

# INFORME DEL CIERRE DEL PLAN DIRECTOR

La Facultad de CCSS y de la Comunicación elaboró su Plan Director en el curso 2017/2018, con un periodo de vigencia de 5 años, hasta septiembre 2022, dentro del marco de planificación estratégica de la Universidad de Cádiz (PEUCA I y II).

En línea con los objetivos de la UCA el Plan Director del Centro establece los como misión, visión y valores retos que orientan las actuaciones del Centro en el periodo 2017 a 2022.

## Misión.

Centro universitario público -perteneciente a la Universidad de Cádiz y ubicado en el campus de Jerez- formado por un grupo humano comprometido y especializado en las ciencias sociales y de la comunicación que, mediante la docencia, la investigación y la gestión de recursos, ofrece formación universitaria a futuros profesionales y ciudadanos e investiga para generar riqueza social, económica y tecnológica en nuestro entorno.

## Visión.

Nuestra Facultad aspira a ser un Centro de vanguardia y de referencia por su docencia e investigación de calidad, formando a profesionales cualificados en el ámbito de las ciencias sociales y de la comunicación. Asimismo, pretende ser reconocido como un Centro generador de conocimientos socialmente responsable, creativo y dinamizador de nuevos retos de cara al desarrollo de nuestro entorno y la empleabilidad de nuestros egresados. Valores La Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación de la Universidad de Cádiz Valores

Esfuerzo, responsabilidad, profesionalidad, respeto, justicia, igualdad, integración y mejora continua cercanía, capacidad de adaptación, compromiso, creatividad, innovación, dinamismo, sostenibilidad

Además, recoge los **retos** que se enumeran posteriormente:

1. Completar y mejorar la oferta formativa del Centro
2. Incrementar las competencias de nuestros estudiantes y egresados.
3. Mejorar la visibilidad interna y externa de la Facultad.
4. Incrementar la internacionalización de las actividades del Centro con especial atención a Hispanoamérica
5. Incrementar las relaciones del Centro con empresas del entorno.
6. Incrementar las relaciones con nuestros egresados.
7. Incrementar y mejorar los espacios de la Facultad en el contexto del Campus.
8. Generar sinergias entre el Instituto de Investigación para el Desarrollo Social Sostenible (INDESS) y la Facultad.
9. Fomentar la diversificación de la actividad investigadora del Centro.

En el año 2021, la UCA ha elaborado un nuevo Plan Estratégico denominado PEUCA3, que actualiza los objetivos estratégicos de la Universidad, por lo que se hace necesario y oportuno hacer una revisión de los retos alcanzados en el Plan Director de la Facultad y proceder a su cierre, para facilitar una nueva etapa en el proceso de la planificación estratégica del Centro acorde con los establecidos por la UCA.

El motivo de cerrar el Plan Director de forma anticipada, 6 meses antes de su periodo de vigencia, tiene como finalidad permitir la adaptación de la planificación estratégica de la Facultad a las nuevas políticas de la Universidad que se marcan en el PEUCA3.

El Plan Director, que fue aprobado en 2017, recoge un cronograma para el seguimiento de los 9 retos y sus 87 actuaciones que los componen, hasta septiembre de 2022.

La valoración de las 87 actuaciones se realiza indicando las acciones que se han emprendido para su cumplimiento. Los diferentes responsables de cada actuación aportan la información necesaria para realizar la evaluación. Una vez informado el Plan Director se procede al debate del documento en la Junta de Facultad.

Periodo de revisión por la Junta de Facultad de 20 de diciembre de 2021 a 15 de enero de 2022.

Debate y aprobación del informe de cierre semana del 17 al 21 de enero de 2022.

# CUADRO DE SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN DEL RETOS Y ACTUACIONES

Reto 1: Completar y mejorar la oferta formativa del Centro.

	Actuaciones	ACCIONES REALIZADAS
1.1	Solicitar de forma justificada la creación del Grado en Comunicación Audiovisual en la oferta de la UCA.	Se ha solicitado a la Junta de Andalucía 3 años consecutivos de 2017 a 2019.
1.2	Solicitar de forma justificada la creación del Máster en Publicidad y Relaciones Públicas en la oferta de la UCA.	Solicitado el Máster Interuniversitario en Creatividad Publicitaria con la Universidad de Sevilla en 2018.
1.3	Fomentar la impartición de títulos online, virtuales o de forma semipresencial.	Se ha activado con la pandemia en los cursos 2020 y 2021 la importación de docencia on-line. No se han realizado modificaciones en las memorias de los títulos.
1.4	Proponer de forma justificada títulos propios especializados que atiendan las necesidades formativas del sector empresarial, de nuestro alumnado y nuestros egresados.	No realizado.
1.5	Lograr acuerdos con empresas e invitar a agentes externos del entorno para involucrarlos en la docencia de nuestras titulaciones.	Creación del Aula Skal. Colaboración con Delegación de Jerez de la Agencia Tributaria, Asociación Marketing de la Provincia de Cádiz, Asociación de Empresas Turísticas de la Provincia de Cádiz, Clúster Turístico Destino Jerez, Asociación de Prensa de Jerez y otras empresas colaboradoras. Participación de agentes externos en las elaboraciones y modificaciones de planes de estudios y modificaciones de memorias de títulos.
1.6	Proponer al CSLM la creación de una oferta "ad hoc" para alumnado, profesorado y PAS del Centro no sólo para la formación sino también para la acreditación.	A través de acciones avaladas de la UCA se han organizado cursos de formación en inglés.
1.7	Incrementar el uso de las nuevas tecnologías en la docencia del Centro.	Adquisición de software específico para las titulaciones del Centro: Adobe Cloud, SPSS y AMOS de IMB, Horizontel.
1.8	Fomentar la formación y uso del Campus Virtual para incentivar la docencia semipresencial.	Implantación del campus virtual en la docencia de más del 99% de las asignaturas.
1.9	Solicitar mayor presencia de actividades de extensión universitaria en la Facultad.	Se han solicitado actividades de extensión universitaria el Aula de Cine y Cursos de Otoño fundamentalmente.

	<b>Actuaciones</b>	<b>ACCIONES REALIZADAS</b>
1.10	Proponer la adecuación de Grados y Másteres a las nuevas demandas formativas, incorporando la impartición de formación reglada en otros idiomas.	Modificación de memorias de títulos: Grado en Marketing e Investigación de Mercados, Publicidad. Se ha propuesto la participación en el Plan Píole y actual plan de oferta idiomática vinculada a SEA-UE.
1.11	Realizar una propuesta justificada de reducción del tamaño de los grupos (principalmente en el Grado de Publicidad y RR.PP y el Grado en Marketing e Investigación de Mercados.	Se ha solicitado el desdoble de grupo para las asignaturas de los Grados en Publicidad y RRPP y Grado en Marketing e I.M. con más de 140 estudiantes. Solo se han desdoblado los grupos con departamentos que tienen capacidad docente.

## Reto 2: Incrementar las competencias de nuestros estudiantes y egresados.

	Actuaciones	ACCIONES REALIZADAS
2.1	Mejorar la información que se proporciona a los alumnos de nuevo ingreso sobre contenidos del título y salidas profesionales.	Ha sido elaborada documentación disponible en el apartado "futuros estudiantes" de la web del Centro. Elaboración de videos de promoción de titulaciones. Anualmente se elabora un plan de orientación profesional del Centro que detalla estos aspectos.
2.2	Distribuir material promocional del Centro en la ciudad a los alumnos (de niveles previos a la universidad), para que conozcan las titulaciones que ofrece la Facultad.	Visitas de estudiantes de bachillerato al campus en durante el curso académico y en las jornadas organizadas por la UCA previa a la EBAU. Documentación disponible en la web del Centro en el apartado "futuros estudiantes" y campaña en RR.SS.
2.3	Diseñar campañas de promoción y difusión de la oferta formativa de la Facultad utilizando nuevas tecnologías más cercanas al tipo de alumno actual (redes sociales,...) para adecuar el perfil del alumno de nuevo ingreso.	Campaña en RRSS utilizando Facebook e Instagram, que tienen como público objetivo los estudiantes de nuevo ingreso.
2.4	Elaborar un video promocional, con la colaboración de alumnos egresados, que cuenten sus experiencias e informen de las cuestiones que más interesan a los alumnos.	Se ha realizado y está disponible en las RRSS de los títulos.
2.5	Organizar jornadas de orientación en los que sean los propios alumnos de nuestra facultad los que den a conocer las titulaciones y las competencias que adquieren.	Se desarrollan jornadas de orientación por estudiantes egresados de las diferentes titulaciones. En las visitas que hacen al Campus los estudiantes de bachillerato y ciclos formativos, participan estudiantes actuales que informan de nuestras titulaciones
2.6	Establecer encuentros empresa-alumnos.	Con la colaboración del Aula Skal y la Asociación de Marketing de la provincia se organizan encuentros profesionales.
2.7	Organizar grupos de refuerzo en las materias que se vean afectadas.	Hay una oferta de asignaturas de nivelación.
2.8	Ofrecer formación, al inicio del curso, para mejorar las competencias previas de nuestros estudiantes: redacción y presentación de trabajos en clase, habilidades comunicativas, matemáticas, francés,...	Proyecto de innovación educativa que se centran la redacción y presentación de TFG y TFM. Creación de cápsulas audiovisuales sobre elaboración de TFG
2.9	Aprovechar la disponibilidad de los lectores del grado de turismo para facilitar la acreditación del nivel de idioma a los alumnos de otros grados (speaking, listening,...)	Estos cursos no ha habido lectores en el Grado de Turismo por motivos relacionados con la gestión de contratación de lectores con el rectorado.

	<b>Actuaciones</b>	<b>ACCIONES REALIZADAS</b>
2.10	Crear actividades con los alumnos Erasmus para mejorar los idiomas de nuestros alumnos.	Actividad no realizada.
2.11	Fomentar los proyectos de innovación docente con formato multidisciplinar, en especial en primer curso.	Los coordinadores han fomentado la creación de este tipo de proyectos de manera que en diversas asignaturas se han realizado. Los indicadores de participación de los docentes en cursos de formación son alto, como se recoge en el contrato programa.
2.12	Solicitar al Vicerrectorado competente cursos orientados al conocimiento de técnicas y métodos de motivación en el aula.	La Universidad oferta esta este tipo de cursos. Los indicadores de participación de los docentes en cursos de formación son alto, como se recoge en el contrato programa.

### Reto 3: Mejorar la visibilidad interna y externa de la Facultad.

	Actuaciones	Actividades realizadas
3.1	Rediseñar y difundir la web y las redes sociales del Centro para la promoción de las titulaciones e instalaciones.	Se ha rediseñado la web del Centro, participando el plan piloto de la UCA para el uso de WordPress. Creación de RRSS en cada uno de los títulos de grados Becario de RRSS de los títulos,
3.2	Aprovechar los medios de comunicación de Jerez para que den difusión de nuestra oferta mediante invitación a los eventos. Difundir jornadas y conferencias que se celebren entre profesionales y medios de comunicación.	Puntualmente se ha desarrollado. Onda Jerez en 2017 realiza entrevistas a los coordinadores de Grado entrevistas que fueron posteriormente emitidos. Asistencia puntual de radio, televisión y prensa local a las jornadas realizadas por el Centro.
3.3	Celebrar jornadas anuales sobre el estado de la profesión en la provincia para cada una de las titulaciones, con la asistencia de profesionales de cada sector.	No desarrollado.
3.4	Celebrar anualmente un portfolio night (publicidad).	Anualmente se celebra el Mad Festival.
3.5	Incrementar los contactos con las distintas instituciones de Enseñanza Secundaria y de Ciclos Formativos para dar a conocer la oferta de titulaciones y las instalaciones y recursos del Campus llevándolo fuera de la provincia.	Fomento de la participación en las jornadas UCA de "clases aplicadas".
3.6	Difundir la formación ofertada por el Centro (Grados, Másteres y Títulos Propios) entre empresas y profesionales.	La difusión se realiza a través de las jornadas de orientación realizada con la colaboración con los profesionales y las relaciones que se mantienen con asociaciones de la provincia.
3.7	Proponer al INDESS que difunda a través de la radio la oferta formativa del Centro.	No desarrollado.
3.8	Proponer al Ayuntamiento incluir en la web de la ciudad vídeos promocionales de las titulaciones de la Facultad.	No desarrollado.
3.9	Realizar Jornadas de Puertas Abiertas a Institutos, colectivos sociales y asociaciones, con el objetivo de divulgar las titulaciones e instalaciones.	La Jornadas de Puertas Abiertas presencial organizadas por el Centro no tuvieron éxito. El curso 20-21 participa el Centro en las Jornadas de Puertas Abiertas virtuales organizadas por la UCA. Se participa de forma activa en la visita guiada al campus a estudiantes de bachillera y ciclos superiores realizadas cada año entre diciembre y marzo.
3.10	Realizar trípticos donde se muestre al exterior las competencias que el alumno ha desarrollado en las titulaciones, con el objeto de aumentar la demanda.	Se ha elaborado documentación para dar a conocer los contenidos de los títulos. Informes, memorias, itinerarios curriculares y trípticos,

**Reto 4: Incrementar la internacionalización de las actividades del Centro con especial atención a Hispanoamérica.**

	<b>Actuaciones</b>	<b>Actividades realizadas</b>
4.1	Elaborar una relación de universidades hispano-americanas con estudios de interés para nuestra Facultad.	Se ha trabajado con el Vicerrectorado de Internacionalización en la elaboración de universidad con las que poder desarrollar dobles titulaciones. Se comenzaron proyectos con la Universidad de la Magdalena (Colombia) y Valparaíso (Chile).
4.2	Establecer convenios para la elaboración y oferta de titulaciones compartidas, con especial interés en las hispano-americanas.	No se ha desarrollado
4.3	Promocionar en las Universidades hispano- americanas la oferta de titulaciones del Centro.	Para la promoción de los títulos de nuestra facultad, se ha colaborado en todas las acciones que se han llevado a cabo desde el Vicerrectorado de Internacionalización.
4.4	Facilitar el reconocimiento de estudios hispanoamericanos con nuestras titulaciones.	Reconocimiento a todos los estudiantes dependiendo de la titulación de origen, tanto de grados como másteres.
4.5	Estudiar la creación de un grupo de tele docencia entre universidades de ambas orillas del Atlántico.	No desarrollado.
4.6	Solicitar al organismo pertinente la creación de becas para facilitar el intercambio.	La oferta de becas se realiza por el Vicerrectorado de Internacionalización.
4.7	Potenciar la movilidad Erasmus con países del este de Europa.	Acuerdo firmado de doble título de Máster con la Universidad de Pitigorks. Fomento de la movilidad KA107 con países del Este de Europa y participación del coordinador de grado en la movilidad.
4.8	Realizar Jornadas de bienvenida a alumnos Erasmus.	Han sido celebradas jornadas de bienvenida con los estudiantes Erasmus al comienzo de curso.
4.9	Celebrar una Erasmus week, en la que se invite a universidades para conocer la UCA y generar convenios y colaboración.	Participación del Centro en las Erasmus Week celebradas en la UCA, organizadas por el Vicerrectorado de Internacionales, incluida una visita al campus y a nuestras instalaciones para que conocieran nuestros títulos.

**Reto 5: Incrementar las relaciones del Centro con las empresas del entorno.**

	<b>Actuaciones</b>	<b>Actividades realizadas</b>
5.1	Elaborar un diagnóstico de necesidades formativas del sector empresarial relacionado con las titulaciones actuales y futuras del Centro.	La participación de los agentes externos en distintas actividades de la Facultad como Comisión de Garantía de Calidad, elaboración y revisión de memorias, jornadas de orientación universitaria o jornadas y mesas redondas. La modificación de las memorias de los Grados en Marketing e Investigación de Mercados, Publicidad y RR.PP. y Turismo vienen precedidas de la consulta a agentes externos.
5.2	Búsqueda de organismos, entidades, universidades colaboradoras, etc. para crear proyectos conjuntos sobre empleabilidad, fomento de spin-offs, de emprendimiento, etc..	No desarrollado.
5.3	Promover convenios de investigación con empresas del sector, poniendo a disposición de las empresas conocimientos e infraestructuras de la facultad, para el desarrollo de las necesidades y objetivos de las mismas.	No desarrollado.
5.4	Solicitar la recuperación de la OTRI para el Campus.	Se ha solicitado al rectorado.
5.5	Proponer al Vicerrectorado competente sesiones de información al profesorado de la Facultad sobre formas concretas de realizar actividades de transferencia.	Actividad desarrollada entre las actuaciones del Vicerrectorado de Investigación.
5.6	Organizar jornadas y mesas redondas con empresas e instituciones del entorno dedicadas a turismo, publicidad y administraciones públicas.	Las jornadas son organizadas en el ámbito de la formación de los estudiantes, así como en la jornadas de orientación profesional.
5.7	Incentivar convocatorias de proyectos centrados en el desarrollo local.	La creación del INDESS ha fomentado estas actuaciones.
5.8	Aprovechar los contactos de los alumnos egresados para mejorar las relaciones con las empresas.	A través de la participación de estos alumnos en distintas actividades del Centro (jornadas de orientación profesional, renovaciones de acreditación, etc.), se intensifican los contactos con las empresas en las que trabajan.
5.9	Enviar a las empresas noticias e información sobre TFG,TFM, trabajos, líneas de investigación, resultados de proyectos, cursos y seminarios a profesionales que puedan ser de su interés.	Participación en el proyecto liderado por el Vicerrectorado de Investigación denominado PROYECTADOS que vincula las prácticas externas a la realización del TFG/TFM.  Premios de Diputación y Ayuntamiento de Jerez a los mejores TFG/M.

	<b>Actuaciones</b>	<b>Actividades realizadas</b>
5.10	Facilitar espacios a las empresas para que puedan hacer su selección de personal entre nosotros.	Esta actividad se realiza de forma puntual para el máster de Dirección Turística.
5.11	Aprovechar las visitas de los ponentes externos para efectuar contactos con las empresas.	A través de las participaciones de estos ponentes en distintas actividades del Centro (jornadas de orientación profesional, renovaciones de acreditación, etc.), se intensifican los contactos con las empresas en las que trabajan o que son suyas.
5.12	Crear un perfil para empresas en la Web de la Facultad (con bolsas de egresados, noticias específicas que sean de su interés, buzón de sugerencias, oferta de cursos, líneas de investigación para posibles proyectos, etc.)	Se ha creado un perfil de empresas con información del perfil profesional de las titulaciones.

## Reto 6: Incrementar las relaciones con nuestros egresados.

	Actuaciones	Actividades realizadas
6.1	Organizar actividades docentes en las que participen egresados y empresas.	Algunos egresados han pasado a formar parte de ponentes externos en jornadas de orientación profesional y docencia fundamentalmente en másteres.
6.2	Incorporar a nuestros egresados a las Jornadas de Orientación Profesional.	Se han intensificado las relaciones con estudiantes egresados que participan en las distintas actividades de orientación profesional tal y como queda reflejado en los planes de orientación profesional del Centro.
6.3	Creación de un perfil en la Web de la Facultad específico para egresados.	No desarrollado.
6.4	Crear una base de datos de egresados, establecer contactos con ellos e invitarles a la participación en Jornadas de Orientación Profesional y difusión de los títulos de la Facultad.	La UCA ha creado una oficina de egresados.
6.5	Mantener los contactos con los antiguos alumnos mejor posicionados profesionalmente.	Esta acción se lleva a cabo a través de la incorporación de los egresados a las Jornadas de Orientación.
6.6	Fomentar las asociaciones de alumnos dando cabida en sitio destacado a los egresados.	No desarrollado.
6.7	Realizar encuestas de forma periódica entre egresados para detectar problemas en el proceso de inserción en el mercado laboral y darlos a conocer tanto a los nuevos alumnos, como a las empresas para evitar o reformular dichos problemas.	La UCA realiza encuestas de inserción laboral de a los egresados que son luego fuente de información para el seguimiento de nuestros títulos.

## Reto 7: Incrementar y mejorar los espacios de la Facultad en el contexto del Campus

	Actuaciones	Actividades realizadas
7.1	Realizar una propuesta justificada para la construcción de un nuevo edificio de aulas.	Se ha realizado. Actualmente está pendiente de poner la primera piedra de un nuevo aulario.
7.2	Solicitar de forma justificada la construcción de una residencia universitaria y servicios de restauración en el Campus.	No realizado.
7.3	Solicitar aulas mejor equipadas para impartir docencia online.	La UCA ha actualizado los medios audiovisuales en todos los espacios docentes. Actualmente tras la pandemia todas las aulas disponen de medios para videoconferencia.
7.4	Realizar una propuesta justificada de adecuación de aulas para trabajo en grupo con mesas móviles y portátiles.	El diseño del nuevo aulario propone nuevos espacios de trabajo más acorde a las necesidades del Plan Bolonia.
7.5	Proponer la actualización periódica y el mantenimiento preventivo de software y hardware de aulas y puestos de trabajo.	Ha sido propuesto. El servicio de mantenimiento atiende las incidencias que se producen en los medios audiovisuales de espacios docentes.
7.6	Solicitar un estudio real sobre la ocupación de los espacios	Ha sido solicitado. Desde la administración de Campus se está realizando una auditoria de despachos, aulas.
7.7	Reorganizar los horarios actuales y la asignación de espacios para evitar duplicidades y aulas sin utilizar.	Se hace un estudio anual de optimización de horarios y espacios en el proceso de planificación docente.
7.8	Proponer, de forma justificada, la apertura de tarde de determinados espacios.	Todos los espacios están disponibles en horario de mañana y tarde.
7.9	Solicitar una mejora del SIRE en relación a la actualización y transparencia de las reservas y generalizar su uso a todos los espacios.	Se ha solicitado que todos los espacios sean visibles en el SIRE y puedan ser reservados sin restricciones.

**Reto 8: Generar sinergias entre el Instituto de Investigación para el Desarrollo Social Sostenible (INDESS) y la Facultad.**

	<b>Actuaciones</b>	<b>Actividades realizadas</b>
8.1	Incrementar el conocimiento del INDESS entre la comunidad universitaria de la Facultad para integrarlo en la organización del Campus.	Los datos reflejan que la mayor parte del profesorado docente investigador del Centro forma parte del INDESS,
8.2	Apoyar la oferta de un programa o línea de doctorado en el ámbito de las temáticas comunes de la Facultad e Instituto.	Se ha implantado el programa de doctorado en Turismo.
8.3	Proponer al INDESS nuevas líneas de investigación relacionadas con la docencia que se imparte en la Facultad.	Las líneas de investigación del profesorado de Centro están relacionadas con su perfil tanto docente como investigador.
8.4	Proponer al INDESS acuerdos de colaboración que faciliten la realización de prácticas curriculares de los alumnos en el Instituto, sus empresas colaboradoras y las spin-off asociadas.	Se han propuesto prácticas de alumnos de Publicidad y RRPP para realizar prácticas en la radio y televisión del INDESS.
8.5	Proponer al INDESS el uso de sus instalaciones para las prácticas de algunas asignaturas.	No ha sido posible al ser un instituto de investigación y no poder usar sus instalaciones para docencia.
8.6	Fomentar la participación de los alumnos en las convocatorias de becas pre y post doctorales ofertadas por INDESS.	No realizado.
8.7	Difundir el INDESS de manera diferenciada en la web de la Facultad.	No realizado.
8.8	Proponer al INDESS la organización de Jornadas de Puertas Abiertas para la Comunidad Educativa.	No realizado.
8.9	Proponer de manera justificada la creación de una revista científica en el ámbito de las temáticas comunes de la Facultad e Instituto.	No realizado.
8.10	Proponer al INDESS, en la medida de sus posibilidades, la creación de programas de becas y estancias de investigación.	No realizado.

**Reto 9: Fomentar la diversificación de la actividad investigadora del Centro.**

	<b>Actuaciones</b>	<b>Actividades realizadas</b>
9.1	Fomentar la creación de grupos de investigación con sede en la Facultad.	Creación grupo: SEJ-569 Economía, Empresa y Sociedad.
9.2	Colaborar con el Vicerrectorado de Investigación en la atracción de investigadores externos a través de programas como Ramón y Cajal y otros.	Se ha realizado propuestas de incorporación de investigadores al Vicerrectorado de Investigación dentro de las competencias del Centro, ya que esto depende de la aceptación del departamento.
9.3	Incrementar los convenios de colaboración con universidades, empresas e instituciones.	Se ha creado el Aula SKAL y está pendiente de firma la Cátedra del Vino y Sociedad.
9.4	Desarrollar encuentros internos del profesorado que muestren carencias y necesidades de investigación del Centro con el objetivo de buscar sinergias y nuevos proyectos.	No se ha realizado. El INDESS ha realizado esta actividad fomentan sinergias entre investigadores.
9.5	Crear un seminario de investigación donde los investigadores de la Facultad compartan sus trabajos de investigación así como los problemas a los que se enfrentan con el objetivo de crear sinergias.	El INDESS ha realizado esta actividad fomentan sinergias entre investigadores.
9.6	Fomentar la realización de tesis doctorales en las empresas.	No desarrollado.
9.7	Aprovechar los Trabajos Fin de Grado y de Máster con fines investigadores.	No desarrollado.