

El papel de la autoeficacia y el *engagement* académico en la percepción de empleabilidad del alumnado universitario de Educación y Psicología

Paula García-Carrera¹; Sonia García-Segura²; Daniel Falla³

Recibido: Septiembre 2021 / Evaluado: Marzo 2022 / Aceptado: Abril 2022

Resumen. INTRODUCCIÓN. Diversos estudios alientan que la percepción de empleabilidad de los futuros titulados universitarios resulta fundamental para su posterior inserción al mundo laboral. Así, algunos trabajos se han focalizado en conocer las variables cognitivas y motivacionales y el papel que desempeñan en esta percepción. Sin embargo, no se ha explorado si la autoeficacia puede tener un efecto sobre el *engagement* o compromiso académico y este a su vez sobre la percepción de empleabilidad en el alumnado universitario de Educación y Psicología, siendo este el objeto de estudio del presente trabajo. MÉTODO. Un total de 535 estudiantes (84.1% mujeres) entre 19 y 51 años ($M = 22.02$; $DT = 3.39$) de los últimos cursos de 3º (42.8%) y 4º (57.2%), pertenecientes a cuatro titulaciones diferentes fueron encuestados mediante el uso de cuestionarios. Los análisis incluyeron la prueba t de Student, correlaciones bivariadas y el análisis de mediación con la macro PROCESS. RESULTADOS. Los resultados mostraron que la percepción de empleabilidad del alumnado se veía influida por la autoeficacia con la que perciben los y las estudiantes universitarios su adecuación, eficiencia y competencia a nivel académico. El *engagement* académico medió en los efectos de la autoeficacia sobre la percepción de empleabilidad, de modo que el incremento de la autoeficacia aumenta el *engagement* académico y este a su vez incrementa los niveles de empleabilidad. DISCUSIÓN. Se discute la necesidad de potenciar la motivación, la autonomía, la autoeficacia y la confianza del alumnado, con el objetivo de clarificar sus objetivos, metas y aspiraciones y capacitarlos para su inserción al mercado laboral y para el éxito en su desempeño profesional.

Palabras clave: empleo; percepción; estudiantes universitarios; autoeficacia; *engagement* académico.

[en] The role of self-efficacy and academic engagement in the perceived employability of university students in Education and Psychology

Abstract. INTRODUCTION. Several studies suggest that the perception of employability of future university graduates is fundamental for their subsequent entry into the world of work. Thus, some studies have focused on cognitive and motivational variables and the role they play in this perception. However, it has not been explored whether self-efficacy can have an effect on academic engagement and this in turn on the perception of employability in university students of education and psychology, which is the subject of the present study. METHOD. A total of 535 students (84.1% female) aged 19-51 years ($M = 22.02$; $DT = 3.39$) from the final years of 3rd (42.8%) and 4th (57.2%) years, belonging to four different degree programmes were surveyed using questionnaires. Analyses included Student's t-test, bivariate correlations and mediation analysis with the PROCESS macro. RESULTS. The results showed that students' perceived employability was influenced by the self-efficacy with which university students perceive their academic adequacy, efficiency and competence. Academic *engagement* mediated the effects of self-efficacy on perceived employability, so that increasing self-efficacy increases academic engagement, which in turn increases levels of employability. DISCUSSION. We discuss the need to enhance students' motivation, autonomy, self-efficacy and confidence in order to clarify their objectives, goals and aspirations and to enable them to enter the labour market and to succeed in their professional performance.

Keywords: employment; perception; university students; self-efficacy; academic *engagement*.

Sumario. 1. Introducción. 1.1. Relación entre la autoeficacia y la percepción de empleabilidad. 1.2. Efecto mediador del *engagement* académico. 1.3. Objetivos e hipótesis. 2. Método. 2.1. Población y muestra. 2.2. Instrumento. 2.3. Procedimiento de recogida y análisis de datos. 3. Resultados. 3.1. Resultados descriptivos. 3.2. Análisis de mediación. 4. Discusión. 5. Referencias bibliográficas.

Cómo citar: García-Carrera, P.; García-Segura, S.; Falla, D. (2023). El papel de la autoeficacia y el *engagement* académico en la percepción de empleabilidad del alumnado universitario de Educación y Psicología. *Revista Complutense de Educación*, 34(2), 357-365.

¹ Universidad de Córdoba (España)
E-mail: paula.garcia.carrera@uco.es
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5116-414X>

² Universidad de Córdoba (España)
E-mail: sgsegura@uco.es
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2928-3334>

³ Universidad de Córdoba (España)
E-mail: daniel.falla@uco.es
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4030-4442>

1. Introducción

Hoy en día, la Educación Superior ha incluido la empleabilidad como una macrocompetencia que permite al alumnado alcanzar una estabilidad en su carrera profesional, más allá de un puesto de trabajo, así como mantenerse activo durante su vida laboral (Argos y Ezquerro, 2014; García Gutiérrez, 2014). Sin embargo, el proceso de transición a la vida activa del alumnado universitario se ha convertido en un objetivo complejo de alcanzar. La digitalización y la automatización del trabajo, la elevada competitividad y la expansión global de la Educación Superior se han combinado para cambiar radicalmente la naturaleza del empleo y demandar una cualificación profesional más especializada (Hirschi, 2018; Pérez de las Vacas, 2015). De hecho, tal y como afirman González Lorente y Martínez Clares (2021), la Revolución 4.0 ha provocado un cambio de mentalidad entre las universitarias y los universitarios, generando unas expectativas o percepciones sobre la transición a la vida activa mediatizada por múltiples factores al tiempo que el proceso de inserción al mundo laboral se ha vuelto más complejo e incierto para ellos. Además, con la llegada de la pandemia de COVID-19, el impacto en la empleabilidad de los jóvenes ha disminuido y pocos alumnos y alumnas han encontrado estabilidad en su empleo, debido a las altas tasas de temporalidad, los menores costes de despido y la dualidad del mercado de trabajo (Martínez et al., 2021).

Numerosas investigaciones han evidenciado la influencia del sexo y el área de estudios en esta variable, demostrando que las experiencias laborales pueden tener un impacto negativo en la percepción de empleabilidad de las mujeres tituladas, desde las primeras etapas, incluso antes de la transición de la universidad al mercado laboral y que los graduados son conscientes de estas diferencias de oportunidades según el campo de estudio que persiguen (Monteiro et al., 2019). De esta forma, se pueden encontrar trabajos específicos con alumnado universitario que demuestran la importancia de las altas y bajas percepciones de empleabilidad a la hora de percibir mayores salarios y empleos de mayor calidad (González-Romá et al., 2018). Sin embargo, no basta con conocer variables sociodemográficas que influyen en la percepción de empleabilidad de los y las estudiantes universitarios. Así, existen trabajos que han relacionado la empleabilidad con otros constructos cognitivos y motivacionales como la autoeficacia (Camoiras et al., 2017; Delgado et al., 2019; Gomes et al., 2019) y el *engagement* académico (Ma y Bennett, 2021; Medrano et al., 2015; Vallejo et al., 2018). Sin embargo, no se ha probado, hasta el momento, si la autoeficacia pudiera influir en el *engagement* académico y esta, a su vez, en la percepción de empleabilidad del alumnado universitario. Es decir, conocer si conforme aumenta la percepción de autoeficacia del alumno o la alumna, se da un incremento en su *engagement* académico y a su vez en la percepción de empleabilidad, lo cuál sería una información relevante para la configuración de nuevas metodologías de enseñanza y de objetivos relacionados con la adquisición de competencias curriculares y profesionales. De forma específica, y dado que estos problemas afectan a determinadas carreras como las de Educación y Psicología, en las que los datos de inserción de los jóvenes profesionales enmascaran problemas de sobrecualificación y empleo precario (Pineda-Herrero et al., 2016) y una menor contratación por parte de las empresas a diferencia de otras titulaciones como Economía, Administración y Dirección de Empresas y Derecho (García Brosa, 2019), este estudio se ha realizado con esta muestra universitaria.

1.1. Relación entre la autoeficacia y la percepción de empleabilidad

La autoeficacia se entiende como la autoevaluación de una persona sobre su capacidad para organizar e implementar diferentes acciones con el objetivo de lograr el rendimiento esperado (Ersoy y Peker, 2020). En este proceso, cada individuo interpreta los resultados de sus acciones, a fin de mejorar sus niveles de persistencia y poder lidiar con situaciones desafiantes (Piergiovanni y Depaula, 2018). Así, las personas que presentan un fuerte sentimiento de autoeficacia poseen un interés intrínseco que les hace visualizar los problemas como retos y oportunidades de aprendizaje, esforzándose y perseverando en su solución, mejorando, por tanto, el desarrollo de sus habilidades personales; mientras que, las personas con un bajo sentimiento de autoeficacia, carecen de compromiso, se desalientan fácilmente ante las dificultades, pierden confianza en sí mismas, evitan tareas con cierto grado de complejidad y huyen de sus problemas (Covarrubias y Mendoza, 2015). Por tanto, la autoeficacia para la búsqueda de empleo hace referencia a las creencias que tienen las personas sobre su propia capacidad para realizar una acción que implique buscar un empleo, como consecuencia de las experiencias vividas y de procesos de entrenamiento y/o aprendizaje. De hecho, se ha constatado que la autoeficacia aumenta la intensidad y persistencia de la búsqueda de empleo (Vinokur y Schul, 2002; Wanberg et al. 2005).

Estudios preliminares han destacado la conexión entre la autoeficacia y la empleabilidad, debido a que esta influye en el pensamiento y el comportamiento de la persona e impacta en las metas, las aspiraciones que eligen perseguir, su resistencia a la adversidad, el compromiso con las metas, el esfuerzo, los resultados y la perseverancia (Ineson et al, 2013; Pepe et al., 2010). Así, diversas investigaciones han tratado de analizar hasta qué punto la consecución de mejoras en la autoeficacia derivan en una mayor empleabilidad percibida y, por consiguiente, contribuyen a alcanzar un mayor nivel de empleabilidad real (Camoiras et al., 2017). En esta línea, Gomes et al. (2019) realizaron una investigación con alumnado que estaba finalizando la Educación Superior para explorar en qué medida los niveles de autoeficacia y empleabilidad percibida predecían las intenciones y

comportamientos de búsqueda de empleo. Los resultados concluyeron que ambas variables son predictoras, y que la autoeficacia era clave en la relación entre empleabilidad percibida e intenciones de búsqueda de empleo.

1.2. Efecto mediador del *engagement* académico

En los últimos años, el interés creciente por la psicología positiva ha promovido el estudio de los factores que influyen en el bienestar psicológico y el comportamiento académico positivo del alumnado (Medrano et al., 2015). Como consecuencia, surgió el término el *engagement* académico o “compromiso académico” en su traducción al español (Oriol-Granados et al., 2017). Este concepto fue definido como un estado afectivo-cognoscitivo persistente a través del cual el alumnado se muestra entusiasmado y motivado durante la actividad académica, percibiéndose a sí mismo capaz para superar los retos y obstáculos exigidos, junto a altos niveles de esfuerzo, vitalidad, inspiración y concentración (Schaufeli et al., 2002). Este constructo se compone de tres dimensiones: vigor, dedicación y absorción. El primero de ellos se corresponde con niveles elevados de energía y esfuerzo, a pesar de los obstáculos del contexto; el segundo, se relaciona con altos niveles de implicación, entusiasmo y orgullo en la tarea y, el tercero, se asocia con altos niveles de concentración, así como un sentimiento de felicidad durante el periodo de actividad (Vallejo et al., 2018).

Los estudios sobre *engagement* académico realizados en Educación Superior ponen de manifiesto que este constructo tiende a ser un fuerte predictor del desarrollo académico (Carini et al., 2006). En otro trabajo, Yu et al. (2019) analizaron la motivación y el *engagement* académico de 1190 alumnos y alumnas universitarios chinos. Los resultados mostraron que, a pesar de estar motivados y comprometidos con sus estudios, algunas diferencias individuales como el grado, el prestigio de la universidad o el sexo afectaron a su *engagement* académico. De hecho, si se atiende a este último, algunos trabajos afirman que las mujeres suelen presentar mayores niveles en las tres dimensiones (vigor, dedicación y absorción) que los hombres (Parada y Pérez, 2014; Rey et al., 2012; Vallejo y Ríos, 2018), manifestando una mayor claridad sobre su carrera y un comportamiento académico más persistente y comprometido con el estudio (Drummond, 2014).

Por otro lado, altos niveles de *engagement* académico también han sido relacionados con la motivación intrínseca, la autoeficacia o la autoestima (Xanthopoulou et al., 2009). Si se pone el foco de atención en la autoeficacia, los resultados obtenidos en un reciente estudio llevado a cabo por Pérez et al. (2018), muestran una correlación positiva entre ambos constructos. De este modo, el *engagement* académico incrementa las expectativas y creencias de autoeficacia del alumnado, manteniendo una relación directa y positiva con el rendimiento académico (Salmela-Aro y Nurmi, 2007).

Una investigación realizada por Vallejo y Ríos (2018) analizó la relación existente entre el *engagement* académico y la percepción de empleabilidad en alumnado universitario de Córdoba y Málaga. Los resultados del estudio mostraron una correlación significativa entre ambos constructos explicando así, los altos niveles de varianza de la muestra y predictibilidad de esta variable en la empleabilidad percibida. Asimismo, Ma y Bennett (2021) han explorado la relación entre la empleabilidad percibida de los y las estudiantes chinos de Educación Superior y sus niveles de *engagement* académico y estrés, a través de un cuestionario en línea que valoraba la percepción que el alumnado tenía de estas tres variables. Los resultados sugirieron que las autopercepciones de la empleabilidad estaban asociadas positivamente con las de *engagement* académico y negativamente con las de estrés percibido.

1.3. Objetivos e hipótesis

Las investigaciones previas han evidenciado la necesidad de conocer las variables cognitivas y motivacionales que intervienen en la percepción de empleabilidad de los jóvenes universitarios, dada la incipiente transformación social en el mercado laboral y la desorientación que existe por parte del estudiantado, así como, la falta de formación y competencias o la inexperiencia y miedo del estudiantado en este ámbito. Por todo ello, es preciso seguir indagando en los factores que pueden resultar claves en la percepción que los y las estudiantes de grados universitarios tienen del futuro empleo, puesto que no solo es esencial identificar qué variables influyen en la empleabilidad, sino también analizar el peso que tienen estos constructos a la hora de relacionarse con la percepción de empleabilidad del estudiantado. En esta línea, los objetivos de este estudio son: (1) Comprobar si la autoeficacia influye en la percepción de empleabilidad y (2) Explorar si el *engagement* académico media en la relación entre la autoeficacia y la percepción de empleabilidad con alumnado de las carreras de Psicología y Educación. Para ello, se propusieron las siguientes hipótesis:

- H1: La percepción de empleabilidad estará influenciada de forma positiva por la autoeficacia del alumnado universitario de Educación y Psicología.
- H2: El *engagement* académico mediará la relación entre la autoeficacia y la percepción de empleabilidad del alumnado universitario de Educación y Psicología.

2. Método

2.1. Población y muestra

Han participado 535 alumnos y alumnas de los últimos cursos de 3º (42.8%) y 4º (57.2%), pertenecientes a cuatro titulaciones de la Universidad de Córdoba (España). La distribución fue la siguiente: Educación Infantil (37.8%), Educación Primaria (30.5%), Educación Social (19.1%) y Psicología (12.7%). Hubo una mayor proporción de mujeres, con una representatividad del 84.1% del total de encuestados, frente al 15.9% que eran hombres. Las edades abarcaban desde los 19 a los 51 años y la media era de 22.02 años (D.T.= 3.39). La situación laboral del estudiantado fue principalmente sin experiencia laboral (61.3%), mientras que el resto se situaban en la categoría de desempleados (18.9%), trabajo a tiempo parcial (18.5%) y trabajo a tiempo total (1.3%). De los y las estudiantes con experiencia laboral solo un 20.7% trabajaba en un empleo relacionado con su titulación. El muestreo fue no probabilístico por conveniencia (Singleton y Straits, 2004).

2.2. Instrumento

La Escala de Percepción de Empleabilidad en Universitarios (Hernández- Fernaud et al., 2011), consta de 8 ítems que evalúan la percepción de los distintos componentes de la empleabilidad: valoración de las propias capacidades y conocimientos, la identidad de carrera, las competencias transversales como capacidad de aprender o adaptabilidad, el capital social y humano y el conocimiento del mercado laboral (p. ej. “Creo que me desenvolvería bien en mi primer día de trabajo”). Los ítems se respondieron en una escala de respuesta tipo Likert organizada en cinco niveles, oscilando entre el valor “totalmente en desacuerdo” (1) y “totalmente de acuerdo” (5). El cuestionario mostró buenos índices de consistencia interna en el estudio de validación ($\alpha = .83$) (Hernández- Fernaud et al., 2011) y también se confirmaron con la actual muestra ($\omega = .74$).

La Escala de Autoeficacia para la Búsqueda de Empleo (Hernández-Fernaud et al., 2011), consta de 5 ítems que evalúan las creencias que tiene el sujeto sobre su capacidad de autopresentación, adaptación a una determinada oferta de empleo o gestión del tiempo (p.ej. “Organizar mi tiempo eficientemente”). La escala de respuesta era tipo Likert con cinco niveles, siendo 1 “totalmente en desacuerdo” y 5 “totalmente de acuerdo”. El cuestionario mostró buenos índices de consistencia interna tanto en el estudio de validación ($\alpha = .83$) (Hernández-Fernaud et al., 2011) como en el presente estudio ($\omega = .74$).

La Encuesta de Bienestar en el Contexto Académico es la versión española para estudiantes de la encuesta original Utrecht Work *Engagement* Scale (UWE-S) (Schaufeli y Bakker, 2003). Está compuesta de 17 ítems que evalúan el grado de bienestar del alumnado respecto a sus estudios académicos (p. ej. “Creo que mi carrera tiene significado”). Los ítems se responden con una escala Likert organizada en seis niveles, oscilando entre el valor “nunca o ninguna vez” (0) y “siempre o todos los días” (6). El cuestionario completo presentó una consistencia interna óptima, tanto en su validación ($\alpha = .84$) (Schaufeli y Bakker, 2003), como en la actual muestra ($\omega = .90$).

2.3. Procedimiento de recogida y análisis de datos

Este estudio cumplió con los principios éticos de la Declaración de Helsinki (Asociación Médica Mundial, 2013) y del ESRC Framework for Research Ethics (Economic and Social Research Council, 2015) sobre confidencialidad, anonimato y utilización de la información únicamente con fines investigadores. En primer lugar, se contactó con los profesores y profesoras que impartían docencia en los cursos de 3º y 4º de cada titulación en el curso 2020/2021, así como con el delegado y delegada de cada grupo, el Consejo de Estudiantes y el Vicedecanato de Estudiantes, Cultura y Calidad de la Facultad Ciencias de la Educación de la Universidad de Córdoba, para proporcionarles información preliminar sobre la prueba y solicitar su colaboración para fomentar la participación del alumnado en la encuesta. Tras el visto bueno del profesorado, el consejo escolar y el alumnado, se fijaron las fechas para realizar la encuesta y se envió un correo con el enlace de acceso al cuestionario online. En el cuestionario, se incluía preguntas sociodemográficas (sexo, edad, titulación y curso) y las tres escalas en la versión española, mencionadas anteriormente, y en las que no se tuvieron que eliminar ningún ítem. Llegado el momento, los y las estudiantes fueron informados del procedimiento y se recordó que el estudio era anónimo y voluntario. La cumplimentación duró aproximadamente 10 minutos. El tiempo estipulado para la recogida de datos fue de dos meses.

Tras la recogida de datos, se procesó la información a través del programa estadístico IBM SPSS Statistics versión 26 para Windows (IBM, Armonk, NY, EE.UU.). Los análisis descriptivos incluyeron medias, desviaciones típicas, correlaciones bivariadas y las pruebas t de Student y d de Cohen para determinar las diferencias de sexo y el tamaño del efecto. Posteriormente, el análisis de mediación se realizó utilizando la macro PROCESS v.4.0 para SPSS, donde todas las variables se estandarizaron para poder realizar comparaciones de los efectos directos e indirectos de cada constructo. Para la hipótesis 1 y 2, se utilizó el modelo 4 siguiendo a

Hayes (2013), donde se evaluó el efecto mediador del *engagement* académico en la relación entre la autoeficacia (variable predictora) y la percepción de empleabilidad (variable dependiente). Además, el sexo y la edad se utilizaron como covariables. Los efectos indirectos fueron inferidos mediante el método Bootstrapping. En este método, un intervalo se considera significativo si no incluye el cero. La relación entre el efecto indirecto y el efecto total indica la medida del efecto de mediación (Wen y Fan, 2015).

3. Resultados

3.1. Resultados descriptivos

La Tabla 1 muestra las medias, las desviaciones típicas, la prueba t de Student y el tamaño del efecto en las tres variables del estudio. Los datos indicaron que existían diferencias entre hombres y mujeres en la percepción de empleabilidad, siendo más altas en los chicos, y en *engagement* académico con unas puntuaciones más altas en las chicas. Si bien, los tamaños del efecto fueron bajos. No hubo diferencias significativas en autoeficacia (ver Tabla 1).

Tabla 1. Medias, desviaciones típicas, diferencias por género y tamaño del efecto de todas las variables del estudio

	Total		Hombres		Mujeres		t	d
	M	DT	M	DT	M	DT		
Percepción de empleabilidad	3.96	.62	4.01	.53	3.86	.54	2.42*	.28
Autoeficacia	3.88	.54	3.85	.62	3.94	.61	-1.18	.15
<i>Engagement</i> académico	4.03	.87	3.78	.92	4.07	.85	-2.82*	.34

Nota. M = media; DT = desviación típica; t = valor de la t de Student; d = tamaño del efecto; * $p < .05$

Se halló asociación significativa y positiva de intensidad media entre todas las variables del estudio a través de la correlación de Pearson. Los valores oscilaron entre .36 y .48 (ver Tabla 2).

Tabla 2. Correlaciones entre todas las variables de estudio

	Chi cuadrado		
	1	2	3
1. Percepción de empleabilidad			
2. Autoeficacia	.48**		
3. <i>Engagement</i> académico	.39**	.36**	

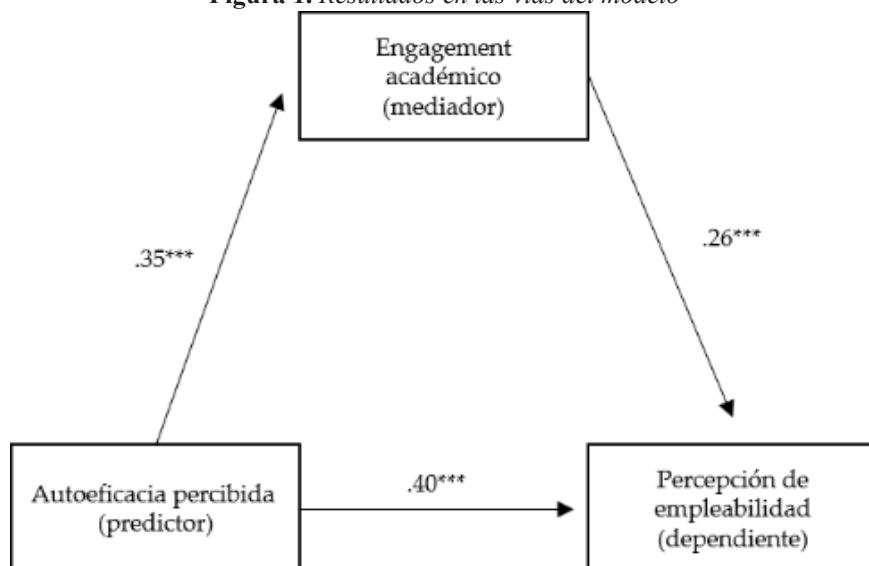
Nota. ** $p < .001$

3.2. Análisis de mediación

Los análisis de mediación se llevaron a cabo utilizando el modelo 4 (Hayes, 2013), que demostró que fue significativo el efecto de la autoeficacia (variable predictora) sobre la percepción de empleabilidad (variable dependiente) y mediado por el *engagement* académico ($F(4, 530) = 60.74$; $R^2 = .31$; $p < .001$). En el primer paso, se indicó que el efecto total de la autoeficacia sobre la percepción de empleabilidad fue significativo ($\beta = .49$, $t = 12.98$, $p < .001$). En el segundo paso, los datos hallaron una relación directa y positiva de la autoeficacia sobre el *engagement* académico ($\beta = .35$, $t = 8.78$, $p < .001$). Mientras en el tercer paso, hubo una asociación directa y positiva del *engagement* académico y la percepción de empleabilidad ($\beta = .26$, $t = 6.588$, $p < .001$). Por último, se encontró un efecto directo de la autoeficacia sobre la percepción de empleabilidad ($\beta = .40$, $t = 10.26$, $p < .001$).

Para evaluar el efecto indirecto y los intervalos de confianza (CI) se utilizó el procedimiento de bootstrap. Se mostró una relación positiva de efecto indirecto de la autoeficacia sobre la percepción de empleabilidad, a través del *engagement* académico, siendo este efecto significativo ($\beta = 0.09$, IC 95% = [0.06, 0.13]). La mediación del *engagement* académico representó el 18.59% del efecto total. La figura 1 muestra la significación en cada una de las vías del modelo.

Figura 1. Resultados en las vías del modelo



Nota. $***p < .001$

4. Discusión

Esta investigación partió con la finalidad de conocer la percepción de empleabilidad del alumnado universitario que cursa los últimos años de su titulación. El foco de estudio se puso en variables cognitivas y motivacionales, como la autoeficacia y el *engagement* académico, cruciales en la formación del estudiantado. Así, el objetivo principal fue analizar si la percepción de empleabilidad estaba influida por la autoeficacia, y si esta influencia estaba mediada por el *engagement* académico.

Tal y como se esperaba en la Hipótesis 1, los resultados obtenidos señalaron la influencia positiva y significativa entre la autoeficacia y la percepción de empleabilidad. Estos datos demostraron que la percepción de empleabilidad del alumnado se veía influida por la autoeficacia con la que perciben los y las estudiantes universitarios su adecuación, eficiencia y competencia a nivel académico. Por tanto, si el estudiantado se siente competente en su carrera, se debería acrecentar su empleabilidad percibida, puesto que, tal y como afirman Ineson et al. (2013), esta influye en su forma de pensar y actuar e impacta en sus metas y aspiraciones. Estos hallazgos van en sintonía a los de investigaciones previas centradas en analizar el proceso de inserción laboral, a partir de la relación y efecto que ejercen diferentes factores económicos, personales, sociales y académicos durante esta transición (Betanzos et al., 2019; Geeregat et al., 2016; González Lorente y Martínez Clares, 2021; Ornelas et al., 2012). Si bien, el presente trabajo ha sido realizado en un momento donde existe un especial interés por conocer los condicionantes de la empleabilidad de los jóvenes dado las consecuencias socioeconómicas sobrevenidas por la pandemia y que ha afectado muy especialmente a este colectivo (Martínez et al., 2021). Pese a ello, se ha confirmado que dotar a los y las estudiantes de competencias que favorezcan la autoeficacia puede resultar clave en la posterior percepción que tengan de empleabilidad. En este sentido, el uso de herramientas de búsqueda activa de empleo, como el e-portafolio profesional que favorece la autoeficacia, está facilitando, por un lado, el autoconocimiento y diseño de proyectos profesionales y, por otro lado, el conocimiento del entorno laboral, contribuyendo así a la mejora de la propia percepción, motivación y concreción de intereses y objetivos profesionales (Olivares et al., 2020).

También, aunque no era objetivo del estudio, se pudo comprobar en los análisis descriptivos que existían diferencias significativas entre hombres y mujeres en la percepción de empleabilidad, de forma que estas puntuaron más bajo. Pese a que existe una mayor representación de mujeres en el ámbito laboral provenientes de las carreras de Psicología y Educación (Izquierdo y Farías, 2018), en el actual estudio, con alumnado universitario de dichas titulaciones, estas señalaron una peor percepción de empleabilidad. Estos datos podrían deberse a que las mujeres son más realistas con las dificultades en la búsqueda de empleo. Si bien, sería necesario futuros estudios que analizaran los motivos de estas diferencias en la percepción en la empleabilidad entre hombres y mujeres.

A través del segundo objetivo se exploró el efecto de un modelo de mediación basado en la integración del *engagement* académico y cuya relación con la percepción de empleabilidad ya había sido demostrada (Ma y Bennett., 2021; Vallejo y Ríos, 2018). Los resultados señalan que esta variable media los efectos de la autoeficacia sobre la percepción de empleabilidad (Hipótesis 2). Investigaciones previas habían evidenciado que el *engagement* académico incrementa las expectativas y creencias de autoeficacia del alumnado (Salmela-Aro y Nurmi, 2007; Xanthopoulou et al., 2009), pero estos datos añaden que también el incremento de

autoeficacia puede aumentar el *engagement* académico, por lo tanto, estamos ante un efecto bidireccional que puede resultar clave en los procesos de enseñanza y aprendizaje. Igualmente, se ha demostrado que el *engagement* académico en este ámbito puede ser visto como una herramienta útil para alentar y apoyar el emprendimiento, así como un componente básico para el buen desempeño y la adecuada integración de los y las estudiantes en el contexto académico y laboral (Horstmanshof y Zimitat, 2007).

Esta investigación cuenta con algunas limitaciones que sería importante tratar de superar en estudios futuros. De esta forma, sería adecuado incluir a alumnado de otros grados ya que este trabajo se ha centrado en titulaciones de Educación y Psicología, por lo que un estudio más amplio con un mayor número de titulaciones permitiría una mayor generalización de los resultados. Además, la muestra seleccionada no es homogénea, puesto que contiene un mayor número de mujeres que de hombres. Si bien, este tipo de resultados es común en estudios realizados con alumnado de educación de estas titulaciones universitarias (Badano et al., 2018; Paz-Rodríguez et al., 2014). Por lo tanto, hacer una investigación más amplia permitiría homogeneizar la variable sexo y obtener resultados más robustos. Igualmente, el uso de un solo instrumento de recogida de datos dificulta la solidez de las conclusiones, por lo que se advierte de la necesidad de realizar una investigación que incluya otro tipo de instrumentos de corte cualitativo (entrevistas, grupos focales, etc.) que permitan ampliar la información y dar una visión más detallada del problema de estudio. Asimismo, en posteriores trabajos se podría llevar a cabo un estudio longitudinal en el que se realizase un seguimiento del alumnado desde el inicio del grado universitario hasta su inserción al mundo laboral, en el que se perciba la influencia de estas variables y su relación con otros constructos como las expectativas de logro, las metodologías de enseñanza o el trabajo en equipo. También sería recomendable continuar profundizando en los momentos críticos del proceso de inserción laboral: la última etapa del grado, el periodo de prácticas en empresa, la incorporación al puesto de trabajo, etc. (Hernández-Fernaud et al., 2011; Izquierdo y Farías, 2018; Pérez de las Vacas, 2015). Por último, se podrían realizar estudios transculturales con diferente potencial de empleabilidad para conocer cómo influye las características del mercado en la autoeficacia y *engagement* académico y comprobar el peso que puede tener estas variables en la percepción de empleabilidad en los jóvenes universitarios.

En definitiva, este es el primer estudio que examina el efecto mediador del *engagement* académico en la relación entre la autoeficacia y la percepción de empleabilidad. Los resultados presentados suponen un avance para futuras investigaciones centradas en esta línea, además de orientar el desarrollo de prácticas formativas dirigidas a mejorar la inclusión laboral del estudiantado. Se evidencia, por tanto, la necesidad de potenciar a través de metodologías y contenidos transversales el compromiso académico, la motivación, la autonomía, la autoeficacia y la confianza del alumnado, con el objetivo de clarificar sus objetivos, metas y aspiraciones y habilitarlo para su inserción al mercado laboral y para el éxito en su desempeño profesional. Se enfatiza la necesidad de que la universidad apueste por una formación integral que mejore la empleabilidad y la transición al empleo, así como un empoderamiento del individuo. Tal y como afirma González-Lorente y Martínez-Clares (2021), “las universidades tienen que proporcionar el tejido conjuntivo capaz de unir las fuentes de generación de conocimiento con los nuevos trabajos, con las nuevas formas de producción y con los cambiantes parámetros de un mundo cultural globalizado” (p. 75). De esta forma, la Educación Superior contribuirá a promover un crecimiento económico sostenido e inclusivo.

5. Referencias bibliográficas

- Asociación Médica Mundial (2013). *Declaración de Helsinki. Principios éticos para las investigaciones médicas en seres humanos* (64ª Asamblea General). Brasil: Fortaleza.
- Argos, J. y Ezquerro, P. (2014). Universidad y competencias para la empleabilidad. *Procedia- Social and Behavioral Sciences*, 139, 290-296. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.08.002>
- Badano, M. R., Basso, R., Benedetti, M. G., Angelino, A., Ríos, J., & Lemos, R. (2018). Narrativas de estudiantes acerca de su experiencia universitaria. Un estudio en jóvenes que cursan carreras en el área de las Ciencias Sociales y Humanas en universidades públicas. *Ciencia, Docencia y Tecnología Suplemento*, 8(8). <http://pcient.uner.edu.ar/Scdyt/article/view/552>
- Betanzos, N., Delgado, U., Martínez, F.G. y Paz, F. (2019). Empleabilidad, regulación emocional, iniciativa y satisfacción vital en estudiantes de Comunicación Humana. *Psicología y Salud*, 30(1), 25-35. <https://doi.org/10.25009/pys.v30i1.2615>
- Camoiras, Z., Del Río, M.L., Benito, L. y Varela-Neira, C. (2017). La empleabilidad en los estudiantes: evaluación de una experiencia docente. *Conferência Educação Para o Empreendedorismo*, 87-96. <https://proa.ua.pt/index.php/cee/article/view/2188/1708>
- Carini, R., Kuh, G. y Klein, S. (2006). Student *engagement* and student learnings: testing the linkages. *Research in Higher Education*, 47, 1-32. <https://doi.org/10.1007/s11162-005-8150-9>
- Covarrubias, C.G. y Mendoza, M. (2015). Sentimiento de autoeficacia en una muestra de profesores chilenos desde las perspectivas de género y experiencia. *Estudios pedagógicos*, 41(1), 64-78. <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-07052015000100004>

- Delgado, B., Martínez, M.C., Rodríguez, J.R. y Escortell, R. (2019). La autoeficacia académica y la inteligencia emocional como factores asociados al éxito académico de los estudiantes universitarios. *Revista Electrónica Gestión de las Personas y Tecnología*, 12(35), 46-60. <https://doi.org/10.35588/revistagpt.v12i35.4003>
- Drummond, H.A.D. (2014). *Trait Emotional Intelligence and Academic Engagement: An Investigation of Non-Academic Factors Related to Student Engagement and Persistence* [Tesis de doctorado, Universidad de Toronto]. ProQuest Dissertations Publishing.
- Economic and Social Research Council (2015). *ESRC Framework for research ethics*. United Kingdom.
- Ersoy, N. y Peker, M. (2020). The relationship between self-efficacy and GPA: The roles of academic engagement and time management. *Turkish Journal of Psychology*, 35(85), 85-96. <http://dx.doi.org/10.31828/tpd1300443320190205m000017>
- García Brosa, G. (2019). *La inserción laboral de los graduados universitarios en España. Experiencias recientes*. Fundación CYD. <https://www.fundacioncyd.org/wp-content/uploads/2019/09/ICYD2018-E-Monografia.pdf>
- García Gutiérrez, J. (2014). ¿Por qué lo llaman educación cuando quieren decir... empleabilidad? A propósito del concepto de utilidad en educación. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 139, 102-109. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.08.034>
- Geeregat, O., Cifuentes, G. y Villarroel, M.C. (2016). Factores que inciden en las condiciones de empleabilidad de los egresados de pedagogía. *Revista Actualidades investigativas en Educación*, 16(1), 1-19. <http://dx.doi.org/10.15517/aie.v16i1.21935>
- Gomes, J., Gamboa, V. y Paixão, O. (2019). Intenções de Procura de Emprego no Ensino Superior: Empregabilidade Percebida e Autoeficácia. *Revista Brasileira de Orientação Profissional*, 20(2), 85-94. <https://doi.org/10.26707/1984-7270/2019v20n2p85>
- González Lorente, C., y Martínez Clares, P. (2021). ¿Qué factores influyen en el camino hacia la inserción sociolaboral del estudiante universitario?. *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 176, 59-78. <https://doi.org/10.5477/cis/reis.176.59>
- González-Romá, V., Gamboa, J., y Peiró, J. (2018). University graduates' employability, employment status, and job quality. *Journal of Career Development*, 45(2), 132-149. <https://doi.org/10.1177/0894845316671607>
- Hayes, A.F. (2013). *Introduction to mediation, moderation, and conditional process analysis*. Guilford.
- Hernández-Fernaud, E., Ramos, Y., Negrín, F., Ruiz, C. y Hernández, B. (2011). Empleabilidad percibida y autoeficacia para la búsqueda de empleo en universitarios. *Revista de Psicología del Trabajo y de las Organizaciones*, 27(2), 131-142. <http://dx.doi.org/10.5093/tr2011v27n2a5>
- Hirschi, A. (2018). The fourth industrial revolution: issues and implications for career research and practice. *The Career Development Quarterly*, 66(3), 192-204. <https://doi.org/10.1002/cdq.12142>
- Horstmanshof, L., y Zimitat, C. (2007). Future time orientation predicts academic engagement among first-year university students. *British Journal of Educational Psychology*, 77, 703-718. <https://doi.org/10.1348/000709906X160778>
- Ineson, M., Jung, T., Hains, C., y Kim, M. (2013). The influence of prior subject knowledge, prior ability and work experience on self-efficacy. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport y Tourism Education*, 12(1), 59-69. <https://doi.org/10.1016/j.jhlste.2012.11.002>
- Izquierdo, T., y Fariás, A.J. (2018). Empleabilidad y expectativas de logro en la inserción laboral de los estudiantes universitarios. *Revista española de orientación y psicopedagogía*, 29(2), 29-40. <https://doi.org/10.5944/reop.vol.29.num.2.2018.23151>
- Ma, Y. y Bennett, D. (2021). The relationship between higher education students' perceived employability, academic engagement and stress among students in China. *Education + Training*, 63(5), 744-762. <https://doi.org/10.1108/ET-07-2020-0219>
- Martínez, M.I., Belén, M., Núñez, C., Santero, R., Leila, S. y Florentín, R. (2021). *Mapa de situación de los jóvenes en el mercado de trabajo de la economía social*. Fundación Estatal de Formación para el Empleo, Abay Analistas. https://www.aulacepes.es/pdf/CEP2006_Jovenes_Entregable_MapaSituacion_VI.pdf
- Medrano, L.A., Moretti, L. y Ortiz, A. (2015). Medición del Engagement Académico en Estudiantes Universitarios. *Revista Iberoamericana de Diagnóstico y Evaluación e Avaliação Psicológica*, 2(40), 114-124.
- Monteiro, S., García-Aracil, A., y Silva, L. (2019). Adaptation and initial validation of the perceived employability scale. *School and Educational Psychology*, 29, 1-9. <http://dx.doi.org/10.1590/1982-4327e2935>
- Olivares, M.A., García Segura, S., Gutiérrez Santiuste, E., y Mérida, R. (2020). El e-portafolio profesional: una herramienta facilitadora en la transición al empleo de estudiantes de grado en Educación Social en la Universidad de Córdoba. *Revista española de Orientación y Psicopedagogía*, 31(3), 129-148. <https://www.proquest.com/scholarly-journals/el-e-portafolio-profesional-una-herramienta/docview/2501290874/se-2>
- Oriol-Granado, X., Mendoza-Lira, M., Covarrubias-Apablaza, C. G., & Molina-López, V. M. (2017). Emociones positivas, apoyo a la autonomía y rendimiento de estudiantes universitarios: el papel mediador del compromiso académico y la autoeficacia. *Revista de Psicodidáctica*, 22(1), 45-53. [https://doi.org/10.1016/S1136-1034\(17\)30043-6](https://doi.org/10.1016/S1136-1034(17)30043-6)
- Ornelas, M., Blanco, H., Gastélum, G. y Chávez, A. (2012). Autoeficacia percibida en la conducta académica de estudiantes universitarias. *Formación universitaria*, 5(2), 17-26. <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-50062012000200003>
- Parada, M. y Pérez, C. E. (2014). Relación del engagement académico con características académicas y socioafectivas en estudiantes de Odontología. *Educación Médica Superior*, 28(2), 199-215. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0864-21412014000200003&lng=es&tlng=en

- Paz-Rodríguez, F., Betanzos-Díaz, N.; Uribe-Barrera, N. (2014). Expectativas laborales y empleabilidad en enfermería y psicología. *Aquichan*, 14(1), 67-78. <https://doi.org/10.5294/aqui.2014.14.1>.
- Pepe, S. J., Farnese, M. L., Avalone, F. y Vecchione, M. (2010). Work Self-Efficacy and Italian Cultural Contexts. Scale and Search for Work Self-Efficacy Scale: a Validation Study in Spanish. *Revista de Psicología del Trabajo y de las Organizaciones*, 26(3), 201-210. <https://doi.org/10.5093/tr2010v26n3a4>
- Pérez de las Vacas, C. (2015). *Inserción laboral de universitarios desde la perspectiva psicosocial* [Tesis de doctorado, Universidad de Extremadura]. Repositorio Institucional- Dehesa.
- Pérez, M. C., Molero, M. M., Barragán, A. B., Martos, A., Simón, M.M., y Gázquez, J.J. (2018). Autoeficacia y *engagement* en estudiantes de Ciencias de la Salud y su relación con la autoestima. *Publicaciones*, 48(1), 161-172. <http://dx.doi.org/10.30827/publicaciones.v48i1.7323>
- Piergiovanni, L., y Depaula, P. (2018). Autoeficacia y estilos de afrontamiento al estrés en estudiantes universitarios. *Ciencias Psicológicas*, 12(1), 17-23. <http://dx.doi.org/10.22235/cp.v12i1.1591>
- Pineda-Herrero, P., Agud-Morello, I., y Ciraso-Calí, A. (2016). Factores que intervienen en la inserción laboral de los titulados en Educación en tiempos de crisis: un estudio sobre Cataluña. *Revista de Educación*, 372, 41-165. <https://doi.org/10.4438/1988-592X-RE-2015-372-318>
- Rey, L., Extremera, N. y Pena, M. (2012). Burnout and work *engagement* in teachers: are sex and level taught important? *Ansiedad y Estrés*, 18(2-3), 119-129.
- Salmela-Aro, K., y Nurmi, J. (2007). Self-esteem during university studies predicts career characteristics 10 years later. *Journal of Vocational Behavior*, 70(3), 463-477. <https://doi.org/10.1016/j.jvb.2007.01.006>
- Schaufeli, W. B., & Bakker, A. (2003). *Utrecht Work engagement scale: Preliminary manual*. Utrecht University.
- Schaufeli, W.B., Salanova, M., González-Romá, y Bakker, A.B. (2002). The Measurement of Engagement and Burnout: a two sample confirmatory factor analytic approach. *Journal of Happiness Studies*, 3, 71-92. <https://doi.org/10.1023/A:1015630930326>
- Singleton, R., y Straits, B. (2004). *Approaches to Social Research*. Oxford University Press.
- Vallejo, M. y Ríos, M.L. (2018). Percepción de empleabilidad en estudiantes universitarios: influencia de variables psicosociales positivas. Presentado en la sesión de póster del III Congreso Internacional de la Sociedad Científica Española de Psicología Social. Cuenca, España. <https://bit.ly/3xBgDX1>
- Vallejo, M., Aja, J. y Plaza, J.J. (2018). Estrés percibido en estudiantes universitarios: influencia del burnout y del *engagement* académico. *IJERI: International Journal of Educational Research and Innovation*, 9, 220-236.
- Vinokur, A. D., y Schul, Y. (2002). The web of coping resources and pathways to reemployment following a job loss. *Journal of Occupational Health Psychology*, 7, 68-83. <https://doi.org/10.1037/1076-8998.7.1.68>
- Wanberg, C. R., Glomb, T. M., Song, Z., y Sorenson, S. (2005). Job search persistence during unemployment: A 10-wave longitudinal study. *Journal of Applied Psychology*, 90, 411-430. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.90.3.411>
- Wen, Z., y Fan, X. (2015). Monotonicity of effect sizes: Questioning kappa-squared as mediation effect size measure. *Psychol. Methods*, 20, 193-203. <https://doi.org/10.1037/met0000029>
- Xanthopoulou, D., Bakker, A., Demerouti, E. y Schaufeli, W. (2009). Reciprocal relationships between job resources, personal resources, and work *engagement*. *Journal of Vocational Behavior*, 74, 235-244. <https://doi.org/10.1016/j.jvb.2008.11.003>
- Yu, S., Zhou, N., Zheng, Y., Zhang, L., Cao, H. y Li, X. (2019). Evaluating student motivation and *engagement* in the Chinese EFL writing context. *Studies in Educational Evaluation*, 62, 129-141. <https://doi.org/10.1016/j.stueduc.2019.06.002>