas extra no son más que evidencias de una falta de empatía por parte de las empresas.

Actualmente, este proceso se gestiona mediante convenios con las universidades, de modo que no hay una relación laboral. Así, las prácticas se enmarcan en una especie de marco legal donde se ha “blanqueado” el hecho de trabajar de forma totalmente gratuita e incluso con malas condiciones.

La misión que perseguimos desde “BECARIXS X UN CAMBIO” consiste en garantizar y promover los derechos de los y las becarias, para que puedan desarrollarse plenamente en sus actividades y trabajar de manera justa y transparente. Con el fin de parar esta precariedad que nos envuelve, desde nuestra plataforma, exigimos diferentes aspectos:

- La aprobación del Estatuto del Becarix, un marco que recoge todos los derechos y deberes de éstos de forma rigurosa.

- Su revisión por parte de sindicatos y miembrxs de nuestra organización

- Una mayor implicación por parte de los y las tutoras de prácticas en la que se asegure el riguroso cumplimiento de las cláusulas establecidas en el contrato de prácticas.

- Revisar todos los contratos de prácticas actuales con el fin de eliminar la figura de lxs “falsxs becarixs”

- Crear un espacio en las universidades donde se asesore al colectivo

Los cambios que perseguimos no son sencillos, ya que implica reformas profundas en los marcos legales. A pesar de ello, estamos decididos a empezar un cambio significativo y crear un sector más transparente para todos los y las becarias.

b. Contenidos de la plataforma

A continuación, tras haber visto toda la estrategia de creación de la plataforma "BECARIXS X UN CAMBIO", explicaremos los diferentes apartados que la conforman y su razonamiento. Presentaremos paso a paso la estructura de las secciones y la motivación que se esconde detrás de cada una.

La plataforma completa se puede consultar a través de este enlace: https://joangayacatala.wixsite.com/my-site

i. "BECARIXS X UN CAMBIO": Home

Imagen 9. Sección '*Home'* de la web

Fuente: elaboración propia

Para comenzar, en este primer apartado presentamos nuestra lucha de manera simple y clara. Al fin y al cabo, se trata de un primer contacto con la plataforma y, por esto, debemos dar a conocer quienes somos y lo que hacemos.

En primer lugar, hemos optado por incluir uno de los *slogans* que hace referencia al contexto de la precariedad que sufre el colectivo de estudiantes en prácticas: “somos becarixs, no esclavxs”. Este, tiene en sí un trasfondo potente con el que pretendemos impactar en los usuarios y crear un mayor vínculo.

Seguidamente, presentamos el fin de la plataforma e incluimos un *Call To Action* para crear comunidad y crecer.

Siguiendo con la estructura, exponemos una serie de datos y evidencias que muestran el panorama del sistema actual de prácticas. Con esto, mostramos la realidad y damos a conocer el problema del que mucha gente no es consciente.

Los datos que hemos utilizado para evidenciar esta situación, son los siguientes:

- “España es el país de la UE que peor paga a lxs becarixs”
- “En 2018, el 87,7% de lxs becarixs no recibió remuneración”
- “A través de lxs becarixs, las empresas consiguen ahorrarse 3.100 millones de € en salarios”
- “En 2018 se descubrieron casi 5.000 falsxs becarixs”
- “7 de cada 10 becarixs dice tener una carga equivalente a la de otrxs trabajadorxs”
- “Existen empresas donde el 80% de su plantilla son becarixs”

Seguidamente, hacemos un llamamiento a la necesidad de un cambio y pasamos a dirigirnos a los tres públicos más importantes para enseñarles cuál es nuestro papel con cada uno.

A continuación, incluimos una breve descripción de cada apartado de la web con un hipervínculo para dirigir al público al contenido. Así, nos aseguramos de presentar de manera breve y resumida lo que la gente se va a encontrar al navegar.

Finalmente, acabamos con otro *Call To Action* para conseguir que la gente se una y un GIF de nuestra lucha que cierra la sección. En el pie de página, incluimos todas las redes sociales y el mail de contacto.

ii. "BECARIXS X UN CAMBIO": About

Imagen 10. Sección '*About'* de la web

Fuente: elaboración propia

En este apartado, explicamos el inicio de nuestra plataforma, de dónde surge nuestro proyecto.

Queremos dar a conocer nuestra historia para conectar emocionalmente con el público. Consideramos que si la gente sabe que el proyecto surge de un Trabajo de Fin de Grado, conseguimos dar un valor añadido al movimiento.
De la misma manera que la población conoce que detrás de *Fridays For Future* está Greta Thunberg, queremos que sepan que detrás de "BECARIXS X UN CAMBIO" están dos becarixs con una visión de reforma.

Para ello, en esta sección presentamos de manera breve y amigable, la fórmula que da con el origen de la plataforma: dos becarixs + necesidad de un cambio + TFG = BECARIXS X UN CAMBIO, junto con un *Call To Action* final para conseguir una mayor comunidad.

iii. "BECARIXS X UN CAMBIO": Censo

Imagen 11. Sección 'Censo' de la web

Fuente: elaboración propia

Otro apartado de la plataforma es el "censo de becarixs". Por mucho que este movimiento y plataforma lo hayamos iniciado dos estudiantes, nuestro cometido es

que sea colectivo. La revolución es para todas las personas y, por ello, queremos crear una sección en la que se visibilice a todos los becarios, becarias y personas aliadas que participan activamente en las acciones de nuestro movimiento. Es el espejo de toda la gente que lucha por un cambio. Queremos darles la representación que se merecen por su gran activismo en el movimiento. Por eso, en este censo, se incluyen las fotografías de todxs estxs miembrxs junto con sus nombres. Además, en esta sección, incitamos a la gente a que forme parte del censo para extender el movimiento.

De esta manera, conseguimos indirectamente despertar el interés de la gente haciendo que quieran estar en este censo. Así, aumentamos la implicación del público y creamos una mayor comunidad.

iv. “BECARIXS X UN CAMBIO”: BECARIXS X INFO

Imagen 12. Sección ‘Becarixs x info’ de la web

Fuente: elaboración propia

Esta sección, concretamente, hace referencia al marco legal que ampara a los becarios. Es la parte más informativa de la plataforma, con la que pretendemos comunicar el contexto que alude a los y las becarias.

Normalmente, toda esta parte de información es la más contundente y farragosa, por lo que queremos huir de esta tendencia y hacerlo más dinámico e interesante. Al fin y al cabo, es necesario estar al corriente del contexto que rodea a este colectivo.

De esta manera, en lugar de difundir la información en formato artículo, lo hacemos en formato *post* reduciendo la información a lo más importante. Es decir, nos centramos en comunicar lo que es verdaderamente relevante, sin rodeos ni redundancia, a través de carruseles. Así, se consigue una comprensión mucho más amena y nos aseguramos de difundir la información de la manera más efectiva.

En cuanto a los temas a tratar, nos centramos en los más básicos y necesarios, en aquellos que consideramos imprescindibles para conocer. Por ejemplo, “¿Qué es el Estatuto del Becarix?”, “Tipos de contratos en prácticas”, o “¿Cómo saber si soy falsx becarix?”, entre muchos otros.

Finalmente, incluimos un *Call To Action* para motivar a la participación y conseguir más integrantes.

v. “BECARIXS X UN CAMBIO”: “Trainee Friendly”

Imagen 13. Sección “Trainee Friendly” de la web

Fuente: elaboración propia

Otro punto muy importante en la plataforma hace referencia a esta sección. Aquí, presentamos una de nuestras iniciativas para conseguir un cambio real en la situación y las condiciones de las personas en prácticas es la creación de un sello. Se trata de una identificación o sello que garantiza que la empresa cumple con todos los derechos de los y las becarias.

Esta idea parte de referencias como el “Cruelty free”, “B Corp” o “Fairtrade”. Todos ellos, son certificaciones mercantiles que tienen el objetivo de asegurarse el cumplimiento de los requisitos fijados y relacionados con la causa social, cultural o medioambiental que persiguen.

Por ejemplo, si hacemos referencia a la certificación “B Corp”, si una empresa desea poseer esa etiqueta a través de la cual declara que cumple con los más altos estándares de desempeño social y ambiental, responsabilidad y transparencia[104], es necesario que la empresa logre la certificación otorgada por la organización certificadora oficial del lugar donde la empresa está domiciliada[105].

Para obtener dicha acreditación, el procedimiento a seguir funciona de la siguiente manera. En primer lugar, la empresa debe llevar constituida al menos doce meses, tiene que someterse a una evaluación (Evaluación de Impacto B o *B Impact Assessment*), contestando a unas 175 cuestiones distribuidas en cinco áreas. Hay que destacar que no todas ellas tienen la misma puntuación o valoración[106].

Otro aspecto a destacar acerca de este tipo de certificaciones, es que su otorgación conlleva un pago anual y este varía en función de la facturación de la empresa. Por ejemplo, en el caso comentado anteriormente del certificado “B Corp”, la cuota mínima son 500 euros cuando la empresa facture menos de 150.000 euros al año[107].

[104] B Corp: mucho más que una certificación, un movimiento en continua evolución. (s.f.) *B Corp*. Recuperado el 19 de enero de https://www.bcorpspain.es/blog/b-corp-movimiento

[105] Montiel Vargas, A. (2022). Las Empresas B (*B Corps*) y la regulación de las sociedades con propósito (*benefit corporations*) en Derecho comparado.*REVESCO: Revista de Estudios Cooperativos*. Ediciones Complutense. ISSN: 1885-8031. DOI: https://dx.doi.org/10.5209/REVE.82253

[106] *Idem*

[107] Salmerón Lechuga, P. (2019). Análisis de la certificación B Corp. Universidad Politécnica de Cartagena.

Tabla 9. Tarifa anual acreditación B Corp.

VENTAS ANUALES	CUOTA ANUAL DE CERTIFICACIÓN
€0 - €149,999	€1,000
€150,000 - €499,999	€1,250
€500,000 - €999,999	€1,500
€1 MM - €1,999,999	€2,000
€2 MM - €2,499,999	€2,000
€2,5 MM - €4,999,999	€2,500
€5 MM - €7,499,999	€3,000
€7,5 MM - €9,999,999	€4,000
€10 MM - €14,999,999	€6,000
€15 MM - €19,999,999	€8,500
€20 MM - €29,999,999	€12,000
€30 MM - €49,999,999	€16,000
€50 MM - €74,999,999	€20,000
€75 MM - €99,999,999	€25,000
€100 MM - €174,999,999	€30,000
€175 MM - €249,999,999	€35,000
€250 MM - €499,999,999	€40,000
€500 MM - €749,999,999	€45,000
€750 MM - €999,999,999	€50,000
€1 B - €2,999,999,999	€50,000

Fuente: página corporativa B Corp

De esta misma manera, desde “BECARIXS X UN CAMBIO” llevamos a cabo la creación de “Trainee Friendly”, un certificado mercantil que tiene como objetivo asegurarse del cumplimiento de los derechos del colectivo de estudiantes en prácticas pensado para identificar a esas empresas que cumplen con las condiciones y, así, promover una red de organizaciones fieles y comprometidas con la lucha.

Al igual que con el resto de certificaciones, para la posesión del sello “Trainee Friendly”, las empresas deberán cumplir una serie de requisitos respecto a las condiciones de las personas en prácticas. Como consecuencia de la implementación de este sello en diferentes corporaciones, logramos llevar un control de la situación y, además, incentivar a estas empresas a conseguir esta acreditación.

Buscamos, por un lado, que sean las propias empresas las que buscan y necesitan este sello para lograr posicionarlas en la sociedad. Conseguir que el sello sea una forma más de posicionarse socialmente hacia la lucha por los derechos humanos y la igualdad.

De esta forma, estamos hablando de la creación de una Sociedad de Beneficio e Interés Común (SBIC), una nueva figura empresarial que, voluntariamente, decide recoger en su estatuto su compromiso con la generación explícita de impacto positivo a nivel social y medioambiental a través de su actividad y su sometimiento a mayores niveles de transparencia en el desempeño de aquellos objetivos sociales y la toma en consideración de los grupos de interés relevantes en sus decisiones[108].

Por otro lado, también queremos que esta necesidad de las empresas sea consecuencia de la activación por parte de las integrantes de nuestro movimiento, como requisito para trabajar ahí.

Gráfico 5. Diseño del sello “Trainee Friendly”

Fuente: elaboración propia

De esta manera, en este apartado de la plataforma, nos centramos en explicar más detalladamente en qué consiste esta iniciativa, mostrando un listado de todas las

[108] Pinazo Petit, M. (13 de marzo de 2023). Sociedades de beneficio e interés común. *Dictum abogados*. Recuperado el 22 de abril de https://dictumabogados.com/e-dictum-publicaciones-derecho-mercantil/sociedades-de-beneficio-e-interes-comun/30754/

empresas que ya cuentan con la garantía y demás contenidos que pertenecen a esta iniciativa.

Sin embargo, al ser un proyecto que requiere de una fase previa legal con la que actualmente no contamos, en la web aparece solamente la presentación del proyecto, dando a conocer que saldrá próximamente.

vi. “BECARIXS X UN CAMBIO”: Shop

Imagen 14. Sección ‘*Shop*’ de la web

Fuente: elaboración propia

Finalmente, con el fin de crear comunidad, hemos optado por la iniciativa del *merchandising* como herramienta. Queremos conseguir que lxs propixs miembrxs de “BECARIXS X UN CAMBIO” sean quienes se sientan orgullosos y orgullosas de llevar las prendas e incluso puedan identificarse entre ellxs.

Además, aparte de crear comunidad, a través del merchandising, conseguiremos indirectamente difundir la plataforma y los mensajes reivindicativos.

De esta manera, hemos llevado a cabo diseños para camisetas, libretas, tazas y pegatinas, ya que son los elementos con más vínculo con la plataforma y el movimiento. Así, al ser productos que lxs miembrxs utilizan en las prácticas, constituyen una forma de entrar en el ámbito del trabajo y hacer pública su denuncia ahí.

Por este motivo, en la web de “BECARIXS X UN CAMBIO” presentamos esta sección dando a conocer el verdadero objetivo: difundir nuestro mensaje, además de exhibir todo el contenido facilitando su compra.

6. PLAN DE COMUNICACIÓN DE LA PLATAFORMA

Una vez creada la plataforma “BECARIXS X UN CAMBIO”, es el momento de pasar a la acción. Es hora de determinar todo el proceso y toda la estrategia a seguir para darla a conocer.

En el siguiente plan de comunicación nos hemos guiado en función de las etapas del *funnel* y lo hemos dividido en tres fases, cada una con un objetivo diferente.

Además, detallamos los puntos de contacto o *touchpoints* que intervendrán y las diferentes iniciativas que se persiguen en cada una de ellas. Por último, hemos incluido también un apartado de líneas futuras en el que presentamos otro proyecto que nos gustaría llevar a cabo a través de la plataforma a largo plazo.

Antes de pasar a desarrollarlo, cabe mencionar que como plataforma, iniciamos un movimiento con el fin de extenderlo de manera global, independientemente de

profesiones y límites territoriales, ya que esta situación no entiende este tipo de parámetros. Sin embargo, desde “BECARIXS X UN CAMBIO” hemos apostado por iniciar la campaña desde lo local y personal.

Consideramos que primero debemos actuar a menor escala para luego crecer y llegar más allá. De esta manera, en primer lugar, hemos decidido centrarnos en el ámbito que nos repercute como actuales estudiantes de Publicidad y Relaciones Públicas: el de la comunicación, en Barcelona e incluso en un primer centro: la Universitat Autònoma de Barcelona.

Así, nos focalizamos en realizar acciones que se dirigen principalmente a este público y a este contexto con el fin de actuar con mayor precisión y poder llegar a tener un primer impacto más fuerte en el colectivo.

Finalmente, también debemos añadir que en el presente plan de comunicación hemos dado prioridad sobre todo a la fase inicial, la de lanzamiento. Esto se debe a que sin que lxs becarixs conozcan la plataforma y sin una comunidad fuerte y sólida, las fases posteriores no tienen sentido.

De este modo, queremos trabajar de forma muy profunda estos dos objetivos en esta primera fase. De todas maneras, en las fases posteriores también entramos en detalle con acciones más específicas para poder realizar una “previsión” del movimiento y llevarlo más allá.

a. Objetivos

Los objetivos son los resultados específicos del desarrollo o consecución de la misión de la plataforma y, por ello, son el primer paso para definir un plan de comunicación.

En este caso, al tratarse de un proyecto que parte desde cero, los objetivos principales son:

- Visibilizar el problema
- Dar a conocer la plataforma “BECARIXS X UN CAMBIO”
- Construir una comunidad sólida
- Difundir las iniciativas creadas por el propio movimiento

b. Fase 1

En esta primera fase, queremos posicionarnos en el mercado como una plataforma que visibiliza toda la problemática actual que concierne a lxs becarixs. De este modo, nos centramos sobre todo en las etapas que se encuentran en el *up funnel* del *Consumer Journey Map*. Queremos definir de forma clara y concisa cuáles son los objetivos que perseguimos como plataforma.

El principal objetivo en esta fase inicial es dar a conocer “BECARIXS X UN CAMBIO”, conseguir que el colectivo de becarixs nos conozca y crear comunidad entre ellxs. Pretendemos convertirnos en el centro de atención para exponer el problema y que la gente nos tenga como principal referente en el ámbito de las prácticas. Al fin y al cabo, somos una plataforma nueva, un movimiento nuevo, de modo que es desconocida por todo el colectivo en prácticas, empresas y escuelas.

Como ya hemos comentado, la falta de un movimiento que lidere esta lucha y la entrada en juego del borrador del Estatuto del Becario nos brindan una gran oportunidad para posicionarnos en la sociedad y trabajar este *top of mind* entendido como un referente en la causa.

i. Touchpoints principales

Para la consecución de dicho objetivo, primero hemos considerado los puntos de contacto más adecuados para transmitir este tipo de mensajes. Dado que estamos

buscando trabajar las primeras fases del *up funnel,* en este caso hemos priorizado aquellos touchpoints con mucho alcance para hacer hueco a esta problemática pero a la vez también precisos, para conseguir una comunicación más efectiva.

- *Redes sociales*

Dada la época digital en la que nos encontramos, hemos visto las redes sociales como un aspecto clave a tener en cuenta. Crear una cuenta propia en las principales redes sociales como Instagram (@becariosporuncambio) y TikTok nos pueden brindar la oportunidad perfecta para trabajar el fenómeno de la viralización. Además, LinkedIn constituye un territorio muy interesante debido a su naturaleza de "red social para profesionales del sector", de modo que también queremos crear nuestro propio espacio ahí.

- *Exterior*

Además, otro punto de contacto que no podemos obviar es el "exterior" como medio eficaz para conseguir llegar a la gente. Este *touchpoint* constituye un factor muy importante en cuanto a la visión de la realidad por parte de la gente, ya que aunque las redes sociales permiten mucho más alcance, su connotación de "digital" hace que no sea tan cercano.

Especialmente, la propia universidad es el sitio que puede llegar a dar mejores resultados, puesto que es el lugar que reúne lxs propixs y futurxs miembrxs que formarán parte de nuestra lucha. Así, podemos empezar a establecer un contacto más directo con ellos y trabajar la relación a un nivel más personal. En nuestro caso, la universidad que tomamos como referencia para lanzar nuestra comunicación en un primer momento es la Universidad Autónoma de Barcelona.

- *Agencias de comunicación y publicidad*

Finalmente, un touchpoint que también podríamos incluir en exterior son las propias agencias de publicidad a las cuales queremos dirigirnos en esta fase inicial. Aunque es el punto de contacto más concreto, creemos que puede servir de gran ayuda para empezar a dar datos específicos que terminan demostrando el motivo por el cual empezamos la lucha.

ii. Iniciativas

Además de centrarnos en una comunicación plenamente informativa para darnos a conocer, también llevamos a cabo otras iniciativas que acaban de completar los objetivos que perseguimos en esta fase.

- *Merchandising*

Con el fin de conseguir crear comunidad, también es pertinente hacer hincapié en el sentido de pertenencia, ya que al fin y al cabo este es inherente al ser humano, como una necesidad[109]. En cuanto a este último concepto, las personas sentimos una motivación intrínseca por pertenecer. Los seres humanos no solamente buscamos tener relaciones interpersonales, sino también mantenerlas a largo plazo. Además, esta motivación por pertenecer comprende comportamientos, patrones emocionales y bienestar[110].

Así, un punto clave es la creación de propio *merchandising*, la producción de distintos elementos de venta a través de los cuales buscamos reforzar el sentimiento de pertenencia al movimiento. Además, con esta técnica también logramos en cierta medida extender nuestro movimiento y llegar a otros públicos objetivos.

---

[109] Corona, A. (2020). El sentido de pertenencia, una estrategia de mejora en el proceso formativo en las artes. *Scielo*. *13*(2). ISSN: 1688-7468. DOI: https://doi.org/10.22235/pe.v13i2.2172

[110] Baumeister, R., y Leary, M. (1995). The need to belong: Desire for interpersonal Attachments as a Fundamental Human Motivation. *Psychological Bulletin*, *117*(3).

c. Fase 2

En esta fase, una vez hayamos logrado dar a conocer los motivos por los cuales luchamos y nos hayamos hecho un hueco en el imaginario colectivo de lo que serán lxs futurxs miembrxs del movimiento, nuestro objetivo principal es conseguir tener un rol activo a través de distintas iniciativas. Queremos pasar a la acción como los creadores del movimiento y empezar a trazar las líneas de lo que será el cambio que pretendemos lograr.

Así mismo, en esta etapa ya queremos trabajar las fases centrales del *Consumer Journey Map*. Llegados a este punto, creemos fundamental dar prioridad a la creación y posterior difusión de herramientas que beneficien nuestra lucha y empiecen a tener una repercusión más directa en la sociedad.

i. *Touchpoints* principales

Para difundir todos estos proyectos que veremos a continuación, nos apoyaremos sobre todo en nuestros perfiles de redes sociales mencionados anteriormente y, por otra parte, en la creación de convenios con las empresas que estén interesadas en la certificación de “Trainee Friendly”.

ii. Iniciativas

- *Sello “Trainee Friendly”*

Por un lado, lanzaremos la implementación del sello “Trainee Friendly” como una vía futura que asegure al colectivo los derechos por los que velamos y la seguridad de que serán escuchados.

- *Podcast “Lxs del café”*

Por otro lado, con el fin de conseguir la identificación y trabajar el vínculo más emocional con nuestro principal público objetivo, daremos lugar a la creación de un *podcast*. Éste, tiene como nombre “Lxs del café”.

A través del *podcast*, buscamos crear un espacio en el cual charlar de forma distendida acerca de nuestras propias experiencias en esta postura y poder narrarlo en primera persona. Para hacer un guiño al *naming*, durante las charlas beberemos café con la taza que forma parte de nuestro *merchandising*.

Contar con invitadxs también nos ayudará a extender el movimiento más allá de este ámbito y lograr una identificación más general respecto a la situación. Pretendemos que sean conversaciones informales, relajadas y naturales en las que podamos exponer cómo nos sentimos respecto a esta realidad que nos ha tocado vivir.

El *naming* del *podcast* es totalmente irónico y a modo de burla. Esto se debe a que la figura del becario o becaria siempre ha estado relacionada con ser las personas que traen “el café” a sus superiores, reduciendo su actividad y valor a simples tareas mecánicas que nadie quiere hacer, ya que está considerado que sus capacidades no llegan a más.

Así, el *podcast* se publicará de forma semanal y tendrá una duración de entre 30 y 45 minutos. Cabe destacar que hemos hecho una previsión de los episodios que conformarían una primera temporada para organizar la temática a tratar y comprobar si el tema de las prácticas puede dar tiene suficiente jugo para sacar.

Tabla 10. Previsión del contenido del podcast "Los del café"

	Título del capítulo	Contenido
Capítulo 1	¿Por qué estamos aquí?.	Visibilización de la problemática y de la plataforma "BECARIXS X UN CAMBIO".
Capítulo 2	Las prácticas curriculares, "los juegos del hambre".	¿Por qué escogimos las agencias en las que terminamos? ¿Cuál ha sido la realidad? ¿Quiere todo el alumnado la misma empresa?.
Capítulo 3	"Cada semana me mandan a comprar al Mercadona".	Anécdotas durante las prácticas
Capítulo 4	Los touristas visitan "Lxs del café".	Episodio especial con nuestrxs compañerxs del Tour del C de C. Nuestra experiencia.
Capítulo 5	El día del becarix, nuestro día.	¿Cómo vivimos ese día?, ¿por qué es necesario?, nuestras recomendaciones para vivirlo.
Capítulo 6	Después de las prácticas curriculares… ¿Qué?.	Experiencias distintas de nuestro círculo cercano: máster, otras prácticas extracurriculares, trabajo…
Capítulo 7	Especial verano: ¿cómo sobrevive unx becarix a final de mes en verano?.	Nuestros imprescindibles para pasar un buen verano sin tener que gastar mucho dinero.
Capítulo 8	Septiembre, con "S" de "se vienen cositas".	Cómo se nos presenta septiembre, consejos para lxs becarixs que vayan a empezar, etc.

Fuente: elaboración propia

d. Fase 3

Finalmente, en esta tercera fase, buscamos trabajar el último objetivo de la plataforma: buscar una reforma en el sistema de prácticas, conseguir la aprobación del Estatuto del Becarix. Para ello, debemos prever y definir de forma muy concreta cómo evolucionará el movimiento, cómo reaccionará la población y saber responder a las futuras necesidades que puedan surgir en ese momento.

De este modo, llegados a este punto, nuestra misión principal es enseñar la evolución del propio movimiento, cómo, poco a poco, estamos llegando a ese cambio tan necesario que planteamos con el fin de mantener activos y motivados a lxs miembrxs del movimiento.

De esta forma, nos centramos en las etapas que se encuentran en el *low funnel*, dando por hecha la respuesta positiva de la población respecto “BECARIXS X UN CAMBIO”. Por este motivo, creemos que es el momento idóneo para cruzar la barrera que suponen las redes sociales, las acciones *one shot* y conseguir la movilización real de la gente.

i. *Touchpoints* principales

Así, además de continuar con la comunicación a través de las plataformas sociales de “BECARIXS POR UN CAMBIO”, pasaremos al medio exterior para lograr un mayor impacto.

ii. Iniciativas

- *Manifestación*

La técnica que realizaremos para cruzar esta “barrera virtual” y conseguir la movilización activa es la creación de una manifestación. La fijación de un día, lugar y hora en la que todo el colectivo se reúna para luchar por este cambio constituye un factor clave a la hora de estrechar lazos entre lxs miembrxs y hacerles tener un rol activo a ellos, ver qué pueden hacer algo por cambiarlo.

“BECARIXS X UN CAMBIO” no solo es una plataforma, es un movimiento social y la manifestación al fin y al cabo es la manera por excelencia a través del cual un grupo lucha por derechos que le son negados.

La finalidad de esta acción es mostrar cómo existe una parte significativa de la población que está disconforme con la manera en la que se regulan actualmente las prácticas, con el fin que los organismos gubernamentales lleguen a considerar esta petición y se ponga sobre la mesa el inicio de la reforma de este sistema.

Por otra parte, llevar a cabo esta acción también es de vital importancia porque tal y como afirmaba Ellen Rowland, una de lxs miles de protestantes anti Trump, "Es importante protestar porque nos da esperanzas. Había tanto optimismo que me hizo creer que era posible cambiar las cosas”.[111]

Sentir el poder de la masa lleva a una motivación personal en la que lxs miembrxs del colectivo se retroalimentan y dan coraje los unos a los otros, fomentando además de la participación, el estrechamiento de vínculos entre ellos.

e. Líneas futuras

Finalmente y, como consecuencia de una gran respuesta activa por parte del público objetivo, nos gustaría incorporar la creación de un nuevo apartado en nuestra plataforma llamado “BECARIXS X BECARIXS”, un foro.

[111]Perasso, V. (24 de noviembre de 2018). ¿Para qué sirve realmente protestar? *BBC News*. Recuperado el 24 de abril de 2023 de https://www.bbc.com/mundo/noticias-44968621

Con el objetivo de crear una comunidad mayor y más fuerte, es una buena oportunidad realizar un foro por y para esta gente en situación de prácticas o, dicho de otra manera, “de personas becarias para personas becarias”.

Es decir, se trata de incorporar un espacio en el que todas esas personas que estén realizando sus prácticas y que tengan dudas, problemas o que simplemente quieran compartir su experiencia, lo puedan comunicar libremente.

Tras el foro, contaríamos con un equipo legal que forma parte de la propia plataforma, el cual se encargaría de resolver todas las consultas y mensajes que los y las becarias dejen.

Cabe destacar que, con esta acción, pretendemos generar una conversación cercana y amigable para que los y las usuarias se sientan comprendidas y apoyadas. Es una manera de interactuar con el público y, además, de una forma colaborativa.

La complejidad de esta acción hace que deba plantearse como una línea futura de acción, pero es una forma de demostrar cómo el movimiento tiene una infinidad de posibilidades y necesidades que cubrir. Al fin y al cabo, con la plataforma “BECARIXS X UN CAMBIO” perseguimos un movimiento necesario con el que pretendemos llevar más allá de un simple trabajo, así que el no poder contar con un equipo legal desde un principio es el motivo que hace que esta acción se vea reducida como parte de esta fase final.

7. PLAN DE ACCIONES

Por último, toda esta estrategia y plan de comunicación desemboca en un plan de acciones que desarrollaremos a continuación.

a. Fase 1

i. Charlas informativas

- *Intervención en las* "Jornadas de bienvenida*" de la Universidad Autónoma de Barcelona*

Antes del inicio del curso escolar, suelen realizarse una especie de "Jornadas de bienvenida" para los alumnos de primer curso. Estas, tienen el objetivo de informar al alumnado sobre el funcionamiento del curso e incitar las primeras relaciones entre ellos y ellas. De este modo, una reunión en la que se juntan lxs futurxs becarixs, es el momento idóneo para empezar a hacer eco de esta problemática, informarlos sobre la existencia de la plataforma y empezar a captar primeros seguidores.

Imagen 15. Cartel informativo sobre las "Jornades de Benvinguda" del curso 2022/2023

Fuente: UAB

Nuestra misión en esta charla se basa en darnos a conocer, visibilizando una realidad escondida de lo que se presenta. Buscamos lograr que estas personas, “futuras becarias”, se interesen por nuestra causa, ya que van a ser el principal colectivo afectado y esta lucha es para su propio beneficio. Así, tenemos la oportunidad de empezar a unir gente comprometida y conseguir que empiecen a seguirnos en redes sociales (Instagram y TikTok) y lleguen a la plataforma.

ii. Convocatoria Plaça Cívica

Con el fin de presentarnos y empezar a trabajar la creación de una comunidad, consideramos muy importante llevar a cabo una reunión con el estudiantado. Así, en la Universitat Autònoma de Barcelona existe un fuerte movimiento estudiantil encabezado por sindicatos como el SEPC.

A través de esta acción, buscamos crear una especie de convocatoria o asamblea con el colectivo del SEPC, ya que estos cuentan con una comunidad muy sólida. En este punto, tanto “BECARIXS X UN CAMBIO” como el SEPC comparten valores y ambos luchan por una educación y formación de calidad, de modo que lxs miembrxs del SEPC pueden llegar a interesarse por nuestra propuesta.

Así, queremos utilizar el altavoz que supone este sindicato como herramienta para dar a conocer la plataforma y empezar a crear una comunidad sólida.

En un principio, llevaremos a cabo una reunión con lxs miembrxs del sindicato en la cual les presentaremos nuestra propuesta como plataforma y posteriormente, haremos la petición de realizar un evento colectivo en el cual unir ambos movimientos. La convocatoria tendría lugar en la Plaça Cívica un jueves por la tarde, ya que es un momento muy concurrido y al terminar la semana, el alumnado dispone de un mayor tiempo para socializar y puede llegar a tener más tiempo para unirse.

iii. Impreso

- *Folletos*

En todos los actos que realicemos o intervengamos, repartiremos unos folletos que difundirán el mensaje principal de nuestra plataforma. En estos, plasmamos los datos y evidencias que hacen necesario nuestro movimiento e invitamos a formar parte de él. Además, también incluimos un código QR a través del cual pueden acceder a la plataforma y, finalmente, el usuario de nuestras redes sociales.

Así, también nos colocaremos entre la estación de Ferrocarriles y la Plaça Cívica para repartir estos folletos, llegando a muchas otras personas que no hayan acudido a los eventos realizados.

Imagen 16. Folletos repartidos en las charlas informativas

Fuente: elaboración propia

iv. Exterior

- *Street marketing: carteles en papeleras y contenedores*

Esta acción es consecuencia del objetivo de conseguir un alcance notorio en la propia universidad. Con el fin de generar expectación, queremos llevar a cabo una acción muy visual y con un tono irónico, aunque entendible. Además, consideramos que cuanto más visual y atractiva se haga la acción, más repercusión puede llegar a tener, incluso llegando a las redes sociales.

Partiendo del objetivo de presentar la plataforma al estudiantado, difundir nuestro mensaje principal y hacer que nuestro movimiento tenga un aire más irónico y reivindicativo, llevaremos a cabo la distribución de carteles en las papeleras y contenedores.

Éstos van a hacer una metáfora entre lo que contienen estos depósitos (basura) y las condiciones y situaciones que caracterizan las experiencias de la gente que se encuentra en prácticas. Finalmente, también queremos usar esta acción para hacer eco de nuestra plataforma y presentar “BECARIXS X UN CAMBIO”, de modo que incluiremos un código QR que lleve directamente a la plataforma.

Los carteles, por motivos de localización e idioma, los difundiremos en catalán, como muchas otras acciones futuras.

Imagen 17. Carteles en papeleras y contenedores

Fuente: elaboración propia

- *Lonas en universidades*

Así, en la Universidad Autónoma de Barcelona es muy común la distribución de lonas reivindicativas debido al campus universitario. De esta manera, queremos presentarnos ahí de forma generalizada para el estudiantado de todo el campus. Esto lo realizaremos a través de la distribución de lonas que difundirán nuestro mensaje. Concretamente, utilizaremos datos propios de la UAB para apelar directamente al alumnado facilitados por la Assemblea de Comunicació de la UAB.

Así, la estética que adoptará dicha lona va a seguir la utilizada en la UAB. Así, consiste en una estética desenfadada y hecha a mano a través de un lienzo en blanco que cuenta con grandes dimensiones y pintura, en este caso, *graffiti* azul. Sin embargo, para poder tener una idea de la composición que seguiría y el mensaje que incluiría, hemos realizado el siguiente diseño:

Imagen 18. Diseño estructura lona para la UAB

Fuente: elaboración propia

- *Carteles en el tablón de anuncios*

Siguiendo con el objetivo de llenar la UAB con mensajes sobre nuestra plataforma, queremos aprovechar el espacio que brindan las facultades para presentarnos. Así, el tablón de anuncios es un lugar que reúne actividades, iniciativas, movimientos… y debemos crear un lugar ahí para “BECARIXS X UN CAMBIO” , ya que este tablón permite mucha visibilidad para el alumnado del centro.

Imagen 19. Cartel para el tablón de anuncios

Fuente: elaboración propia

- *Carteles en los ferrocarriles (FGC)*

Otro punto de contacto muy interesante es la estación de Ferrocarrils de la UAB, un lugar muy transcurrido por todos y todas. Así, en estos lugares queremos presentar la plataforma a través de unos carteles que aluden al cambio. Hemos utilizado algunos insights recogidos en la encuesta que hacen referencia a la comodidad que caracteriza al alumnado ante esta situación.

Aunque están disconformes con esta problemática, muchos no actúan por inercia. Así, estos carteles se basan en la corrección de algunos pensamientos, demostrando que sí que es posible un cambio, y que este lo encabezamos todos y todas bajo “BECARIXS X UN CAMBIO”.

Imagen 20. Cartel para el tablón de anuncios

Fuente: elaboración propia

- *Pegatinas en lugares públicos (baños, farolas, etc.)*

Un recurso que queremos utilizar para conseguir una mayor difusión del movimiento es el uso de pegatinas. De este modo, las colocaremos en farolas, bancos, baños, barandillas, etc. para conseguir crear más ruido.

Además, debemos destacar que estas también serán difundidas en todos los actos realizados, repartidas juntamente con los folletos (los cuales hemos detallado anteriormente) y a través del merchandising, también serán regaladas bajo cualquier compra. Así, queremos que el colectivo las pegue personalizando cualquier herramienta de “trabajo”, posicionándose dentro del movimiento.

Así, esta herramienta tiene como objetivo, además de dar a conocer el movimiento, servir como método de queja pública, ya que al colocar, por ejemplo, la pegatina en el portátil para las prácticas, se está lanzando el mensaje de forma subliminal e indirecta.

Imagen 21. Pegatina

Fuente: elaboración propia

v. Creación de "LUNES X UN CAMBIO"

Como ya comentamos en el plan de comunicación, con la creación del *merchandising* queremos fomentar la creación de comunidad. Así mismo, con el fin de llevar estas prendas más allá del día a día y utilizarlas como mecanismo para la revolución, crearemos "EL LUNES DEL CAMBIO".

Esta acción consiste en fijar un día al mes, en este caso el último viernes, como el día para que todo el colectivo lleve las prendas a sus puestos de trabajo. La difusión de esta acción se llevará a cabo a través del perfil de Instagram.

Por otra parte, con el fin de interactuar con lxs integrantes del movimiento, en redes sociales crearemos un *hashtag* para que cuelguen imágenes en las que enseñan cómo las han llevado. La etiqueta, en este caso, será #lunesXuncambio.

vi. Redes Sociales

- *Instagram*
  - Presentación de datos que reflejan la situación

Con este tipo de información queremos presentar en redes sociales a través de *posts* la realidad desde una perspectiva totalmente objetiva. Así, conseguir transmitir que estas son las motivaciones que impulsan nuestra razón de ser y la importancia de nuestra causa. Queremos impactar en el público objetivo con el fin de empezar a tener primerxs miembrxs.

Imagen 22. *Posts* datos

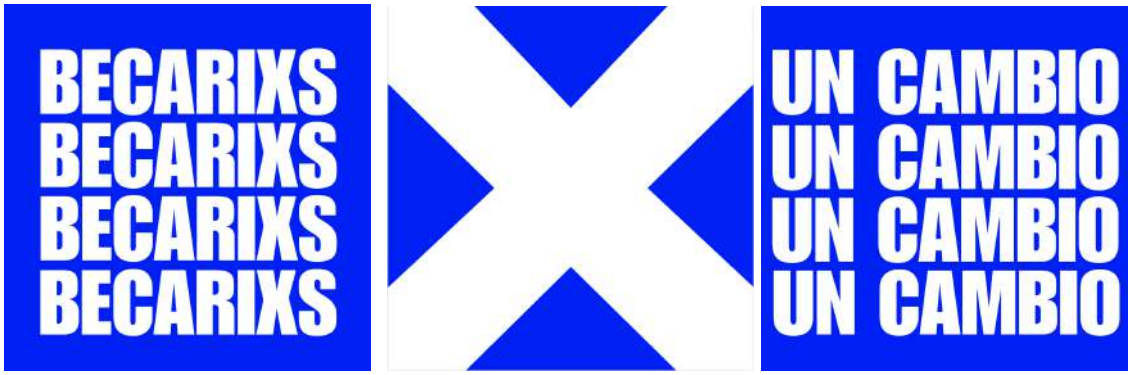
Fuente: elaboración propia

- Presentación de datos que reflejan la situación

Posteriormente, realizaremos otros *posts* que hacen referencia a estos datos, usándolos como pretexto para la creación de “BECARIXS X UN CAMBIO”, a través de los cuales queremos dar a conocer también nuestros mensajes principales como “Somos becarixs, no esclavxs”.

Además, siguiendo el carácter informativo de los *posts* de los datos, presentaremos la plataforma: quiénes somos, qué hacemos, qué queremos lograr. Todo esto, lo acompañaremos también del manifiesto, el cual se podrá consultar en nuestra plataforma y *posts* de carácter estético.

Imagen 23. *Posts* presentación “BECARIXS X UN CAMBIO”



Fuente: elaboración propia

- <u>Presentación del apartado “BECARIXS X INFO”</u>

Dado que uno de los objetivos que buscamos en esta fase de lanzamiento es dotar al colectivo de información para que sean conscientes de su situación por completo, creemos esencial difundir en Instagram el apartado de “BECARIXS X INFO”. Este tipo de contenido consiste en una sección en la que difundiremos a modo carrusel los distintos artículos que presentamos en la plataforma.

Imagen 24. *Posts* presentación “BECARIXS X INFO”

Carrusel 1:

Carrusel 2:

"Contrato de becarixs"
(no es un contrato, es un convenio)
• Dirigido a estudiantes
• Objetivo: formación práctica
• No se considera relación laboral oficial
De aquí nace
BECARIXS X UN CAMBIO
#becariosXinfo

Carrusel 3:

¿Soy
TRAINEE O
BECARIX?
#becariosXinfo

Según el...
OBJETIVO
• TRAINEE:
Adquirir habilidades y conocimientos específicos para una futura carrera profesional.
• BECARIX:
Aplicar los conocimientos adquiridos en la formación académica.
#becariosXinfo

Según el...
PERFIL
• TRAINEE:
Personas con un título (universitario, de FP o certificado personal).
• BECARIX:
Estudiantes universitarios o de FP.
#becariosXinfo

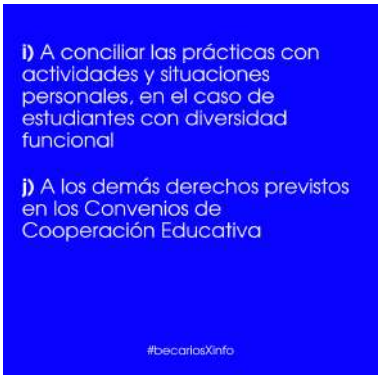
Según el...
TIPO DE RELACIÓN
• TRAINEE:
Relación laboral. Contrato de prácticas o contrato de formación.
• BECARIX:
Relación no laboral. Convenio entre empresa y centro educativo.
#becariosXinfo

Según el...
SALARIO
• TRAINEE:
No inferior al SMI (Salario Mínimo Interprofesional).
• BECARIX:
Remuneración voluntaria por parte de la empresa.
#becariosXinfo

Según la...
DURACIÓN
• TRAINEE:
De 6 meses a 2 años.
• BECARIX:
Horas exigidas por el centro educativo.
#becariosXinfo

Carrusel 4:

Carrusel 5:



Fuente: elaboración propia

- Presentación del *merchandising*

De esta forma, en Instagram también crearemos unos posts en los que presentaremos los artículos que conforman “el cambio” para animar a comprarlos, a que los lleven a sus puestos de trabajo, a que se lo regalen a sus compañerxs, etc.

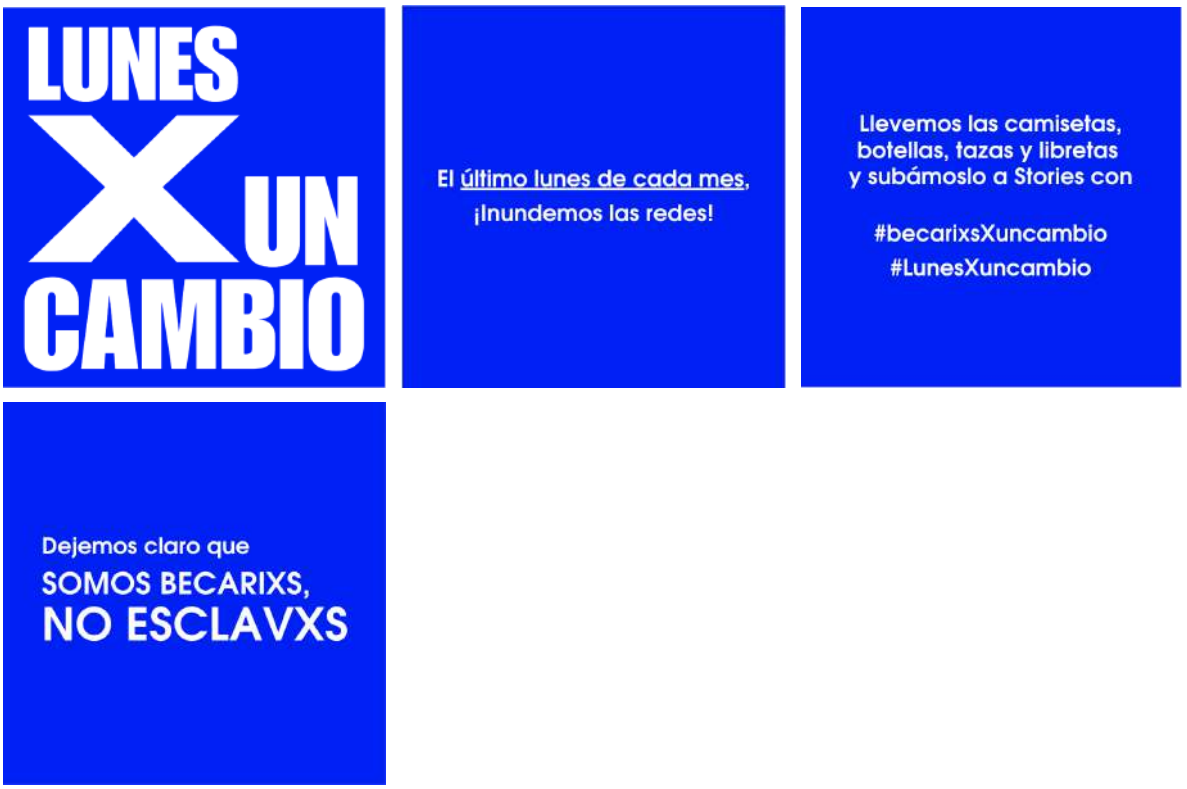
Imagen 25. *Posts* presentación *merchandising*

Fuente: elaboración propia

- Presentación de la iniciativa “LUNES X UN CAMBIO”

Como ya hemos podido ver, en Instagram pretendemos presentar todas las iniciativas que realicemos, de modo que después de la presentación del merchandising y para fomentar que lxs miembrxs del colectivo lleven las prendas, presentaremos la iniciativa de “LUNES X UN CAMBIO” y el hashtag bajo el cual colgar las imágenes.

Imagen 26. *Posts* presentación “LUNES X UN CAMBIO” en Instagram



Fuente: elaboración propia

- **TikTok**

    - Clips pegando pegatinas en los espacios públicos

En esta plataforma buscamos la viralidad, ya que tanto el algoritmo como el carácter rápido del tipo de contenido que se difunde en ella es más fácil lograr que nuestro mensaje llegue a más personas.

De esta manera, a través de esta acción, mostraremos a modo de *making off* el proceso de pegar las pegatinas en las farolas, bancos, baños, barandillas, etc. De este modo, conseguimos difundir la acción.

    - Sección de entrevistas preguntando a personas acerca de sus condiciones de prácticas / experiencias

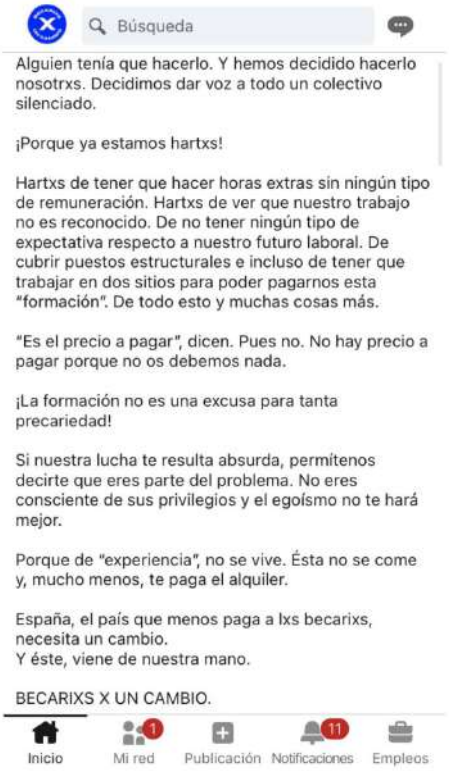
En TikTok es muy común un tipo de contenido en el que se sale a la calle para preguntar a las personas de a pie sobre diferentes cosas. Desde qué música están escuchando hasta qué opinan sobre el aborto, pasando por el precio del alquiler e incluso enseñando sus casas.

De este modo, creemos que este formato nos puede permitir, por un lado, darnos a conocer como plataforma y, por otro lado, difundir la realidad de muchas personas. Cabe destacar que este contenido suele generar mucho interés y estos *clips* pueden llegar a viralizarse.

- *LinkedIn*
    - Presentación de “BECARIXS X UN CAMBIO”

Esta red social, debida a su carácter más “profesional” y la cual está destinada a compartir experiencias laborales, “BECARIXS X UN CAMBIO” debe tener presencia ahí para que el colectivo cuente con el apoyo.

Imagen 27. *Post* presentación de “BECARIXS X UN CAMBIO” en LinkedIn



Fuente: elaboración propia

- <u>Creación del marco “X UN CAMBIO”</u>

Con el fin de crear comunidad en esta red social y que lxs becarixs manifiesten su disconformidad con la situación, daremos lugar a la creación de un marco para la foto de perfil.

En LinkedIn es muy común el uso de estos marcos con mensajes como “Open to work”, donde das a conocer que estás interesado en trabajar. A continuación podemos encontrar una imagen que lo ejemplifica.

Imagen 28. Marco para foto de perfil en LinkedIn

Fuente: LinkedIn

Así, queremos utilizar esta tendencia para crear un marco que identifique a los becarios y que, a través de este, puedan expresar su disconformidad con la situación. El marco tiene como mensaje “BECARIX X UN CAMBIO”, a través del cual también podremos identificar lxs miembrxs interesados en nuestro movimiento.

Imagen 29. Diseño de marco “X UN CAMBIO”

Fuente: elaboración propia

b. Fase 2

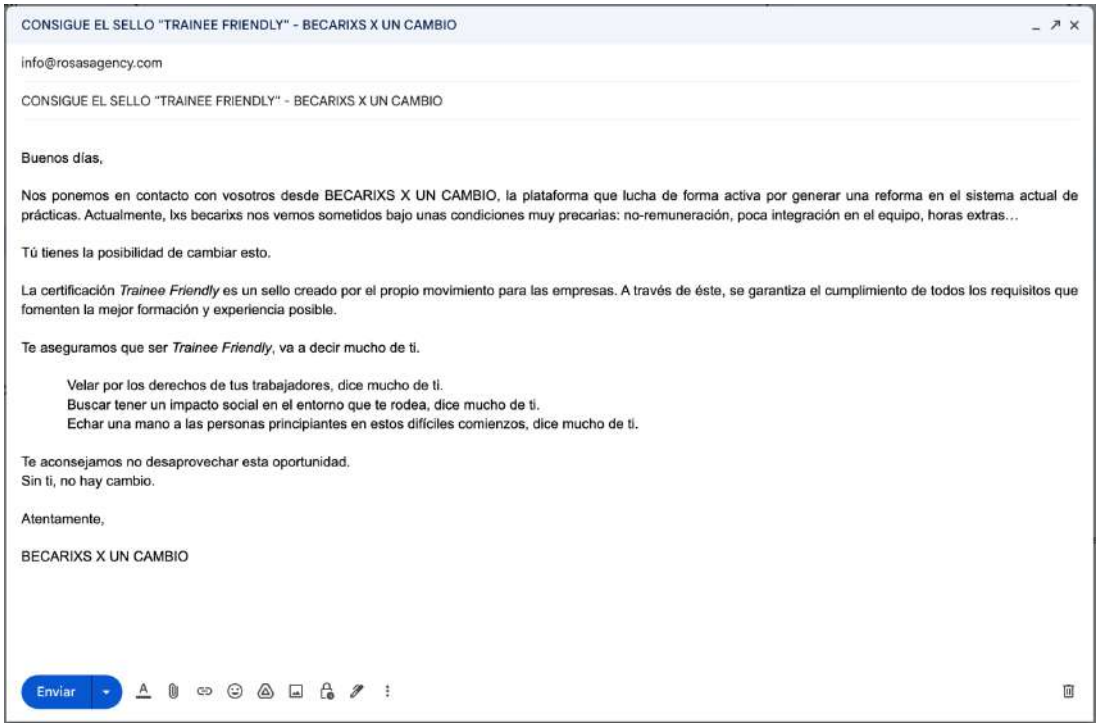
i. Presentación de la iniciativa “Trainee Friendly” a las empresas

Una vez hemos dado a conocer al colectivo de becarixs la certificación “Trainee Friendly”, en este punto queremos llevar a cabo una comunicación directa a las empresas del sector de la comunicación.

En esta acción, queremos presentarles a estas organizaciones empresariales el certificado como una gran oportunidad de despuntar frente su competencia, ser pioneras en el movimiento y asegurarles el impacto tan positivo que esta acción puede llegar a generar no solamente hacia sus empleados sino hacia la sociedad en general.

De esta manera, para dirigirnos a ellas lo haremos a través de un correo electrónico.

Imagen 30. Correo electrónico presentando “BECARIXS X UN CAMBIO”



CONSIGUE EL SELLO "TRAINEE FRIENDLY" - BECARIXS X UN CAMBIO

info@rosasagency.com

CONSIGUE EL SELLO "TRAINEE FRIENDLY" - BECARIXS X UN CAMBIO

Buenos días,

Nos ponemos en contacto con vosotros desde BECARIXS X UN CAMBIO, la plataforma que lucha de forma activa por generar una reforma en el sistema actual de prácticas. Actualmente, lxs becarixs nos vemos sometidos bajo unas condiciones muy precarias: no-remuneración, poca integración en el equipo, horas extras…

Tú tienes la posibilidad de cambiar esto.

La certificación *Trainee Friendly* es un sello creado por el propio movimiento para las empresas. A través de éste, se garantiza el cumplimiento de todos los requisitos que fomenten la mejor formación y experiencia posible.

Te aseguramos que ser *Trainee Friendly*, va a decir mucho de ti.

Velar por los derechos de tus trabajadores, dice mucho de ti.
Buscar tener un impacto social en el entorno que te rodea, dice mucho de ti.
Echar una mano a las personas principiantes en estos difíciles comienzos, dice mucho de ti.

Te aconsejamos no desaprovechar esta oportunidad.
Sin ti, no hay cambio.

Atentamente,

BECARIXS X UN CAMBIO

Enviar

Fuente: Elaboración propia

ii. Redes Sociales

- *Instagram*
  - Presentación “Trainee Friendly”

Una vez el movimiento haya avanzado, es el momento para presentar esta herramienta, la cual ya hemos explicado anteriormente. Su presentación va a ir dirigida a todos los diferentes públicos a los que nos dirigimos, en este caso especialmente a las empresas.

De este modo, además de algunas publicaciones con un tono totalmente informativo, haremos algunos apelando directamente a las empresas. A través de estos *posts*, queremos generar expectación e interés, demostrando incluso el posible futuro impacto que puede tener en la propia empresa la incorporación de este sello a nivel de Responsabilidad Social Corporativa.

Por una parte, lo presentaremos solamente con la imagen diciendo que es el símbolo de nuestro cambio. Más adelante, cuando ya se reconozca, nos adentraremos en explicar que significa tener esta certificación. Finalmente, haremos un post incitando a las empresas a obtener el sello.

Imagen 31. *Posts* presentando *Trainee Friendly*

Fuente: elaboración propia

- Exposición de agencias

Seguidamente, también queremos hacer de forma pública nuestro interés en que ciertas agencias tengan este sello, con el fin de aclarar que si esta relación no se da, es por su falta de interés. Exponerlas a la situación para fomentar la participación de las empresas es clave en este punto para que además de generar interés en ellas, sean los propios miembros del colectivo quienes les exijan dicha certificación.

Imagen 32. *Posts* exponiendo a las agencias

Fuente: elaboración propia

- <u>Agradecimiento a las agencias</u>

Por una parte, esta acción tiene como finalidad presentar de forma individual a las empresas que se han interesado por "Trainee Friendly". Por otra parte, también buscamos agradecerles este interés y como recompensa por su compromiso, visibilizar esta acción como gran apoyo a la plataforma, nombrándolas como una parte más del cambio por el que luchamos.

Así, también queremos llevar a cabo la recogida de posts en formato *Stories* de Instagram para reunirlas y demostrar el peso que tienen.

Finalmente, estas publicaciones también ayudarían a avalar la seriedad e impacto del sello, presentándolo como una herramienta eficaz y como consecuencia, llegar a incitar otras muchas, extendiendo esta acción entre ellas.

Imagen 33. *Posts* agradeciendo a las agencias

Fuente: elaboración propia

- <u>Presentación “Lxs del café”</u>

Como ya hemos comentado en el plan de comunicación, otro proyecto que llevaremos a cabo como una parte extendida de la plataforma es la creación de un *podcast*, el cual tiene como título “Lxs del café”. Así, en Instagram presentaremos este proyecto, además de difundir periódicamente el título del episodio que trataremos. Buscamos generar expectativas, además de que las personas que nos siguen sepan cómo pueden acceder a dicho contenido.

En cuanto al *podcast*, hemos escogido las plataformas de YouTube, Spotify y Apple Podcast debido a su gran exposición mediática y por lo acostumbrado que está nuestro público objetivo a dichas plataformas. De esta manera, lo anunciamos a través de los *posts*.

Además, en cuanto a las publicaciones de cada capítulo, tal y como presentamos en los *posts*, hemos considerado conveniente hacerlo cada martes a las ocho de la tarde, ya que es el horario en el que la mayoría de gente acaba de trabajar y suele ponerse un *podcast* mientras prepara la cena, aparte de ser un horario común en el que se suelen subir los *podcast*.

Imagen 34. Presentación “Lxs del café”

Fuente: elaboración propia

- *TikTok*
  - Difusión de los clips más interesantes de “Lxs del café”

Como consecuencia del auge de los *podcast*, otro tipo de contenido muy común en esta plataforma es el hecho de colgar los clips que se consideran que tienen más potencial, ya que como hemos comentado anteriormente, TikTok se caracteriza por contenido de tipo rápido y fácil viralización.

Así, desde “BECARIXS X UN CAMBIO” queremos aprovechar este tipo de formato para conseguir que los testimonios que acudan a este proyecto puedan ser conocidos por los usuarios de TikTok y no solamente por los propios oyentes del *podcast*. Es una gran oportunidad para difundir casos específicos de una forma más íntima, relajada y distendida.

c. Fase 3

i. Manifestación

Tal y como ya hemos presentado en las iniciativas de esta tercera fase, una vez hemos conseguido dar a conocer la problemática, conectar de forma emocional con

nuestro público objetivo principal y tener un papel activo en la sociedad, es momento de dar paso a la movilización de estas personas a través de una manifestación.

De este modo, fijamos el 8 de mayo como el día idóneo para realizar esta acción. Esto se debe a que, este es el Día del Becario. Además, también coincide una semana después del Día del Trabajador, donde las tensiones sociales y el discurso sociopolítico están muy recientes.

Así, desde “BECARIXS X UN CAMBIO” pretendemos utilizar este contexto de forma estratégica para lanzar mensajes que hacen referencia a las comparaciones y diferencias que existen (tanto socialmente como en el marco legal) entre el colectivo de trabajadores y trabajadoras ordinarias y las personas que están en prácticas.

Queremos hacer hincapié en que este colectivo es igual de trabajador, ya que tiene que responder de la misma forma que las personas empleadas pero, a diferencia, no cuenta con tantos privilegios, reconocimiento ni visibilidad.

La movilización tendría lugar a las 18:00 de la tarde, coincidiendo con el horario de cierre de muchas agencias para fomentar la mayor participación posible. El recorrido que llevaríamos a cabo tendría el inicio en Plaça Universitat, lugar conocido por ser el punto de partida de muchas protestas. Por otra parte, además de ser un lugar céntrico (de modo que recibiría mucha expectación), Plaça Universitat es un sitio en el que se concentra una gran cantidad de alumnos, ya que se encuentra delante de la Facultat de Lletres de la UB.

El recorrido tendría fin delante del Congrés de Diputats de Barcelona, puesto que es el lugar de la localidad con las competencias necesarias para realizar esta reforma y duraría unas 3 horas, promedio de la gran mayoría de protestas sociales.

ii. Exterior

- *Carteles para el tablón de anuncios anunciando la manifestación*

En este caso, en los tablones de anuncios de las facultades de la UAB queremos hacer eco de este acto para conseguir el máximo de miembros. Así, perseguimos el objetivo de llegar a otras personas que, aunque no formen parte de “BECARIXS X UN CAMBIO” o no lo conozcan, les pueda llegar a interesar acudir a ella.

Imagen 35. Cartel anunciando la manifestación

Fuente: elaboración propia

- *Lona anunciando la manifestación*

En la UAB una herramienta muy utilizada para dar a conocer este tipo de eventos es el hecho de colocar lonas en el trayecto que va desde el Ferrocarril hasta la Plaça Cívica. Así, también crearemos una lona en la que daremos a conocer los aspectos informativos de la manifestación para dejar claro cuándo y dónde se realizará.

Esta, tal y como se comenta en acciones anteriores, seguirá la estética de este tipo de comunicación de la UAB, la cual se basa en un diseño hecho a mano en un gran lienzo en blanco con pintura (en nuestro caso, azul). Ésta, tendrá la información del cartel difundido a través del tablón de anuncio, con la diferencia que no contará con ilustración.

iii. Redes Sociales

- *Instagram*
    - <u>Post anunciando manifestación</u>

No podemos obviar que Instagram, además de servir de extensión de la propia plataforma, es el principal medio de comunicación que contamos desde BECARIXS X UN CAMBIO. Así, cuando se acerque el día de la manifestación, realizaremos una serie de posts que harán referencia a la movilización.

Estos, además de tener un carácter informativo (tanto por la definición del momento y lugar que ocuparía dicho evento como por el motivo por el cual se haría dicha reunión), iría acompañada de mensajes que hacen referencia al contexto en el que el 8 de mayo se encuentra, tal y como hemos comentado en el apartado donde explicamos la movilización.

Imagen 36. *Posts* anunciando la manifestación

Fuente: elaboración propia

- Posts de recopilación de la manifestación

Además, una vez realizado el acto, también nos gustaría hacer un recopilatorio de imágenes de este día en las cuales apreciar las personas implicadas en la causa. Así, lograr personificar el movimiento y tener un carácter más cercano.

- **TikTok**
  - Clips recopilatorios de la manifestación

Finalmente, a modo de agradecimiento y tal como hemos comentado en Instagram, en Tik Tok haremos una recopilación en formato vídeo de los diferentes momentos más emocionantes de la manifestación.

d. Clasificación POE

Tras haber presentado todas las acciones que llevaremos a cabo, hemos elaborado una clasificación POE.

Tabla 11. Clasificación POE del plan de acciones

	PAID MEDIA	OWNED MEDIA	EARNED MEDIA
FASE I **Awareness y Consideration**	Pegatinas en lugares públicos (baños, farolas, etc.)	Creación de perfil en redes sociales	Intervención en las jornadas informativas de la UAB
	Carteles en papeleras y contenedores	Creación de “LUNES X UN CAMBIO”	
	Folletos	Presentación de datos que reflejan la situación	
	Carteles en tablón de anuncios	Presentación de “BECARIXS X UN CAMBIO”	
	Lonas en la universidad	Presentación del apartado “BECARIXS X INFO”	

	Carteles en ferrocarriles (FGC)	Presentación del *merchandising*	Convocatoria Plaça Cívica
	Creación de merchandising	Presentación de la iniciativa “LUNES X UN CAMBIO”	
		Clips pegando pegatinas en los espacios públicos	
		Sección de entrevistas preguntando a personas acerca de sus condiciones de prácticas / experiencias	
		Creación del marco “X UN CAMBIO”	
FASE II **Preference y Action**	Creación y difusión episodios podcast	Presentación de la iniciativa *Trainee Friendly* a las empresas	Publicity (posible impacto mediático)
		Presentación sello Trainee Friendly	
		Presentación podcast “Lxs del café”	
		Exposición de agencias	
		Agradecimiento a las agencias	

		Clips más interesantes podcast	
FASE III **Loyalty y Advocacy**	Carteles para el tablón de anuncios anunciando la manifestación	Post anunciando la manifestación	Manifestación
	Lona anunciando la manifestación	Posts de recopilación de la manifestación	
		Clips recopilatorios de la manifestación	

Fuente: elaboración propia

Tal y como se ha podido apreciar en la tabla, se ha dado prioridad sobre todo al impacto que se podría llegar a tener a través del *owned media*, ya que es el tipo de información que controlaríamos con mayor rigor sin suponer ningún coste, pensando desde un principio en una ejecución lo más acercada a la realidad actual de lxs becarixs.

8. CALENDARIO

A continuación, ordenaremos las acciones a través de la siguiente tabla:

Tabla 12. Calendario del plan de acciones

FASE	ACCIONES	Mes/2023	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO
FASE I	Intervención jornadas de bienvenida		08/09								
	Convocatoria Plaça Cívica		18/09								
	Creación y difusión de folletos										
	Tablón anuncios UAB										
	Lonas										
	Carteles (FGC)										
	Street marketing: carteles en papeleras y contenedores										
	Pegatinas										
	Lanzamiento *merchandising*										
	Inicio "LUNES X UN CAMBIO"										
	Instagram: Presentación de datos que reflejan la situación		04/09								
	Instagram: Presentación de "BECARIXS X UN CAMBIO"		06/09								
	Instagram: Creación apartado "BECARIXS X INFO"		11/09								
	Instagram: Presentación del merchandising		14/09								
	Instagram: Presentación "LUNES X UN CAMBIO			02/10							
	Tik Tok: Clips pegando pegatinas en los espacios públicos										
	Tik Tok: Sección preguntando a personas acerca de sus experiencias		14/09								
	LinkedIn: Post de presentación		18/09								
	LinkedIn: Creación marco X UN CAMBIO			10/10							
FASE II	Instagram: Presentación Trainee Friendly						10/01				
	Instagram: Exposición agencias (Trainee Friendly)						19/01				
	Instagram: Agradecimiento agencias (Trainee Friendly)										
	Presentación de la iniciativa Trainee Friendly a las empresas										
	Instagram: Presentación "Los del café"										
	Lanzamiento "Los del café"										
	Tik Tok: Difusión de los clips más interesantes de "Los del café"										
FASE III	Instagram: Post anunciando manifestación										
	Cartel en tablón de anuncios anunciando la manifestación										
	Lona anunciando la manifestación										
	Manifestación										08/05
	Instagram: Recopilación de la manifestación										12/05
	Tik Tok: Clips recopilatorios sobre la manifestación										12/05

Fuente: elaboración propia

Como se puede apreciar a través de esta gráfica, el *timing* de la campaña comprende los meses entre septiembre y mayo. Esto se debe a que iniciaremos la campaña junto con el comienzo del curso escolar, aprovechando este período de iniciación de muchxs estudiantes. El lanzamiento de la plataforma y la visibilización de esta problemática deben tener lugar en el comienzo del nuevo curso, ya que es el momento en que el alumnado está más abierto a la información que repercute en su formación.

De este modo, también se puede observar como la primera fase es la que más peso tiene, siendo la que más meses ocupa. Esto se debe a que, como ya hemos explicado anteriormente, principalmente nos hemos centrado en la consecución de los objetivos que persigue esta fase.

Finalmente, también debemos destacar que la última fase coincide con el día de la movilización en la cual culmina el proceso. Así, este *timing* nos permite ir trabajando todas las fases del *Consumer Journey* hasta llegar a la fase de *advocacy* y conseguir que el día del becarix cierre este plan de comunicación.

Sin embargo, también contamos con iniciativas *always on* con el fin de maximizar la cobertura, entre las cuales destacamos la certificación "Trainee Friendly" o "Lxs del café".

9. KPI'S

Para medir los objetivos planteados y lograr hacer un seguimiento lo más próximo a la realidad posible, y evaluar la evolución del movimiento de "BECARIXS X UN CAMBIO", tendremos en cuenta los diferentes aspectos.

Los objetivos perseguidos giran alrededor de los distintos ejes que conforman la creación de la plataforma: la página web, las cuentas en redes sociales y las distintas iniciativas (*merchandising, "*Lxs del café" y el sello "Trainee Friendly"). Así, a continuación detallaremos de qué manera lograremos evaluar el rendimiento de cada una de las acciones.

- En cuanto a la plataforma, los aspectos que tendremos en cuenta son: visitas, visitas únicas, tiempo de permanencia, ratio de conversión, viabilidad orgánica, velocidad de página y n.º de páginas vistas por sesión.

- En redes sociales: impresiones, visualizaciones, CTR, contenido compartido, *likes*, comentarios, *new followers* y *viewability*.

- “Lxs del café”: n.º de reproducciones, minutos escuchados por sesión, *new followers*.

- *Trainee Friendly*: n.º de convenios realizados, posible *publicity* en medios de comunicación.

- *Merchandising*: ítems adquiridos, opiniones en el apartado SHOP, ticket promedio, tiempo de retención, tasa de salida, tasa de rechazo y número de cambios y/o devoluciones.

- Carteles: rastro del código QR (aperturas, visitas web y conversión web).

- “LUNES X UN CAMBIO”: n.º de etiquetas en Instagram.

- Finalmente, respecto a los actos tendremos en cuenta el número de asistentes y el rastro en redes sociales (menciones, *new followers* y likes).

10. PRESUPUESTO

Tabla 13. Presupuesto del plan de acciones

FASE	ACCIONES	coste unitario (€)	unidad	coste final
	Dominio de la plataforma	8,25€/mes	9	74,25€
FASE I	Intervención jornadas de bienvenida			
	Convocatoria Plaça Cívica			
	Creación y difusión de folletos	0'07€	500	35€
	Tablón anuncios UAB	2€	20	40€
	Lonas (lona + pintura)			10€
	Carteles (FGC)	6€	6	36€
	Street marketing: carteles en papeleras y contenedores	2€	40	40€
	Pegatinas	0,0247€	500	12,35€
	Lanzamiento *merchandising*			
	Inicio "LUNES X UN CAMBIO"			
	Instagram: Presentación de datos que reflejan la situación			
	Instagram: Presentación de "BECARIXS X UN CAMBIO"			
	Instagram: Creación apartado "BECARIXS X INFO"			
	Instagram: Presentación del merchandising			
	Instagram: Presentación "LUNES X UN CAMBIO			
	Tik Tok: Sección preguntando a personas acerca de sus experiencias			
	LinkedIn: Post de presentación			
	LinkedIn: Creación marco X UN CAMBIO			
FASE II	Instagram: Presentación Trainee Friendly			
	Instagram: Exposición agencias (Trainee Friendly)			
	Instagram: Agradecimiento agencias			
	Presentación de la iniciativa Trainee Friendly a las empresas			
	Instagram: Presentación "Los del café"			
	Difusión episodios "Los del café"	20€/mes	80 ud	80€
	Tik Tok: Difusión de los clips más interesantes de "Los del café"			
FASE III	Instagram: Post anunciando manifestación			
	Cartel en tablón de anuncios anunciando la manifestación	2€	40	40€
	Lona anunciando la manifestación (lona + pintura)			10€
	Manifestación			
	Instagram: Recopilación de la manifestación			
	Tik Tok: Clips recopilatorios sobre la manifestación			
TOTAL				377,60€

Fuente: elaboración propia

Tal y como se ha mencionado anteriormente en la clasificación POE, en este plan de comunicación le hemos dado mucha prioridad al *owned media* como las redes sociales. Como consecuencia de esta decisión estratégica y con el fin de buscar una aproximación lo más acercada a la realidad posible, hemos buscado un presupuesto muy reducido para que este proyecto tenga la mayor viabilidad económica posible.

De este modo, en el presupuesto podemos contemplar dos tipos de costes en función de su naturaleza.

Por una parte, aquellos destinados a la implementación e impresión de los materiales difundidos (folletos, pegatinas, carteles…) mientras que, por otra parte, aquellos básicos para la sustentación de la plataforma, entre los cuales destacamos el dominio de Wix (cuota mensual) y las cuotas para la difusión del *podcast* en plataformas de *streaming* (Apple Podcast y Spotify).

En cuanto al *merchandising*, el presupuesto que invertimos es nulo, debido a que lo vendemos a través de la plataforma Printful, un servicio de gestión logística y de impresión donde se permite diseñar y vender productos personalizados online mediante *dropshipping*. Es decir, todo el negocio del *merchandising* sería bajo demanda sin tener que pagar por adelantado, obteniendo directamente los beneficios. Por lo tanto, el precio final aproximado para llevar a cabo este proyecto es de 377,60 €.

11. FINANCIAMIENTO

En este apartado pasaremos a explicar a través de qué recursos o sistemas de financiamiento va a sustentarse “BECARIXS X UN CAMBIO” y su consecuente plan de acciones.

“BECARIXS X UN CAMBIO” es una plataforma que nace bajo la premisa de convertirse en un movimiento extendido por el colectivo de becarixs y busca el “efecto contagio”, a través del cual sus integrantes se vayan adhiriendo de forma exponencial.

Como se ha podido apreciar en el presupuesto, en la creación de la plataforma solamente debemos contemplar como coste el pago del dominio web, ya que la creación de la identidad visual y corporativa de la misma no implican ningún coste.

Por lo que respecta a las acciones realizadas para dar a conocerla, con el fin de lograr una mayor viabilidad económica, nos hemos centrado en aquellas con un coste más reducido pero a la vez con una alta cobertura. Entre estas herramientas, podemos destacar las redes sociales, las cuales hemos trabajado en profundidad con el fin de buscar la viralización y facilitar la creación de comunidad, los carteles colocados en la UAB o la creación de *merchandising*.

De este modo, la plataforma "BECARIXS X UN CAMBIO" y sus acciones de comunicación van a financiarse a través de dos vías:

a. Margen de beneficio

Por un lado, a través del "margen de beneficio" en los diferentes productos distribuidos. Así, el precio de venta de los artículos va a estar formado, por una parte, por el coste de producción y, por otra parte, por el 15% del coste de producción, el margen de beneficio que pretendemos obtener con cada uno de ellos.

De este modo, el margen de beneficio obtenido con cada uno de los productos, es:

Tabla 14. Precio y margen de beneficio del *merchandising*

Producto	Coste de producción	Margen de beneficio (15%)	Precio final	Precio redondeado
Camiseta	13,93	2,09	16,02	16
Taza	6,95	1,04	7,99	8
Libreta	9,45	1,42	10,87	11
Botella	16,1	2,42	18,52	19

Fuente: elaboración propia

b. Subvenciones del Estado

Por otro lado, también recorreremos las “ayudas y subvenciones para organizaciones, fundaciones y empresas” que ofrece el Gobierno de España. Concretamente, la tipología concreta que solicitaremos es “Subvenciones a entidades para compensación de desigualdades en educación”.

Estas, se tratan de “subvenciones dirigidas a entidades privadas sin fines de lucro, para la realización de actuaciones a la atención del alumnado con necesidad específica de apoyo educativo y a la compensación de desigualdades en educación complementarias a las realizadas en los centros docentes sostenidos con fondos públicos[112].”

Esto se debe a que “BECARIXS X UN CAMBIO” busca favorecer tipos de actuaciones que fija dicha subvención, entre los cuales debemos destacar los siguientes:

> Punto c. “Promoción del desarrollo integral del alumnado en aspectos tales como la calidad de vida, autodeterminación, estimulación cognitiva, comunicación, habilidades personales y sociales, interdependencia, etc.”
>
> Punto f. “Información, sensibilización, apoyo y asesoramiento a toda la comunidad educativa para el conocimiento, comprensión y atención a las necesidades del alumnado.”
>
> Punto l. “Formación dirigida a la orientación y preparación para la inserción laboral.”

[112] Subvenciones a entidades para compensación de desigualdades en educación. (s.f.) *Ministerio de Educación y Formación Profesional*. Recuperado el 17 de mayo de 2023 de https://www.educacionyfp.gob.es/servicios-al-ciudadano/catalogo/organizaciones-fundaciones-empresas/ayudas-subvenciones/compensacion-desigualdades-educacion.html

12. CONCLUSIONES

A modo de conclusión, en este trabajo hemos dado lugar a la creación de una plataforma para el colectivo de becarxis, un proyecto que, como hemos podido comprobar, está muy ajustado a la realidad actual de este grupo de personas.

A lo largo del trabajo, nos hemos ido encontrando cada vez más datos que evidenciaban esta situación y el hecho de ver que no existía ninguna plataforma a nivel nacional que pusiera sobre la mesa dicha problemática (más allá de campañas e iniciativas de los sindicatos estudiantiles), nos llamaba la atención. Por otra parte, pero, también ha sido la chispa que nos ha dado el coraje necesario para seguir creando y definiendo nuestros ejes de actuación.

Como se puede apreciar, la plataforma va acompañada de varias iniciativas que respaldan su difusión. La creación de un podcast, la implementación de la certificación “Trainee Friendly” y la creación de *merchandising*, son pruebas que demuestran que “BECARIXS X UN CAMBIO” no se trata solamente de un dominio web y una cuenta en Instagram. Hemos querido hacer del movimiento un lugar que reúna el colectivo desde diferentes lugares y que cuente con distintas formas de expresión.

A pesar de ello, debemos destacar que hemos tenido que dejar de lado otras ideas que, aunque tengan mucho potencial y consideramos que hubieran tenido mucha implicación por parte de lxs integrantes, son demasiado ambiciosas y lejanas de nuestra realidad actual.

Algún ejemplo de estas iniciativas es la creación de un foro al cual en un principio habíamos titulado como “BECARIXS X BECARIXS”, un lugar en el que se da respuesta con una base legal a todas las dudas y problemáticas con las que se pueden llegar a enfrentar estas personas. Sin embargo, como consecuencia, lo hemos planteado como una línea futura de la plataforma.

Este hecho, solamente evidencia una cosa: este proyecto es la semilla de todo lo que está por venir. Se trata de un trabajo que nace desde unas ganas reales por cambiar el contexto en el que nos encontramos. De este modo, ver todas las posibilidades que este tiene y puede llegar a tener, solamente nos da fuerza para continuar trabajando en él más allá de la universidad y convertirlo en un proyecto de vida.

13. BIBLIOGRAFÍA

¿Cuál es la diferencia entre un becario y un trabajador? (17 de febrero de 2021). ANCABE. (Documento en línea). Recuperado de https://www.ancabe.org.mx/cual-es-la-diferencia-entre-un-becario-y-un-trabajador/

¿Qué es un convenio de prácticas?. (17 de enero de 2022). *Fundación Universidad-Empresa*. (Documento en línea). Recuperado el 11 de diciembre de 2022 de https://fundacionuniversidadempresa.es/es/blog-convenio-de-practicas/

¿Qué tipos de prácticas profesionales existen y en qué se diferencian? (16 de agosto de 2021). Jobteaser. (Documento en línea). Recuperado el 12 de noviembre de 2022 de https://www.jobteaser.com/es/advices/302-que-tipos-de-practicas-profesionales-existen-y-en-que-se-diferencian?reloadCookieBanner=true&reloadCookieBanner=true

ADDECO (2015). *Generation Z vs. Millennials*. Recuperado el 18 de diciembre de 2022 de http://pages.adeccousa.com/rs/107-IXF 39/images/generation-z-vs-millennials.pdf

Addor, M. L. (2011). Generation Z: What is the Future of Stakeholder Engagement? *Institute for EMERGING ISSUES*.

Agencia Efe. (23 de abril de 2022). Trabajar sin cobrar: la precaria situación de los becarios españoles. (Documento en línea). Recuperado el 12 de diciembre de 2022 de https://www.ultimahora.es/noticias/nacional/2022/04/23/1725229/trabajar-cobrar-precaria-situacion-becarios-espanoles.html

Así consumen la Generación Z, los 'millennials' y la Generación X las redes sociales (y hay sorpresas). (24 de noviembre de 2022). *MarketingNews*. (Documento en línea). Recuperado el 10 de enero de 2023 de

https://www.marketingnews.es/investigacion/noticia/1170145031605/asi-consumen-generacion-z-millennials-y-generacion-x-redes-sociales-y-hay-sorpresas.1.html

Ávila, R., Llamas, L. & López J. (12 de agosto de 2021). Datos de la precariedad en los jóvenes: 2 de 10 han recibido parte de su sueldo en B y hay 800.000 becarios en fraude. *La Sexta Noticias*. (Documento en línea). Recuperado el 12 de diciembre de https://www.lasexta.com/noticias/sociedad/datos-precariedad-jovenes-2-10-diez-han-recibido-parte-sueldo-hay-800000-becarios-fraude_202108126115905a51f3ab0001655688.html

B Corp: mucho más que una certificación, un movimiento en continua evolución. (s.f.) *B Corp*. (Documento en línea). Recuperado el 19 de enero de https://www.bcorpspain.es/blog/b-corp-movimiento

Baumeister, R., y Leary, M. (1995). The need to belong: Desire for interpersonal Attachments as a Fundamental Human Motivation. *Psychological Bulletin*, *117*(3).

Becari(e)s Suport Recerca. (2007). *Assemblea contra la precarietat de la UAB.* (Documento en línea). Recuperado de https://uabprecarietat.wordpress.com/capitol-vi/

Calzadilla, C. (s.f.). Requisitos de un contrato de becario: resolvemos tus dudas al respecto. *Mundo posgrado*. (Documento en línea). Recuperado el 20 de noviembre de https://www.mundoposgrado.com/requisitos-de-un-contrato-de-becario/

Características de un becario vs un trainee para las organizaciones por especialistas de ANCABE. (19 de enero de 2021). *Comunicae*. (Documento en línea). Recuperado el 15 de noviembre de 2022 de https://comunicae.com.mx/notas-de-prensa/caracteristicas-de-un-becario-vs-un-trainee

CCOO advierte de que la figura del 'falso becario' es una problemática laboral "frecuente". (24 de junio de 2022). elDiario.es. (Documento en línea). Recuperado el 10 de diciembre de https://www.eldiario.es/castilla-la-mancha/social/ccoo-advierte-figura-falso-becario-problematica-laboral-frecuente_1_9116564.html

Centro Nacional de Desarrollo Curricular. (s.f.) El eslogan. (Documento en línea). Recuperado de https://cedec.intef.es/wp-content/uploads/2019/06/El-eslogan.pdf

Cerezo, P. (s.f.). La Generación Z y la información. *Injuve*. (Documento en línea). Recuperado el 22 de diciembre de 2022 de https://www.injuve.es/sites/default/files/2017/28/publicaciones/documentos_7._la_generacion_z_y_la_informacion.pdf

Chang, H. (2010). A New Perspective on Twitter Hashtag Use: Diffusion of Innovation Theory Paper presented at the 2010 Annual Meeting, Association for Information Science and Technology.

Chapman, C. (s.f.) Explorando los Principios Gestalt del Diseño. *UX Designers*. (Documento en línea). Recuperado el 17 de enero de https://www.toptal.com/designers/ui/exploring-the-gestalt-principles-of-design

Chávez, P. (2002). *Derechos De Las Organizaciones Sindicales*. UVM.

Comisión Europea (2013). *Proposal for a Council Recommendation on a Quality Framework for Traineeships*, 857.

Comisiones Obreras (2019). *Aprendices becarias y trabajo precario*. *UNA GUÍA SOBRE PRÁCTICAS EN LA EMPRESA PARA REPRESENTANTES SINDICALES.* (3ª ed). Recuperado de https://www.ccoo.es/efbefbc89ead61ce6c6a666f67fb5263000001.pdf

Comisiones Obreras. (2019). *Contratos para la Formación y Contratos en Prácticas. Principales datos.* Recuperado de https://www.ccoo.es/7dcb8c6814a7d8ae040b77d939274c50000001.pdf

Comisiones Obreras. (2022). Estatuto del Becario: se abre la negociación en el marco del diálogo social. (17). Recuperado de https://www.uc3m.es/ccoo/media/ccoo/img/grande/original/doc_ccoo-informa-17---2022--estatuto-del-becario-se-abre-la--/

Comisiones Obreras. (2019). *Guía Aprendices, Becarias, Becarios y trabajo precario.* (3ª ed.) Recuperado de https://www.ccoo-servicios.es/html/41707.html

Concentració de Becaris de col·laboració de la UAB a la porta Rectorat. (24 de enero de 2008). *Llibertat.cat.* (Documento en línea). Recuperado de https://www.llibertat.cat/2008/01/concentracio-de-becaris-de-col-laboracio-de-la-uab-a-la-porta-rectorat-3225

Corona, A. (2020). El sentido de pertenencia, una estrategia de mejora en el proceso formativo en las artes. *Scielo*. *13*(2). ISSN: 1688-7468. DOI: https://doi.org/10.22235/pe.v13i2.2172

Dahlberg-Grundberg, M. & Lindgren, S. (2014). Translocal Frame Extensions in a Networked Protest: situating the #IdleNoMore hashtag". IC. *Revista Científica de Información y Comunicación*, núm. 11, pp. 49-77.

De La Fuente, A., García, A. & García-Morato, J. (8 de julio de 2021). Los eternos becarios: "Nos usan para trabajar porque saben que tragaremos con tal de conseguir un contrato". *El Público*. (Documento en línea). Recuperado el 13 de marzo de 2023 de https://www.publico.es/actualidad/eternos-becarios-tragaremos-contrato.html

Diferencia entre prácticas curriculares y extracurriculares. (14 de mayo de 2020). (Documento en línea). Recuperado el 11 de diciembre de 2022 de

https://www.universia.net/es/actualidad/becas-y-ayudas/diferencia-entre-practicas-curriculares-extracurriculares-1166557.html

Diferencia entre prácticas extracurriculares y curriculares. (25 de agosto de 2019). *Instituto Europeo de Posgrado*. (Documento en línea). Recuperado el 2 de diciembre de https://www.iep.edu.es/diferencia-entre-practicas-extracurriculares-y-curriculares/

Diferencias entre prácticas extracurriculares y curriculares. (s.f.). *Infoeducación*. (Documento en línea). Recuperado el 11 de diciembre de 2022 de https://infoeducacion.net/practicas-extracurriculares/

Dyntra: La plataforma colaborativa de transparencia. (s.f.). *Home*. (Documento en línea). Recuperado de https://www.dyntra.org/que-es-dyntra/

Dyntra: La plataforma colaborativa de transparencia. (s.f.). *Organizaciones sindicales*. (Documento en línea). Recuperado de https://www.dyntra.org/indices/organizaciones-sindicales/

El mito de los contratos de becarios: lo que debes saber. (6 de marzo de 2023). *Factorial.* (Documento en línea). Recuperado el 13 de marzo 2023 de https://factorialhr.es/blog/el-mito-contratos-de-becarios/#diferencias-entre-contratos-de-practicas,-contratos-de-becarios-y-contratos-para-la-formacion-y-aprendizaje

Esdecir [@es.decirdiario]. (13 de enero de 2022). Lo escribí hace exactamente un año, y me reitero [...]. [Fotografia]. Instagram. Recuperado de https://www.instagram.com/p/CZchTilKVkA/?utm_source=ig_web_copy_link

Estatuto del Becario - BOE 2023. (2022). *Primerempleo.* (Documento en línea). Recuperado el 13 de marzo de 2023 de

https://www.primerempleo.com/blogs/blog.asp?id=770

Esteve Segarra, A. (2017). Claves para un estatuto de los becarios y la mejora de los períodos de prácticas académicas a partir del análisis de los «stages» franceses. Universitat de València.

Esquivel Domínguez, D. (2019). Construcción de la protesta feminista en hashtags: aproximaciones desde el análisis de redes sociales. Universidad Nacional Autónoma de México.

Falsos becarios, la rueda interminable de abuso laboral que asola a los jóvenes en España. (28 de septiembre de 2020). *Compromiso empresarial*. (Documento en línea). Recuperado el 12 de diciembre de https://www.ceriosrosas.es/falsos-becarios-la-rueda-interminable-de-abuso-laboral-que-asola-a-los-jovenes-en-espana/

Fernández de la Cigoña, J. (s.f.). Puntos clave para entender las diferencias entre los becarios y los contratos formativos. *CEF-Laboral Social*.(Documento en línea). Recuperado de https://www.laboral-social.com/sites/laboral-social.com/files/1Puntos-clave-diferencia-becarios-formativos.pdf

Fernández Guerra, M. (7 de diciembre de 2022). *Becarios precarios*. 20minutos. Recuperado el 12 de diciembre de 2022 de https://www.20minutos.es/noticia/5082613/0/miguel-fernandez-guerra-becarios-precarios/

Fernández, Z. (2022). [Post de LinkedIn]. LinkedIn. Recuperado de https://www.linkedin.com/posts/zaira-fern%C3%A1ndez-a1b9b4129_la-renuncia-silenciosa-o-c%C3%B3mo-una-generaci%C3%B3n-activity-6971758742224691200-bXzn?utm_source=share&utm_medium=member_desktop

Generación Z. El último salto generacional. (s.f.) *Atrevia*. (Documento en línea). Recuperado el 18 de diciembre de http://ethic.es/wp-content/uploads/2016/04/ResumenEjecutivo_GeneracionZ_140315-2.pdf

Generation Z Media Consumption Habits. (s.f.) *Trifecta Research*. (Documento en línea). Recuperado el 10 de enero de 2023 de https://trifectaresearch.com/wp-content/uploads/2015/09/Generation-Z-Sample-Trifecta-Research-Deliverable.pdf

Generación Z y consumo de medios: "OK, boomer". (17 de febrero de 2021). *Comma*. (Documento en línea). Recuperado el 22 de diciembre de 2022 de https://agenciacomma.com/la-agencia/generacion-z-y-consumo-de-medios/

Guerrero Bejarano, Mª A. La Cultura Organizacional, su importancia en el desarrollo de las empresas. INNOVA Research Journal 2(3), 110-115.

Guía de supervivencia del becario. (s.f.). *Multipli.co.* (Documento en línea). Recuperado el 15 de noviembre de 2022 de https://www.equiposytalento.com/contenido/download/estudios/Guiasupervivenciabecario.pdf

Hadjivassiliou, K. (2012). Study on a comprehensive overview on traineeship arrangements in Member States. Final Synthesis Report. *European Commission. Directorate- General for Employment, Social Affairs and Inclusion*. (Documento en línea). Recuperado de http://ec.europa.eu/social/main.jsp?catId=738&langId=de&pubId=6717

Labrador, A. (25 de octubre de 2022). ¿Qué cambios traerá para las empresas el Estatuto del Becario?. *Grupo 2000*. (Documento en línea). Recuperado el 13 de marzo de 2023 de

https://www.grupo2000.es/trabajo-tiene-previsto-aprobar-un-estatuto-de-las-practicas-y-limitar-su-uso/

La importancia de la jerarquía visual. (28 de febrero de 2020). *Cerem Comunicación.* (Documento en línea). Recuperado el 17 de enero de https://www.cerem.mx/blog/la-importancia-de-la-jerarquia-visual

La Rosa, A. (2016). Movimientos sociales, redes sociales y recursos simbólicos. Universidad Femenina del Sagrado Corazón.

López, D. (14 de julio de 2022). ¿Qué es un trainee?. *WEA: World Education Access*. (Documento en línea). Recuperado el 15 de noviembre de 2022 de https://www.wea.com.ec/que-es-un-trainee/

Maioli, E. et al (2014) Generación Z, Educación y Empleo. Una revisión de elementos conceptuales para el estudio de los impactos generacionales en el ámbito institucional de la educación y el empleo en Argentina

Maioli, E. & Filipuzzi, M. (2016). Nuevas generaciones y empleo. Características psico-sociales de las generaciones Z y su inserción en las estructuras organizacionales asociadas al empleo.

Millán, J. (7 de marzo de 2023). El Estatuto del Becario sigue atascado por la regulación de las prácticas extracurriculares. *20 minutos*. (Documento en línea). Recuperado el 13 de marzo de 2023 de https://www.20minutos.es/noticia/5107571/0/el-estatuto-del-becario-sigue-atascado-por-la-regulacion-de-las-practicas-extracurriculares/

Montiel Vargas, A. (2022). Las Empresas B (*B Corps*) y la regulación de las sociedades con propósito (*benefit corporations*) en Derecho comparado. *REVESCO: Revista de Estudios Cooperativos*. Ediciones Complutense. ISSN: 1885-8031. DOI: https://dx.doi.org/10.5209/REVE.82253

Moreno Márquez, F. (2009). *Los sindicatos y sus acciones.* [Trabajo de fin de grado]. Departamento de Humanidades y Ciencias Sociales. Universidad Nacional de La Matanza.

Nace RUGE (14 de junio de 2018). Unión General de Trabajadores. (Documento en línea). Recuperado el 10 de diciembre de https://www.ugt.es/nace-ruge

Pascual, M. (2019). Qué es el estatuto del becario: un proyecto del Ministerio de Trabajo para regular las prácticas en empresas. *Newtral*. (Documento en línea). Recuperado el 25 de noviembre de 2022 de https://www.newtral.es/estatuto-del-becario/20220421/

Pascual, M. (26 de abril de 2022). *España registra casi 5.00 falsos becarios en cuatro años en plena negociación del estatuto del becario.* Newtral. (Documento en línea). Recuperado el 12 de diciembre de 2022 de https://www.newtral.es/falsos-becarios-inspeccion-de-trabajo/20220426/

Peña, C. (s.f.) ¿Cómo saber si sufro nomofobia?. *RTVE*. (Documento en línea). Recuperado el 22 de diciembre de 2022 de http://www.rtve.es/las-claves/nomofobia-movil-adiccion-consejos-2020-02-18/

Perasso, V. (24 de noviembre de 2018). ¿Para qué sirve realmente protestar? *BBC News*. (Documento en línea). Recuperado el 24 de abril de 2023 de https://www.bbc.com/mundo/noticias-44968621

Pinazo Petit, M. (13 de marzo de 2023). Sociedades de beneficio e interés común. *Dictum abogados*. (Documento en línea). Recuperado el 22 de abril de https://dictumabogados.com/e-dictum-publicaciones-derecho-mercantil/sociedades-de-beneficio-e-interes-comun/30754/

Piña Sánchez, H. (25 de octubre de 2018). ¿Qué es un trainee? *Wblog*. (Documento en línea). Recuperado el 15 de noviembre de 2022 de https://www.bewanted.com/blog/que-es-un-trainee

Prácticas universitarias, primer contacto con el mundo laboral (26 de diciembre de 2017). *Universidad Loyola.* (Documento en línea). Recuperado el 2 de diciembre de 2022 de https://www.uloyola.es/blog/grados/practicas-universitarias

Real Decreto 1361/1981, de 3 de julio, sobre contratos de trabajo en prácticas y para la formación para jóvenes trabajadores. Boletín Oficial del Estado, 1361 § 15425

Real Decreto 1542/2011, de 31 de octubre, por el que se regulan las prácticas no laborales en empresas. Boletín Oficial del Estado, 2011 § 18062.

Real Decreto 32/2011, de 28 de diciembre, de medidas urgentes para la reforma laboral, la garantía de la estabilidad en el empleo y la transformación del mercado de trabajo. Boletín Oficial del Estado, 2021 § 21788.

Real Decreto 592/2014, de 11 de julio, por el que se regulan las prácticas académicas externas de los estudiantes universitarios. Boletín Oficial del Estado, 2014 § 8138.

Real Decreto de 19 de junio, sobre Programas de Cooperación Educativa. Boletín Oficial del Estado, 1497 § 16532 (1981).

Regulación legal de la figura del becario. (28 de abril de 2023). Iberley. (Documento en línea). Recuperado de https://www.iberley.es/temas/regulacion-practicas-no-laborales-13601

Rodriguez, P. (22 de abril de 2022). Los "falsos becarios" no sólo son un fraude para el trabajador. También para las arcas del Estado. *Xataka*. (Documento en línea). Recuperado el 12 de diciembre de 2022 de

https://www.xataka.com/empresas-y-economia/falsos-becarios-no-solo-fraude-para-trabajador-tambien-para-arcas-estado

Rodriguez Santos, N. (22 de marzo de 2021). Prácticas Extracurriculares: Qué son y para qué sirven. *Compass*. (Documento en línea). Recuperado el 11 de diciembre de 2022 de https://compassorienta.es/practicas-extracurriculares/

RUGE: Revolución Ugetista. (s.f.). *Guía sobre becas, contratos en prácticas y contratos para la formación.* Recuperado de https://www.ugt.es/sites/default/files/guia_becas_practicas_formacion_ruge_ugt.pdf

Sanz de Miguel, P. (2019) *Falsos autónomos y falsos becarios: una aproximación institucional al caso español*". 37(1), pp 67-89.

Servicio Público de Empleo Estatal (s. f.) *Modalidades de prácticas no laborales y prácticas laborales.* Recuperado de https://transferencias.design/wp-content/uploads/2020/03/MODALIDADES-ETC-TRANSFERENCIAS-2020.pdf

Servicio Público de Empleo Estatal (s.f.) Recuperado de https://www.sepe.es/HomeSepe/que-es-el-sepe.html

Sindicat dels Països Catalans SEPC. (s.f.) *Qui som*. (Documento en línea). Recuperado el 10 de diciembre de https://www.sepc.cat/qui-som-2/

Subvenciones a entidades para compensación de desigualdades en educación. (s.f.) *Ministerio de Educación y Formación Profesional*. Recuperado el 17 de mayo de 2023 de https://www.educacionyfp.gob.es/servicios-al-ciudadano/catalogo/organizaciones-fundaciones-empresas/ayudas-subvenciones/compensacion-desigualdades-educacion.html

Tulgan, B. (2013). Meet Generation Z: The second generation within the giant “Millennial” cohort. *RainmakerThinking*. (Documento en línea). Recuperado el 18 de diciembre de http://rainmakerthinking.com/assets/uploads/2013/10/Gen-Z-hitepaper.pdf

Unión General de Trabajadores. (1er Cuatrimestre de 2016). *Becarios y becarias, otra forma de precariedad laboral.* Boletín jóven de empleo, 22. Recuperado de https://www.ugt.es/sites/default/files/migration/juventud-22-1cuatrimestre_2016.pdf

UGT (s. f.) *Informe integral sobre las prácticas no laborales en nuestro país*. Recuperado de https://www.ugt.es/sites/default/files/informe_integral_sobre_practicas_no_laborales_en_nuestro_pais_-_ruge-ugt_mayo_2022_1.pdf

UGT reclama un Estatuto de Prácticas no Laborales que garantice los derechos de los becarios. (17 de julio de 2019). Unión General de Trabajadores. Recuperado el 10 de diciembre de https://www.ugt.es/ugt-reclama-un-estatuto-de-practicas-no-laborales-que-garantice-los-derechos-de-los-becarios

Wildposting. (s.f.). *Urban style publicity*. (Documento en línea). Recuperado el 19 de febrero de 2023 de https://urbanstylepublicity.com/wild-posting/