



Memoria final

Proyectos de Innovación Docente 2022-2023

1. Identificación del proyecto

Título:	Investigación de la ansiedad en los estudiantes de grado y sensibilización hacia una universidad más inclusiva
Programa:	PISOC (Programa de Innovación Social)
Centro:	Facultad de Economía y Empresa
Estudio:	Marketing e Investigación de Mercados

2. Coordinadores del proyecto

Coordinador	Ana Julia Grillo Mendez
Correo electrónico	agrillo@unizar.es
Departamento	Departamento de Dirección de Marketing e Investigación de Mercados
Centro	Escuela de Doctorado, Facultad de Economía y Empresa

3. Resumen del proyecto

Este proyecto, desarrollado a través de dos asignaturas del Grado en Marketing e Investigación de Mercados (Investigación de Mercados II y Marketing Público y No Lucrativo), pretende que los estudiantes de tercer y cuarto curso contribuyan activamente a visibilizar los problemas de salud mental, logrando una sociedad más inclusiva. Se pretende, por tanto, que los estudiantes sean agentes de

cambio. Para ello, utilizando la metodología de Aprendizaje Servicio y en colaboración con AFDA y OUAD, se desarrollarán dos actividades prácticas que, además de proporcionar competencias específicas del grado, van a permitir trabajar los objetivos de desarrollo sostenible 3, 4, 10 y 16, persiguiéndose que los estudiantes sean conscientes de la importancia de la salud mental y los autocuidados y que contribuyan a sensibilizar a otros estudiantes de la Universidad de Zaragoza sobre estas cuestiones.

4. Participantes en el proyecto

Nombre y apellidos	Correo electrónico	Departamento	Centro
Ana Quintana San Ildefonso	anaquintanasan@gmail.com		
Ana Pilar Garrido Rubio	agarrido@unizar.es	Departamento de Dirección de Marketing e Investigación de Mercados	Facultad de Economía y Empresa
Fernando Antonio Latorre Dena	flatorre@unizar.es		
Héctor Morillo Sarto	hmorillo@unizar.es	Departamento de Psicología y Sociología	Facultad de Educación
Jara Vergara Navarro	544518@unizar.es		
María Pilar Urquizu Samper	purquizu@unizar.es	Departamento de Dirección de Marketing e Investigación de Mercados	Facultad de Economía y Empresa
María Soledad Torres Larios	soltorreslarios@unizar.es	Departamento de Psicología y Sociología	Facultad de Ciencias Sociales y del Trabajo
María Teresa Montaner Gutiérrez	montagut@unizar.es	Departamento de Dirección de Marketing e Investigación de Mercados	Facultad de Economía y Empresa
Natalia Yagüe Sanjuán	nyague@unizar.es		
Sofía Escudero Angulo	738527@unizar.es		Facultad de Ciencias Sociales y del Trabajo

5. Rellene, de forma esquemática, los siguientes campos a modo de ficha-resumen del proyecto

Otras fuentes de financiación sin detallar cuantía

Para el desarrollo del proyecto no se ha contado con ninguna otra fuente de financiación.

Tipo de proyecto (Experiencia, Estudio o Desarrollo)

Experiencia

Contexto de aplicación/Público objetivo (titulación, curso...)

Este proyecto se ha desarrollado a través de dos asignaturas del Grado en Marketing e Investigación de Mercados (Investigación de Mercados II de tercer curso y Marketing Público y No Lucrativo, de cuarto curso).

Curso académico en que se empezó a aplicar este proyecto

Durante el segundo semestre del curso 2021-22, dentro de la asignatura Investigación de Mercados II, los estudiantes tuvieron la posibilidad de realizar un estudio de mercado sobre la ansiedad en los universitarios. Este estudio se realizó a partir de una propuesta de colaboración con la Asociación de Trastornos Depresivos de Aragón (AFDA) y la Oficina de Atención a la Diversidad (OUAD) de la Universidad de Zaragoza. La actividad desarrollada en este proyecto parte de los resultados de la investigación realizada el curso pasado.

Interés y oportunidad para la institución/titulación

En este contexto se enmarca el presente proyecto de innovación docente que, basándose en la metodología de Aprendizaje Servicio (ApS), pretende promover el cambio al abordar la problemática de la ansiedad en los universitarios. Así, además de alcanzar los resultados de aprendizaje de las dos asignaturas involucradas en el mismo, con la campaña diseñada se ha querido contribuir a mejorar el bienestar del colectivo de universitarios y, por extensión, el bienestar de la sociedad en general.

Métodos/Técnicas/Actividades utilizadas

El proyecto ha partido de los resultados obtenidos en las encuestas realizadas durante el curso 2021-2022. A partir de esta información se ha creado una cuenta en Instagram (<https://www.instagram.com/mimsaludmental/>) donde se han ido publicando los principales resultados del estudio, acompañados de consejos sobre cómo gestionar el estrés y la ansiedad. También se han diseñado carteles informativos y se ha grabado un vídeo que se ha difundido a través de redes sociales.

Tecnologías utilizadas

- Programas de edición de imágenes
- Programas de grabación y edición de vídeos
- Gestión de redes sociales

Formularios de Google para realizar una valoración final de la experiencia

Tipo de innovación introducida: qué soluciones nuevas o creativas desarrolla

La principal innovación del proyecto ha sido la coordinación de dos asignaturas del Grado en Marketing e Investigación de Mercados en dos años académicos consecutivos. Los mismos estudiantes han podido trabajar en la temática de la ansiedad en dos momentos distintos y han sido conscientes de la importancia de la investigación para poder diseñar acciones de marketing.

Impacto del proyecto

La campaña de comunicación diseñada se ha difundido en redes sociales y ha permitido dar visibilidad al problema de la ansiedad en los universitarios. Los carteles distribuidos por los accesos y pasillos del edificio Lorenzo Normante han propiciado que los estudiantes hablen de esta problemática y sean conscientes de la importancia de la salud mental.

Características que lo hacen sostenible

Este proyecto es sostenible desde dos perspectivas diferentes. Por un lado, centrándonos en la temática de la ansiedad, los materiales creados se han puesto a disposición de la OUAD y pueden ser difundidos en otros centros, o ser el punto de partida para otras campañas sobre esta temática. Por otra parte, atendiendo a la metodología empleada, los resultados de esta experiencia piloto de coordinación entre dos asignaturas han sido muy satisfactorios. Se ha comprobado que los objetivos de aprendizaje de ambas materias pueden alinearse fácilmente y los alumnos han valorado positivamente ver su interconexión. Así, en este curso 2022-2023 se han propuesto nuevos temas de investigación para la asignatura de tercer curso, concretamente la donación de sangre y el comercio justo, y en el curso 2023-2024, los mismos estudiantes que ya estarán en el cuarto año, diseñarán alguna acción dentro de la asignatura de Marketing Público y no Lucrativo.

Posible aplicación a otras áreas de conocimiento

Este proyecto se basa en la metodología ApS que es totalmente transversal y fácilmente trasladable a otras áreas de conocimiento. Aunque tradicionalmente ha estado más ligado a ámbitos como la educación, trabajo social, etc., es totalmente aplicable a cualquier ámbito. Además, la propuesta desarrollada en la que se han coordinado dos asignaturas durante dos cursos distintos también

podría tener cabida en otros contextos o titulaciones, y podría ayudar a que los estudiantes comprendan la interrelación que existe entre unas materias y otras.

6. Contexto del proyecto

Necesidad a la que responde el proyecto, mejoras obtenidas respecto al estado del arte, conocimiento que se genera.

La ansiedad es considerada como uno de los problemas psicológicos con mayor prevalencia en la sociedad y, como reconoce la Organización Mundial de la Salud, su incidencia ha aumentado como consecuencia de la pandemia del COVID-19. Un colectivo especialmente afectado por esta realidad es el estudiantado universitario, que se ha enfrentado a situaciones como *“aislamiento, dependencia, pérdida de referentes del aula, privación del clima de respaldo social, falta de apoyo de los compañeros, mayores dificultades para ser atendido por el profesorado, etc.”* (López-Aguilar y Álvarez-Pérez, 2021), lo que ha generado nuevas situaciones de estrés (Marco-Ahulló et al., 2021).

La ansiedad puede definirse como un estado mental que lleva a experimentar sentimientos de incomodidad, angustia, miedo y preocupación. Niveles elevados de ansiedad afectan negativamente a la calidad de vida del individuo, pudiendo reducir el autocuidado e incrementando la probabilidad de abusar de sustancias como el alcohol o las drogas. Además, la ansiedad afecta a las funciones cognitivas -atención, memoria, entre otros-, repercutiendo, en el caso de los estudiantes, en su rendimiento académico.

Ante esta realidad es necesario realizar intervenciones eficaces para lograr que los estudiantes universitarios sepan gestionar los niveles de estrés y ansiedad, reduciendo de esta forma el impacto que tiene sobre la salud mental de los estudiantes. En este sentido, la Asociación de Trastornos Depresivos de Aragón (AFDA) está colaborando con la Oficina Universitaria de Atención a la Diversidad (OUAD) de la Universidad de Zaragoza para plantear intervenciones con el estudiantado universitario. Ambas instituciones son parte activa en este proyecto.

Además, la propuesta que aquí se presenta, está alineada con algunos de los objetivos de desarrollo sostenible de la Agenda 2030 de Naciones Unidas, y con la responsabilidad de nuestra Universidad de promover estos objetivos en la educación universitaria. Por eso, se pretende que nuestros alumnos comprendan los desafíos mundiales a los que nos enfrentamos y el papel que pueden desempeñar para superarlos, convirtiéndose en agentes de cambio que actúan ante dichos desafíos globales. Concretamente, con las acciones derivadas de las actividades del proyecto se ha trabajado especialmente sobre cuatro objetivos: el **objetivo 3**, “Garantizar una vida saludable y promover el bienestar para todos y todas en todas las edades”; el **objetivo 4**, “Garantizar una educación de calidad inclusiva y equitativa, y promover las oportunidades de aprendizaje permanente

para todos”; el **objetivo 10**, “Reducir la desigualdad entre países y dentro de ellos”; y el **objetivo 16**, “Promover sociedades pacíficas e inclusivas para el desarrollo sostenible, facilitar acceso a la justicia para todos y crear instituciones eficaces, responsables e inclusivas a todos los niveles”.

En este contexto se enmarca el presente proyecto de innovación docente que, basándose en la metodología de Aprendizaje Servicio (ApS), ha pretendido promover el cambio al abordar la problemática de la ansiedad en los universitarios en dos asignaturas del Grado en Marketing e Investigación de Mercados: Investigación de Mercados II, asignatura obligatoria de 3er curso, y Marketing Público y No Lucrativo, asignatura optativa de 4º curso. A través de las actividades prácticas de estas asignaturas se ha querido conseguir que, junto con la adquisición de las competencias generales y específicas del grado, los alumnos puedan contribuir a mejorar el bienestar del colectivo de universitarios y, por extensión, el bienestar de la sociedad en general.

7. Objetivos iniciales del proyecto

Qué se pretendía obtener cuando se solicitó el proyecto.

El objetivo principal de este proyecto de innovación docente ha sido que los estudiantes se conviertan en agentes de cambio a través de los resultados alcanzados en las actividades prácticas de las dos asignaturas implicadas (Investigación de Mercados II y Marketing Público y No Lucrativo). Así, se ha querido contribuir de forma activa a la **consecución de los ODS 3, 4, 10 y 16**. Concretamente los alumnos, acompañados de las entidades colaboradoras y el profesorado, han analizado el problema de la ansiedad en los estudiantes universitarios, dando visibilidad a dicho problema y diseñando acciones que ayuden a mejorar la salud mental de dicho colectivo.

Además de este objetivo general, se ha pretendido alcanzar una serie de objetivos específicos. En concreto, se ha estudiado la realidad actual de la ansiedad en los estudiantes universitarios, analizando el nivel de estrés y ansiedad así como identificando las causas que provocan estos. También se ha analizado cómo afecta la ansiedad en la vida personal de los estudiantes y si estos saben qué acciones podrían tomar para mejorar estas situaciones tratando de potenciar el autocuidado.

Por otra parte, se ha examinado el grado de concienciación sobre este problema en el entorno universitario para poder incidir en la importancia de dar visibilidad a los problemas de salud mental y a la inclusión de personas con problemas de ansiedad.

No podemos olvidar también, como así se ha demostrado en diferentes estudios, que la ansiedad provoca efectos adversos en otras facetas como en los resultados académicos (Celis et al., 2001; García-Fernández et al., 2013), autoestima, estado

de ánimo así como otros problemas de salud física y mental. Tratar de reducir la ansiedad en los estudiantes no sólo les beneficiará a ellos, también a la comunidad universitaria y a la sociedad en general.

Además, se han pretendido conseguir objetivos específicos vinculados a las competencias generales y específicas del grado. Estos son:

- Desarrollar competencias organizativas, planificando y coordinándose en las dos actividades, siendo capaces de trabajar en equipo y desarrollando su liderazgo y capacidad de decisión.
- Desarrollar competencias de innovación, siendo capaces de buscar nuevas ideas, cuestionar ideas propias o ajenas y desarrollar su creatividad.
- Conocer herramientas cuantitativas de análisis para la investigación de mercados.
- Comprender las posibilidades de las TIC para la investigación de mercados.
- Desarrollar competencias comunicativas, desarrollando sus habilidades sociales, de usar las tecnologías de la información y la comunicación, y de presentar y defender en público sus propuestas.
- Diseñar y llevar a cabo de forma autónoma acciones de marketing de guerrilla: creativas, no convencionales y con presupuestos ajustados, lo que se ajusta perfectamente a las necesidades de entidades sociales y sin ánimo de lucro, ya sean privadas o públicas.
- Ser capaces de analizar, valorar y tomar decisiones, siendo conscientes de las interrelaciones entre los contenidos y las competencias que proporcionan las diferentes asignaturas.

8. Métodos de estudio/experimentación y trabajo de campo

Métodos/técnicas utilizadas, características de la muestra, actividades realizadas por los estudiantes y el equipo, calendario de actividades.

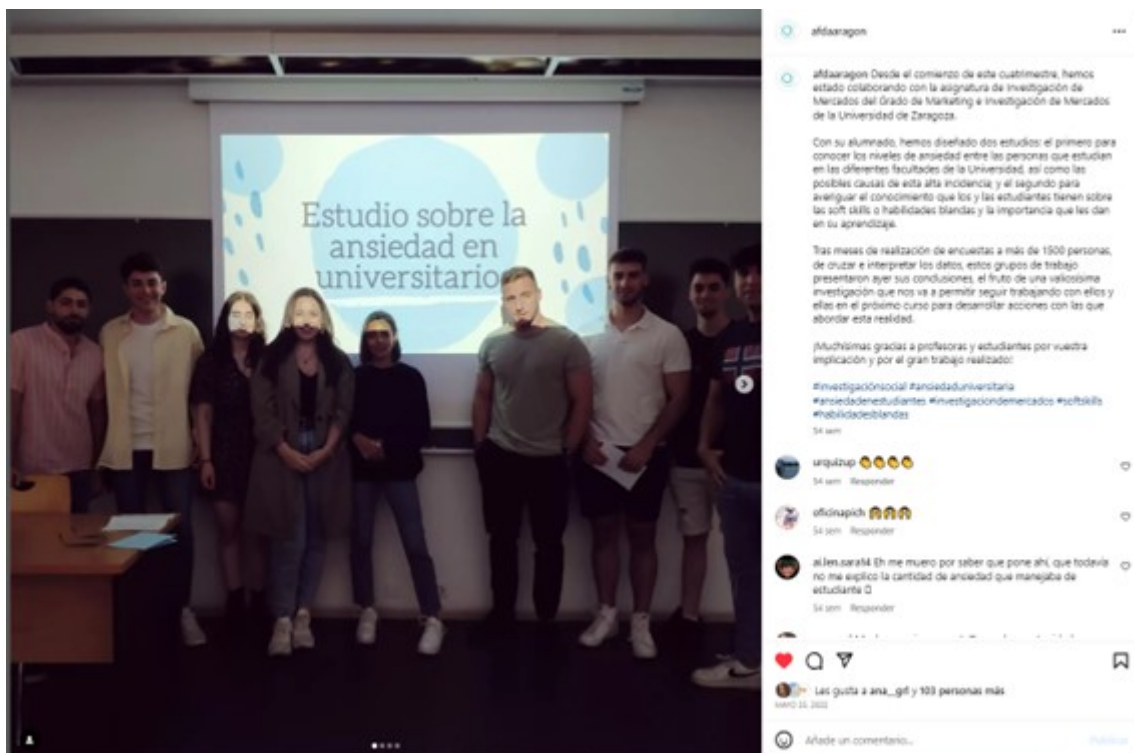
El proyecto se ha desarrollado a partir de dos actividades prácticas que habitualmente se llevan a cabo en las asignaturas de Investigación de Mercados II y de Marketing Público y No Lucrativo. En estas actividades se ha abordado la importancia de la salud mental de los estudiantes universitarios. Los mismos alumnos han participado en las actividades desarrolladas en los dos últimos cursos académicos: el 2021-2022 y el 2022-23.

El objetivo final era que los estudiantes, tras cursar las dos materias, diseñasen y llevasen a cabo alguna acción de marketing de guerrilla relacionada con el

problema de la ansiedad en los universitarios. A continuación se explica el método de trabajo seguido en cada asignatura.

La asignatura Investigación de Mercados II se imparte en el segundo semestre del tercer curso del Grado en MIM. En esta materia los estudiantes, organizados en equipos de trabajo, tienen que realizar un estudio de mercado basado en encuestas sobre un tema de su elección. Las profesoras de la asignatura, siguiendo la metodología ApS, animan a realizar investigaciones que pueden resultar de utilidad a organizaciones sin ánimo de lucro y asociaciones, y que redunden en un beneficio para la sociedad. Durante el curso 2021-2022 surgió la posibilidad de colaborar con AFDA para que los estudiantes realizaran un estudio de mercado sobre la ansiedad en los universitarios. Así, 18 estudiantes organizados en dos grupos realizaron una el trabajo sobre este tema. El trabajo consistió en definir unos objetivos de investigación, diseñar la encuesta, recopilar 722 cuestionario válidos y elaborar un informe. Las profesoras del departamento de Dirección de Marketing e Investigación de Mercados participantes en el proyecto realizaron un análisis más profundo y avanzado de la información que ha permitido obtener una visión actual de la ansiedad en nuestro estudiantado. Las entidades participantes cuentan con este informe que pueden utilizar para diseñar planes de acción que contribuyan a la no estigmatización de los estudiantes que sufran ansiedad, a enseñar estrategias que ayuden a gestionar mejor el estrés y la ansiedad, y a promover el autocuidado de nuestro alumnado.

Imagen 1: Post en el perfil de Instagram de AFDA sobre la colaboración desarrollada



Los resultados del trabajo de Investigación de Mercados II se han utilizado como punto de partida en la asignatura Marketing Público y No Lucrativo la cual se imparte en el primer semestre del cuarto curso del Grado en MIM. En esta asignatura los estudiantes trabajaron en el diseño de una campaña de sensibilización sobre la salud mental y, más concretamente, sobre la ansiedad en los universitarios. El objetivo final ha sido visibilizar los problemas en el ámbito de la salud mental que tienen los estudiantes de la Facultad de Economía y Empresa y dar a conocer al alumnado las vías de ayuda que ofrece la Universidad de Zaragoza en colaboración con la asociación AFDA.

A comienzo de curso, Javier Mediel, coordinador general de AFDA (<https://asociacionafda.com/>), dio una charla a los estudiantes explicando cómo funciona la Asociación y presentando las diferentes ayudas que ofrecen a las personas con estos problemas. Los estudiantes desarrollaron una actividad de creatividad para proponer diferentes acciones y optaron por tres acciones concretas: elaboración del video, crear una cuenta de Instagram y diseñar carteles informativos. En otra sesión se contó con la participación del responsable de la OUAD, Fernando Latorre, que resolvió las dudas de los estudiantes y les ayudó a plantear algunas cuestiones de este proyecto.

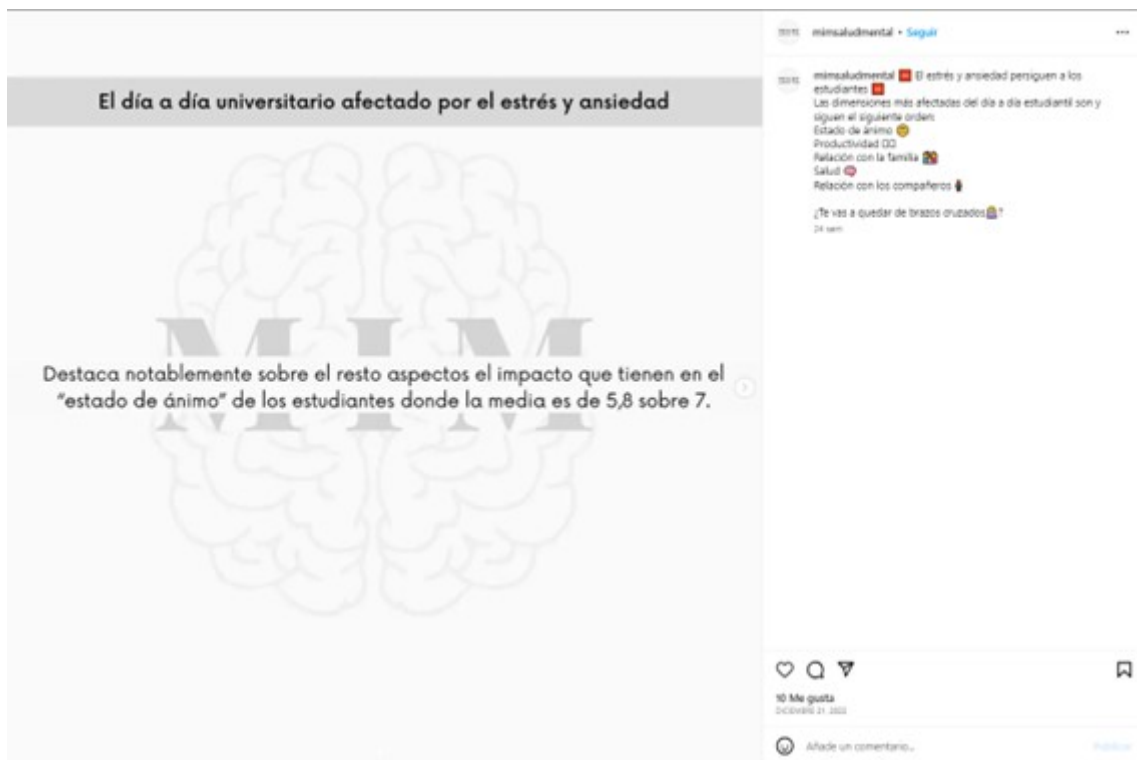
Imagen 2: Sesión de trabajo en clase de Marketing Público y No Lucrativo con AFDA (octubre 2022)



El vídeo, que está disponible en <https://www.youtube.com/watch?v=17dF-qGye5g>, comienza con un chico durante un día cualquiera en su vida siendo estudiante, todo el estrés al que se enfrenta y lo que este conlleva. Para ello grabaron planos de un compañero que iba a estudiar a la biblioteca. Este estudiante se agobiaba y su manera de reaccionar era lanzar los apuntes a la mesa e irse a casa en coche y después decidía hacer deporte como vía de escape para liberarse. Al día siguiente se enfrenta a un examen que le agobiaba y por ello, tiene una crisis de ansiedad y estrés que se representó mediante ruido e imágenes en el momento de hacer el examen. Tras esto, se mostraron las formas de contacto con la OUAD junto con una voz en OFF.

En el perfil de Instagram (<https://www.instagram.com/mimsaludmental/>) se fueron publicando las cuestiones que más impactaron de los resultados de la investigación de mercados realizada el curso anterior, a la vez que se presentaban acciones para afrontar el estrés y la ansiedad.

Imagen 3: Ejemplos de post en el perfil de Instagram de MIMSaludMental



También se optó por diseñar carteles informativos con el fin de llegar a un mayor número de estudiantes de la Facultad de Economía y Empresa. Concretamente se

diseñaron 4 tipos de carteles diferentes, unos en color rojo y otros en color verde. Los carteles en color rojo querían representar las frases y/o pensamientos más negativos que se pasan por la cabeza a una persona con estrés o ansiedad, mientras que los carteles verdes mostraban estrategias para afrontar estas situaciones. Desde AFDA se colaboró en el diseño tanto del formato como de los mensajes a transmitir. Además, en los carteles se presentaban los recursos de ayuda que ofrece la Universidad, como es el Gabinete de Atención Psicosocial de la OUAD y se incluía un código QR que conducía de manera directa al video que se ha publicado en la plataforma youtube. También se crearon carteles con un código QR que facilitaba el acceso a la cuenta de Instagram.

Imagen 4: Ejemplos de carteles informativos elaborados por los estudiantes



Esta campaña se realizó durante el mes de enero, coincidiendo con la preparación y realización de los exámenes. En ese momento, como se había podido comprobar en el estudio, es cuando se presentan los mayores problemas de estrés y ansiedad en los estudiantes. Por eso se animaba a que si se sentían desbordados acudiesen a este servicio que se ofrece desde la OUAD.

Imagen 5: Difusión de los carteles informativos en la Facultad de Economía y Empresa



tu espacio boc

Advertisement for "tu espacio boc" featuring various notices and posters, including one for "MATEMÁTICAS" and another for "TECNOLOGÍA".

Large bulletin board with a prominent poster for language courses: "¿Quieres aprender inglés o alemán en el Campus Rio Ebro? ¡Párate al Centro Universitari de Lengües Modernas".

Red poster with the text: "CADA DÍA ES UNA PESADILLA".

Green poster with the text: "FINGIR QUE NO DUELE, DUELE EL DOBLE".

Small white sign with a QR code and the text: "Instagram: @universitatiboc".



9. Conclusiones del proyecto

Conclusiones: lecciones aprendidas, impacto.

Las mejoras esperadas en el proceso de enseñanza aprendizaje están relacionadas con la consecución de los objetivos planteados en el proyecto. Así, se esperan mejoras tanto vinculadas a las competencias generales y específicas de la titulación, como vinculadas a la consecución de los objetivos de desarrollo sostenible.

Respecto al grado en el que se han alcanzado los objetivos vinculados con las competencias generales y específicas de la titulación, podemos afirmar que se han conseguido todos ellos. Así se ha logrado:

- Desarrollar competencias organizativas, puesto que ha sido necesario planificarse y coordinarse en las dos asignaturas, trabajando en equipo.
- Analizar, valorar y tomar decisiones, siendo conscientes de las interrelaciones entre los contenidos y las competencias que proporcionan las diferentes asignaturas.
- Desarrollar competencias de innovación, puesto que han tenido desarrollar su creatividad, buscando nuevas ideas.
- Desarrollar competencias comunicativas, utilizando tecnologías de la información y la comunicación, y presentando y defendiendo en público sus propuestas.

En cuanto a los objetivos de desarrollo sostenible, consideramos que:

- Se ha promovido el bienestar para todos y todas, tratando de fomentar una vida saludable (objetivo 3).
- Se han promovido oportunidades de aprendizaje permanente para todos, buscando generar, con el trabajo realizado, una educación de calidad inclusiva y equitativa (objetivo 4).
- Se ha tratado de reducir la desigualdad, a través de la comunicación desarrollada (objetivo 10)
- Mediante la investigación y la campaña realizada se ha tratado de ayudar a las instituciones implicadas (Universidad de Zaragoza y AFDA) para que estas sigan siendo eficaces, responsables e inclusivas a todos los niveles (objetivo 16).

10. Continuidad y Expansión

**Transferibilidad (que sirva como modelo para otros contextos),
Sostenibilidad (que pueda mantenerse por sí mismo), Difusión realizada .**

La realización de actividades prácticas interrelacionadas en diferentes asignaturas de un mismo curso de una titulación es totalmente aplicable a cualquier área de conocimiento y/o centro. Asimismo, este tipo de actividades vinculadas con los objetivos de desarrollo sostenible puede hacerse en la mayoría de las titulaciones de la Universidad de Zaragoza.

En cuanto a la transmisión de los resultados, tanto AFDA como la OUAD, han dado difusión al trabajo de investigación así como a las campañas de

comunicación desarrolladas por los alumnos. Además, la experiencia se ha difundido a través del blog de la Facultad de Economía y Empresa (<https://fecem.unizar.es/blog/campana-para-la-visibilizacion-de-la-salud-mental-en-universitarios>).

11. Resultados del proyecto indicando si son acordes con los objetivos planteados en la propuesta y cómo se han comprobado

Método de evaluación, Resultados.

Una vez finalizada la segunda asignatura, a los estudiantes que habían participado en la ella se pidió que contestasen una breve encuesta. En el cuestionario se pedía que valorasen mediante escalas de Likert de 7 puntos (1-totalmente en desacuerdo- y 7-totalmente de acuerdo-) distintos aspectos la actividad desarrollada y de la metodología ApS utilizada. Los alumnos estaban “*satisfechos con la propuesta de ApS*” (media de 5,9) y “*recomendarían utilizarla en otras materias*” (media de 6,1).

Las actividades desarrolladas les habían ayudado a “*entender mejor determinados conocimientos o contenidos de las asignaturas*” (6,1) y al ser un estudio aplicado, habían podido “*conocer mejor un campo profesional ligado con mi grado*” (6,1).

Además, estas actividades habían contribuido a mejorar sus competencias “*interpersonales*” (5,9), de “*pensamiento crítico*” (5,8), “*profesionales*” (5,2) y también para “*la democracia y sostenibilidad*” (4,7).