



**D.ª ELENA MACULAN, SECRETARIA GENERAL DE LA  
UNIVERSIDAD NACIONAL DE EDUCACIÓN A DISTANCIA,**

**C E R T I F I C A:** Que en la reunión del Consejo de Gobierno, celebrada el día seis de marzo de dos mil veintiseis, fue adoptado, entre otros, el siguiente acuerdo:

**08. Estudio y aprobación, si procede, de las propuestas del Vicerrectorado de Relaciones Institucionales y Comunicación**

**08.01** El Consejo de Gobierno aprueba la memoria justificativa y solicitud al Consejo de Gobierno para la concesión de un crédito ECTS a estudiantes de la UNED que participen en ferias de educación, según anexo.

Y para que conste a los efectos oportunos, se extiende la presente certificación haciendo constar que se emite con anterioridad a la aprobación del Acta y sin perjuicio de su ulterior aprobación en Madrid, a nueve de marzo de dos mil veintiseis.

# Concesión de un crédito ECTS a los estudiantes de la UNED que participan en ferias de educación

MEMORIA. Enero 2026



## INTRODUCCIÓN

En los últimos años, las ferias de educación se han convertido en un evento indispensable para todas las instituciones de formación superior en España. Son uno de los marcos elegidos por estudiantes, padres y centros de Bachillerato y Formación Profesional para conocer las distintas ofertas educativas de las universidades y otros centros de formación superior.

Las dos ferias más importantes en España son la Feria Aula de Madrid y el Saló de l'Ensenyament de Barcelona. En 2025 el evento madrileño, celebrado del 26 al 30 de marzo en IFEMA, acogió a 125.300 visitantes, por los 118.996 de 2024, lo que supuso un incremento de un 5%. 220 expositores de doce países presentaron su oferta. Por su parte, el evento barcelonés, celebrado también del 26 al 30 de marzo en la Fira de Barcelona, acogió a 107.000 visitantes y más de 250 expositores, las cifras más altas de la historia.

Ambas ferias y la inmensa mayoría de las que se celebran en España están dirigidas fundamentalmente a los alumnos jóvenes en el momento en el que deben decidir su inmediato futuro académico.

Teniendo en cuenta **el perfil de la casi totalidad del público asistente a este tipo de ferias, todas las universidades cuentan en sus mostradores con alumnos jóvenes para ofrecer la información básica requerida.** Los estudiantes jóvenes se identifican más con personas de un rango de edad similar: comprenden mejor sus aspiraciones, sus inquietudes y su forma de ver la formación superior.

Desde la edición de 2022 UNED Media ha asumido el diseño, la financiación y la organización de la Feria Aula y el diseño y parte de la financiación del Saló de l'Ensenyament para lo que ha contado con la colaboración de diversas unidades de la UNED en la atención al público y de algunos miembros del PDI en las actividades académicas que se realizan frente al público.

La falta de una contraprestación adecuada, económica o académica ha dificultado la participación del alumnado de la UNED en dichas ferias. Solo la buena voluntad de los participantes ha proporcionado el personal de atención al público en los mostradores, aunque no siempre dicho personal posee el perfil ideal.

## PROPUESTA

A diferencia de lo ocurrido en 2025, en 2026 las dos ferias más importantes no coinciden en el tiempo. En Madrid, la Feria Aula se celebra del 11 al 15 de marzo en IFEMA. Y en Barcelona, el Saló de l'Ensenyament se celebra del 18 al 22 de marzo.

Se considera imprescindible la presencia de estudiantes jóvenes de la UNED en dichas ferias para potenciar nuestra imagen y para captar a futuros estudiantes. Son quienes ofrecen la primera impresión al visitante.

La presencia de esos estudiantes jóvenes es compatible con la del personal especializado y con experiencia para atender consultas específicas en las mesas habilitadas en el interior del stand y puede suponer una experiencia de aprendizaje de competencias para la empleabilidad, además de fortalecer el vínculo y la identidad que los estudiantes que participan tienen con su centro asociado.

Para recompensar a los estudiantes jóvenes de la UNED que atienden al público en los mostradores de dichas ferias, se propone al Consejo de Gobierno de la UNED la aprobación de la concesión de 1 CRÉDITO ECTS.

Para esta propuesta serán los centros directamente implicados en las ferias quienes realicen el proceso de captación de estudiantes; en el caso de Aula, UNED Madrid y en el caso del Saló, UNED Barcelona. De esta forma se consigue, además, dinamizar el centro asociado y establecer un primer vínculo con el estudiantado.

La concesión del crédito ECTS implica la realización de 25 horas lectivas distribuidas de esta manera:

1. FORMACIÓN (4 horas)
2. ATENCIÓN EN LA FERIA (20 horas)
3. ENSAYO CRÍTICO (1 hora)

### FORMACIÓN

Será impartida en formato online unos días antes del comienzo de las ferias por el equipo de UNED Media y bajo la dirección del profesor de la Facultad de Psicología de la UNED y director del COIE, Miguel Bernabé.

## Objetivos

- Explicar el funcionamiento general de las ferias, en especial AULA y Saló de l'Ensenyament.
- Exponer adecuadamente la oferta educativa de la UNED, sus características y beneficios
- Mantener una actitud comunicativa positiva para la captación de visitantes.
- Reflexionar sobre la importancia de la comunicación pública para el empleo.

## Contenidos

1. CONOCIMIENTO DE LA FERIA
  - Lugar y horarios del evento
  - El stand de la UNED
2. LA COMUNICACIÓN CON EL PÚBLICO
  - Captación de visitantes
  - Actitud comunicativa
  - El material de información y merchandising disponible
3. EL CONOCIMIENTO DE LA UNED
  - Oferta educativa (especialmente la de Grados, lo más demandado)
  - Metodología única
  - Los precios públicos
  - La no existencia de nota de corte
  - El prestigio de la institución
4. PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES
  - Necesaria para trabajar en un entorno desconocido
  - Formación online y realizada en el momento elegido por el alumno.
  - Con la colaboración del Servicio de Prevención de Riesgos Laborales de la UNED

## Equipo docente

**Dirección:** Miguel Bernabé Castaño, director del COIE.

**Docentes:** Jesús M<sup>a</sup> Pascual Pérez, director de Comunicación y Marketing. UNED Media.  
Ainhoa Raso Canals, subdirectora de Comunicación y Marketing. UNED Media.  
Marta Hanjara Fernández Costa, profesora de Psicología de la UNED y orientadora del COIE.  
Irene Galiana Cruz, Directora del Departamento de Atención, Calidad y Comunicación. UNED Barcelona.



## ATENCIÓN EN LA FERIA

Serán 20 horas que se realizarán en cuatro días en jornadas de cinco horas por la mañana o por la tarde. UNED Media dará una compensación económica por los gastos de transporte y facilitará el aparcamiento a quien lo precise. Se establecerá un registro para regular la asistencia de los alumnos a la feria.

## EVALUACIÓN

Al acabar su trabajo en la feria, los alumnos y alumnas que hayan atendido al público elaborarán un breve ensayo crítico en el que relatarán y valorarán su experiencia y harán propuestas de mejora para la siguiente edición. La extensión y estructura del informe se expondrá en el curso.

Para la obtención del crédito, será necesario contar con APTO del informe y el registro de asistencia (80%).

## OBJETIVOS

### 1. POTENCIAR LA IMAGEN DE MARCA

El público joven es uno de los principales objetivos en nuestras campañas de publicidad y captación de estudiantes. El incremento de matriculaciones en 2025 ha demostrado su eficacia a la vez que ha confirmado la necesidad de seguir esa línea.

La gran dificultad a la que se enfrenta nuestra institución entre ese sector de la población es el todavía poco conocimiento que los jóvenes tienen de la UNED.

Si no se conoce lo suficiente, es difícil que la UNED entre dentro de las opciones preferidas de los estudiantes para continuar sus estudios.

Si asociamos nuestra marca a estudiantes jóvenes será más fácil que los futuros estudiantes conozcan la UNED y, por tanto, la consideren como opción.

### 2. CAPTACIÓN DE NUEVOS ESTUDIANTES

La identificación del posible nuevo estudiante con un joven estudiante actual es mucho más fácil que con alguien ajeno a su generación, modo de vida e inquietudes.

El relato de primera mano de la experiencia de un estudiante joven en la UNED ayuda a romper barreras y derribar miedos ante una experiencia universitaria alejada de los estereotipos.

La no existencia de nota de corte, los precios públicos y las facilidades para compaginar los estudios con una actividad laboral o para cambiar de residencia sin trasladar el expediente son los puntos fuertes de la UNED que se transmiten con más eficacia por perfiles cercanos al futuro estudiante.

### 3. FORTALECIMIENTO DE LA COMUNIDAD ESTUDIANTIL DE LA UNED

La metodología propia de la UNED puede producir en el estudiantado sensaciones de soledad y aislamiento.

La participación en eventos en representación de la UNED ayuda a que nuestro estudiantado se identifique con la institución y fortalezca su sentimiento de pertenencia.

La concesión de un crédito ECTS confirma, de la misma forma, que su trabajo es reconocido y valorado por la institución.



## CONCLUSIONES

Las ferias de Educación ganan importancia cada año para la consecución de un doble objetivo: potenciar la imagen de marca de las instituciones y captar nuevos alumnos.

La casi totalidad del público asistente a estos eventos son estudiantes de Bachillerato o Formación Profesional en busca de opciones para sus estudios universitarios.

Los estudiantes jóvenes (16-18 años) se identifican más fácilmente con personas de su rango de edad con las que comparten ideas, inquietudes y preocupaciones.

La UNED viene realizando en los últimos años un gran esfuerzo en lo organizativo y lo económico para estar presente en las dos ferias más importantes de España por asistentes y por repercusión: la Feria Aula en Madrid y el Saló de l'Ensenyament en Barcelona.

Una de las mayores dificultades experimentadas en los últimos años ha sido encontrar a estudiantes de la UNED dispuestos a participar en estas ferias por el tiempo y el esfuerzo requeridos sin la mínima contraprestación que los compense. La concesión de un crédito ECTS y la disposición de UNED Media a sufragar los gastos derivados de su presencia ayudarán a la captación de esos estudiantes.

La presencia de estudiantes jóvenes no impide la asistencia del personal de la UNED habitual en estas ferias (COIE, UNIDIS, ASSIS, CAE, etc.), preparado para ofrecer información más especializada.



## SOLICITUD CRÉDITO ECTS A ESTUDIANTES DE LA UNED

La UNED participa en las dos ferias de Educación más importantes de España, la Feria Aula en Madrid y el Saló de l'Ensenyament de Barcelona a los que acuden más de 100.000 personas cada año. La inmensa mayoría del público está compuesto por alumnos de Bachillerato y de Formación Profesional que buscan orientación para elegir un centro universitario.

Las características de los visitantes aconsejan que la primera impresión que se lleven de la UNED sea la que ofrecen personas de un rango de edad similar con las que se sientan más identificados. Para eso es necesaria la participación de estudiantes jóvenes de la UNED que atiendan los mostradores principales de grados. Esta presencia convivirá con la participación del personal especializado y con experiencia en este tipo de ferias (COIE, CAE, ASSIS, UNIDIS, etc.) que será quien ofrezca la información específica requerida.

La compensación del trabajo de los estudiantes de la UNED en las ferias debe ser de dos tipos: académica y económica. Para la académica, es oportuna la concesión de un crédito ECTS. Para que la participación no sea gravosa en lo económico, UNED Media sufragará los gastos de desplazamiento.

Para obtener el crédito ECTS, el estudiantado está obligado a cursar 25 horas lectivas: 20 de atención en la feria, 4 de formación y 1 para la elaboración de un breve ensayo crítico sobre su participación en el evento.

A la vista de lo expuesto, solicito que el Consejo de Gobierno de la UNED apruebe la concesión de un crédito ECTS a los estudiantes de nuestra universidad que participen en las ferias y que cumplan con el periodo de formación previo y realicen la actividad posterior.

Fdo.: Karen Vilacoba Ramos  
Vicerrectora de Relaciones Institucionales y Comunicación  
UNED