

El Consejo Social de la UA mediará con las empresas para que paguen las prácticas - Información - 29/12/2015

El Consejo Social de la UA mediará con las empresas para que paguen las prácticas

► El presidente del organismo social universitario desplegará ante las juntas directivas de decenas de firmas de la provincia los conocimientos innovadores del alumnado ► Francisco Gómez defiende la «comercialización del 'producto' que tenemos»

VICTORIA BUENO

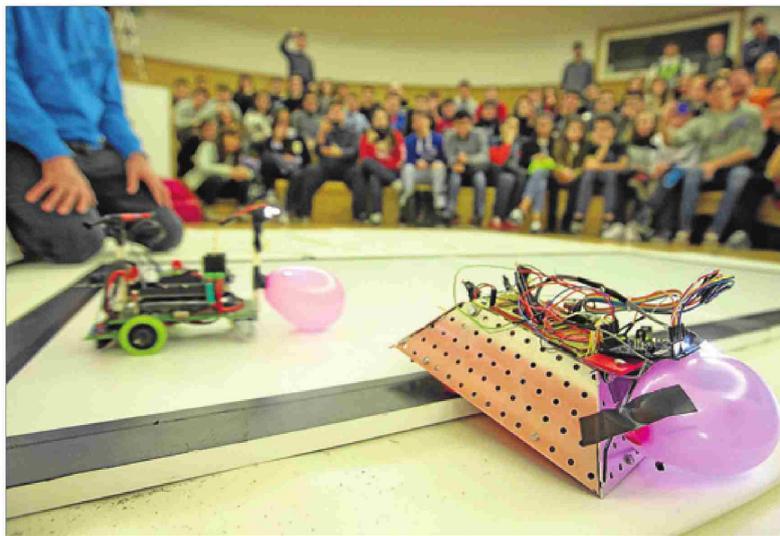
■ Al cambio de tendencia que empieza a darse entre los estudiantes universitarios, que ya no están dispuestos a hacer prácticas en empresas sin cobrar a cambio –como publicó este diario en su edición del domingo–, se suma ahora el máximo representante del Consejo Social de la propia Universidad de Alicante, que se ha propuesto mediar con el tejido empresarial para que se pague al alumnado por su talento.

«La Universidad de Alicante tiene un muy buen producto. El alumnado está muy preparado y es de ellos de quienes las pequeñas empresas pueden esperar la innovación que necesitan. Hay que poner todo esto en valor», explica Francisco Gómez, presidente del organismo social de la UA y a su vez de la Empresa Familiar, e integrante de COEPA.

Como máximo exponente del Consejo Social, Gómez se ha propuesto hacer llegar de forma directa al tejido empresarial de la provincia «el potencial que implican los alumnos universitarios, para que lo aprovechen y paguen por ello también».

Asegura estar no sólo concienciado de que el talento hay que pagarlo, sino que lo lleva a la práctica en el conjunto de las firmas que preside: «Siempre hemos pagado a los estudiantes que hacen prácticas con nosotros, incluso en los tiempos peores, al menos para que tuvieran para los gastos de transporte o gasolina y un pequeño incentivo por la aportación de sus conocimientos», recalca Francisco Gómez.

La media estipulada formalmente para la remuneración mensual de las prácticas universitarias asciende a 420 euros que, hasta el momento y a consecuencia de la confluencia de la crisis económica los últimos años, muy pocas firmas han estado dispuestas a pagar.



La Escuela Superior Politécnica favorece la innovación con concursos sobre robótica. RAFA ARJONES

Gómez, reconocido empresario provincial, afirma que con el intercambio el sector obtendrá beneficios

Por contra, reclamaban de los campus estudiantes capacitados y, a cambio, les ofrecían la experiencia que podrían adquirir en sus instalaciones sin ningún coste porque no estaban dispuestas a pagar.

La postura más crítica que desde el Observatorio de Inserción Laboral de la UA se ha observado los últimos meses entre los estudiantes, también parece haber



El Consejo Social presenta el potencial universitario ante FOPA.

empezado a calar en las empresas, que, aunque tímidamente, también empiezan a ofrecer contratos. Lo que se ha propuesto el presi-

dente del Consejo Social de cara al año que viene es incentivar este intercambio entre el conocimiento académico y el potencial econó-

La Clave

EL TALENTO SE PAGA
La Universidad pondrá en valor a sus alumnos

El organismo universitario que sirve de nexo de unión entre el conocimiento académico y la sociedad se ha propuesto hacer ver al empresario que todo el talento se tiene que pagar.

mico de las empresas «para que todos salgan ganando, porque aprovechando las excelentes capacidades de nuestros alumnos también mejorará el tejido productivo y empresarial de la provincia», puntualiza.

«No es para echar cohetes, pero sí se observa cierto cambio de tendencia también entre las empresas y queremos reforzarlo desde el Consejo Social». El presidente ha organizado para este próximo año decenas de reuniones entre los distintos vicerrectores académicos y las juntas directivas de las empresas de la provincia «para sincronizar ambos ámbitos y acercarlos, inculcando la filosofía de la Universidad de forma que el empresario conozca todo lo que pueden aportar alumnos de las distintas disciplinas más relacionadas con su producto y que, a su vez, identifique sus necesidades».

Gómez, reconocido empresario provincial, se plantea esta medida como la venta de un producto: «Salir a venderlo no es humillante. Hay que comercializar el producto que tenemos y dar a conocer a su vez lo que hacen los equipos de investigadores a otro nivel más avanzado en obra pública, industrias químicas y un largo etcétera», concluye.