



Agència  
per a la Qualitat  
del Sistema Universitari  
de Catalunya

## OCUPADORS

# L'OPINIÓ DEL COL·LECTIU OCUPADOR SOBRE LA FORMACIÓ DE LES PERSONES TITULADES EN L'ÀMBIT DE LA COMUNICACIÓ







Agència  
per a la Qualitat  
del Sistema Universitari  
de **Catalunya**

## **OCUPADORS**

---

# **L'OPINIÓ DEL COL·LECTIU OCUPADOR SOBRE LA FORMACIÓ DE LES PERSONES TITULADES EN L'ÀMBIT DE LA COMUNICACIÓ**

AQU CATALUNYA, 2018

© Agència per a la Qualitat del Sistema Universitari de Catalunya

C. dels Vergós, 36-42  
08017 Barcelona

Aquest document no ha passat un procés de correcció lingüística.

Primera edició: novembre de 2018

Els continguts d'aquesta obra estan subjectes a una llicència de Reconeixement-NoComercial-SenseObresDerivades 3.0 de Creative Commons. Es permet la seva reproducció, distribució i comunicació pública sempre que se citi el seu autor i no se'n faci un ús comercial.

La llicència completa es pot consultar a:

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/es/legalcode.es>



### Col·laboradors del sector



Col·legi de Periodistes de Catalunya



Col·legi de Publicitaris i Relacions Públiques de Catalunya



### Altres col·laboradors



## INDEX

INTRODUCCIÓ .....	7
INDICADORS DE LES TITULACIONS EN L'ÀMBIT DE LA COMUNICACIÓ .....	8
■ Dades bàsiques de les titulacions .....	8
■ Satisfacció dels titulats i titulades en relació amb la formació universitària .....	11
■ Inserció laboral dels titulats i titulades .....	13
L'OPINIÓ DE LES EMPRESES SOBRE LA FORMACIÓ DELS TITULATS I TITULADES EN L'ÀMBIT DE LA COMUNICACIÓ .....	15
■ Característiques de les empreses que han contractat persones titulades recentment de l'àmbit de la Comunicació .....	15
■ Contractació de persones titulades recentment de l'àmbit de la Comunicació .....	17
■ Dificultats en la contractació .....	21
■ Competències .....	23
■ Col·laboració del món empresarial amb les universitats .....	27
■ Formació a l'empresa de les persones titulades recentment .....	28
■ Prospectiva .....	29
CONCLUSIONS .....	30
EQUIP DE REDACCIÓ .....	31
FITXA TÈCNICA .....	32



## INTRODUCCIÓ

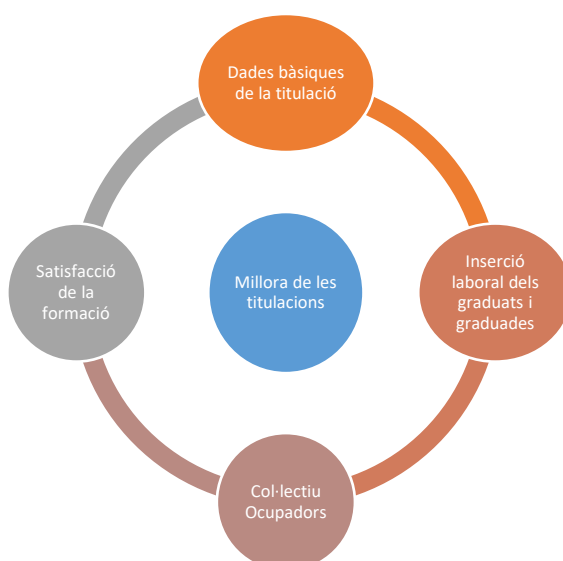
L'Agència per a la Qualitat del Sistema Universitari (AQU Catalunya) té com a objectiu principal **contribuir a la millora de les titulacions universitàries del Sistema Universitari Català (SUC)**. Per assolir aquest objectiu és necessari disposar d'evidències i dades que permetin avaluar la implantació i desenvolupament de cadascuna de les titulacions i, en conseqüència, facilitar la presa de decisions per part dels responsables de les universitats, de les titulacions i dels responsables polítics en l'àmbit de les universitats.

**Propostes de millora de les titulacions basades en evidències**

Aquest informe mostra evidència sobre la implantació i desenvolupament de les titulacions de l'àmbit de la Comunicació (Periodisme, Comunicació Audiovisual, i Publicitat i Relacions Públiques) mitjançant els resultats de **l'enquesta als Ocupadors del 2018 en aquest sector**. Aquesta enquesta pretén conèixer l'opinió de les empreses sobre la formació de les persones que s'han titulat recentment que han contractat del sector de la comunicació, especialment en les competències transversals i específiques que tenen un marge de millora significatiu, entre d'altres qüestions.

A més d'aquests resultats, l'informe inclou un primer apartat de **dades de context de les titulacions de l'àmbit de la comunicació**, on es mostren les **dades bàsiques de les titulacions** i els resultats principals de les **enquestes de satisfacció de les persones que s'han titulat recentment en Comunicació** així com de **l'enquesta de la seva inserció laboral**.

**Figura 1. Bases de dades per a la millora de les titulacions**



# INDICADORS DE LES TITULACIONS EN L'ÀMBIT DE LA COMUNICACIÓ

## ■ Dades bàsiques de les titulacions

Les dades bàsiques de les titulacions corresponen a dades administratives que provenen d'UNEIX.

Figura 2. Indicadors d'implantació i desenvolupament de les titulacions de Comunicació Audiovisual. Curs 2016-2017

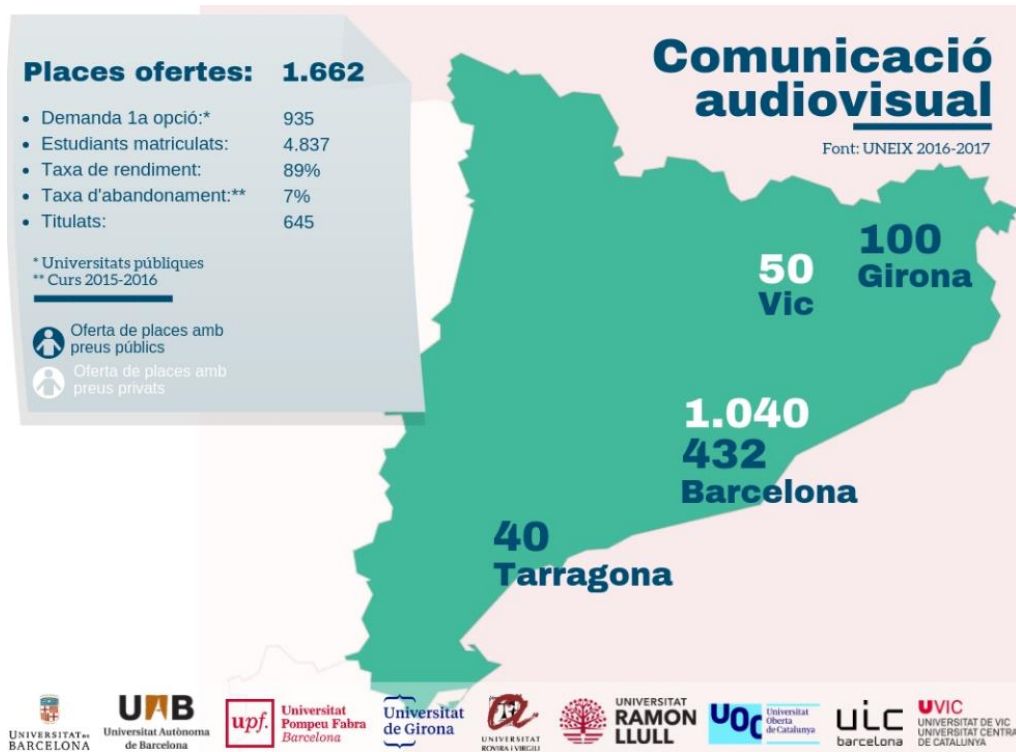




Figura 3. Indicadors d'implantació i desenvolupament de les titulacions de Periodisme. Curs 2016-2017

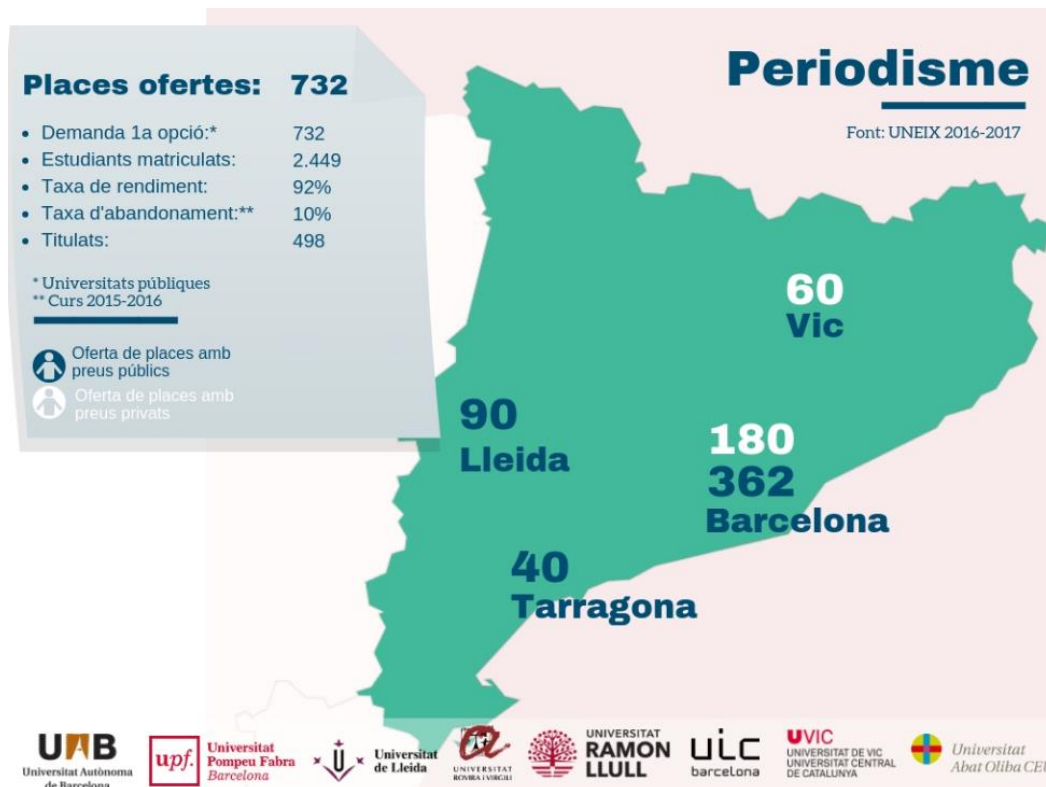


Figura 4. Indicadors d'implantació i desenvolupament de les titulacions de Publicitat i Relacions Públiques. Curs 2016-2017

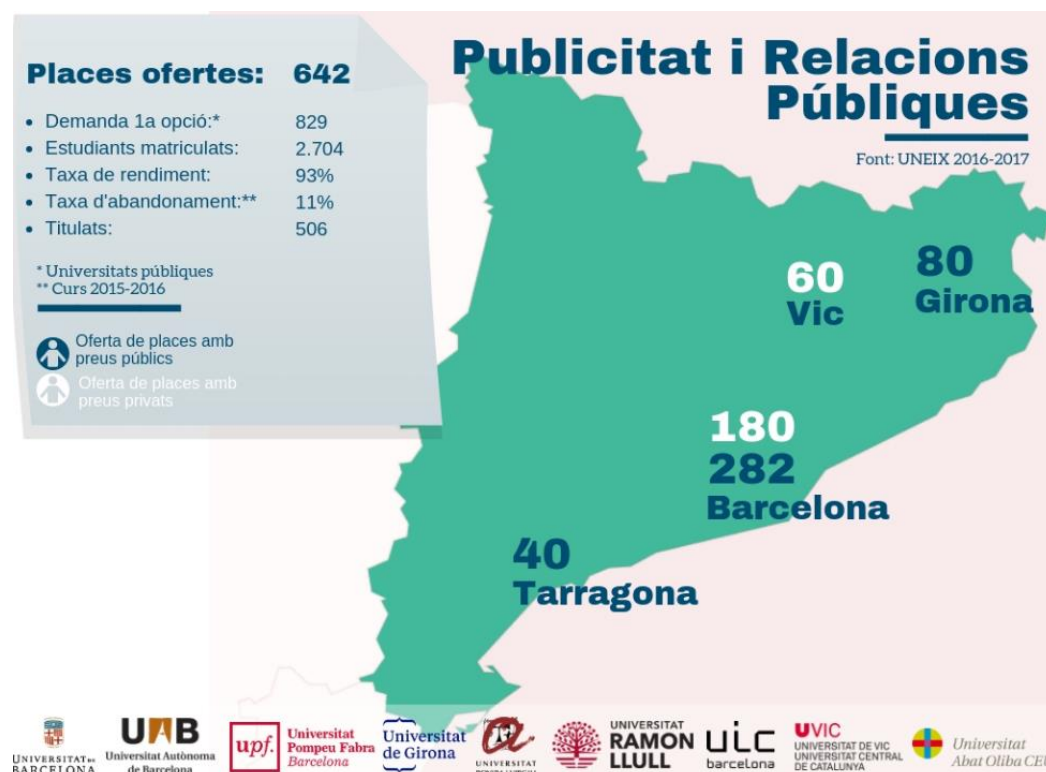
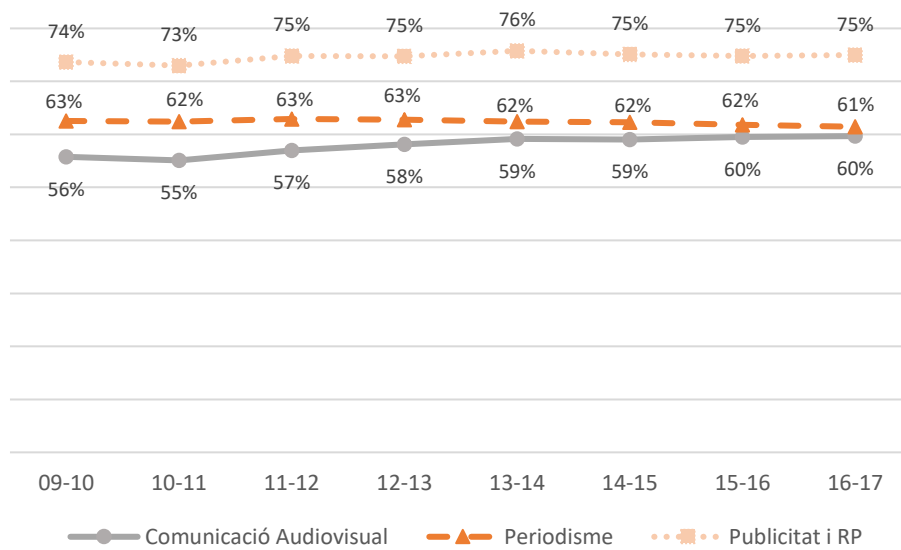


Figura 5. Evolució de les matrícules de dones als ensenyaments de l'àmbit de la Comunicació (%).



### Als graus de l'àmbit de la Comunicació predominen les dones

3 de cada 4 estudiants matriculats al grau de Publicitat i Relacions Públiques són dones, mentre que en els graus de Comunicació Audiovisual i Periodisme representen poc més de la meitat d'estudiants matriculats.

## ■ Satisfacció dels titulats i titulades en relació amb la formació universitària

Les dades sobre la satisfacció de la formació provenen de l'**enquesta de satisfacció**, elaborada per AQU Catalunya. Aquesta recull informació de la satisfacció dels titulats i titulades sobre diferents característiques de la formació de la titulació universitària que van cursar. És una enquesta en línia, amb periodicitat anual, que es realitza a totes les persones que s'han graduat un any abans.. Els resultats que es mostren corresponen a la mitjana dels anys 2015, 2016, 2017 de la titulació i del total del sistema universitari de Catalunya (SUC).

**Figura 6. Grau en el qual la formació ha millorat els següents factors (de 0 a 10)**

		Comunicació Audiovisual		Periodisme		Publicitat i RP	Total SUC
Les capacitats per a l'activitat professional	↓	6,2	↓	6,7	↑	7,8	6,9
Les competències personals	↓	6,7	↓	6,6	↑	7,9	7,0
Les habilitats comunicatives	↑	6,8	↑	7,1	↑	8,0	6,7







Nota: El color i forma de la fletxa reflecteix el resultat de la comparativa del valor corresponent amb la mitjana del SUC.

### La formació rebuda en els estudis de Comunicació ha millorat les habilitats comunicatives dels estudiants

La millora de les habilitats comunicatives té una valoració superior a la mitjana dels estudis del SUC.

D'altra banda, només els titulats i titulades en Publicitat i Relacions Públiques consideren que la seva formació ha millorat les seves capacitats per a l'activitat professional i les competències personals de forma significativa (valoracions properes al 8), mentre que les persones que provenen de Comunicació Audiovisual i Periodisme ho puntuen entre el 6,2 i el 6,6 (valors inferiors a la mitjana del SUC)

**Figura 7. Utilitat de les pràctiques externes i TFG (de 0 a 10)**

	Comunicació Audiovisual	Periodisme	Publicitat i RP	Total SUC
Pràctiques externes	 5,4	 7,5	 7,8	6,6
TFG	 6,5	 6,4	 7,4	6,4




Nota: El color i forma de la fletxa reflecteix el resultat de la comparativa entre el valor corresponent i la mitjana del SUC.

### **Les pràctiques externes i el TFG han estat relativament útils per aplicar els coneixements adquirits durant els estudis**

Les pràctiques externes són molt ben valorades per les persones titulades en Periodisme i Publicitat i Relacions Públiques, cosa que no passa amb Comunicació Audiovisual.

El TFG també és molt ben valorat a Publicitat i Relacions Públiques mentre que a les altres titulacions la valoració és molt propera a la mitjana del SUC.

**Figura 8. Satisfacció global amb la titulació (de 0 a 10)**

	Comunicació Audiovisual	Periodisme	Publicitat i RP	Total SUC
Estic satisfet/a amb la titulació	 6,1	 6,1	 7,7	7,0

Nota: El color i forma de la fletxa reflecteix el resultat de la comparativa entre el valor corresponent i la mitjana del SUC.

### **Existeixen discrepàncies en la satisfacció global dels titulats i titulades de l'àmbit de la Comunicació pel que fa a la titulació cursada**

Les persones titulades en Publicitat i Relacions Públiques són les més satisfetes amb la titulació (7,7), mentre que els titulats i titulades en Comunicació Audiovisual i Periodisme tenen una satisfacció baixa respecte a la titulació, en comparació amb la mitjana del SUC (6,1 vs. 7).

## ■ Inserció laboral dels titulats i titulades

L'enquesta d'Inserció laboral té una periodicitat triennial i el seu objectiu és conèixer la inserció laboral dels graduats i graduades universitàries als 3 anys d'haver finalitzat els seus estudis universitaris. Els resultats que es mostren corresponen a la darrera enquesta del 2017 i són representatius per universitat i titulació. D'altra banda, els resultats del SUC mostren la mitjana de tots els ensenyaments que s'imparteixen a Catalunya<sup>1</sup>.

Figura 9. Evolució de l'ocupació dels graduats i graduades (%)

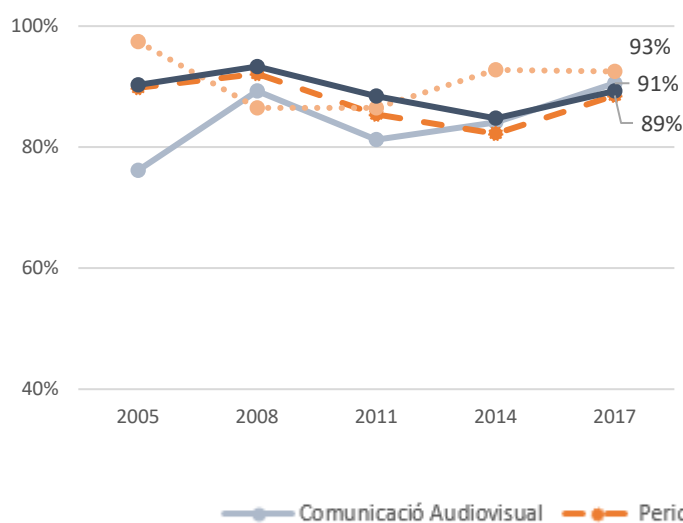
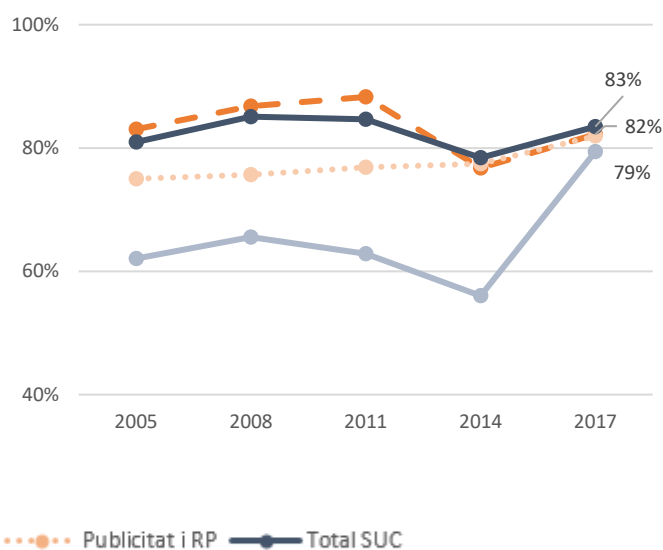


Figura 10. Evolució del percentatge de graduats i graduades que fan funcions que requereixen nivell universitari a la feina (%)



### Bona ocupació dels titulats i titulades en Comunicació

Són 9 de cada 10 els qui treballen als 3 anys d'haver obtingut el títol.

### 8 de cada 10 fan funcions que requereixen nivell universitari en el seu lloc de treball

La proporció de les titulacions de Comunicació al 2017 és molt semblant a la mitjana del total de titulacions del SUC. Destaca l'evolució positiva dels percentatges de persones titulades dels ensenyaments de Comunicació Audiovisual i Publicitat i RP que fan funcions que requereixen nivell universitari.

<sup>1</sup> Els resultats estan ponderats per un factor que corregeix possibles desviacions proporcionals de la mostra.

Figura 11. Tipus de contracte al 2017 (%)

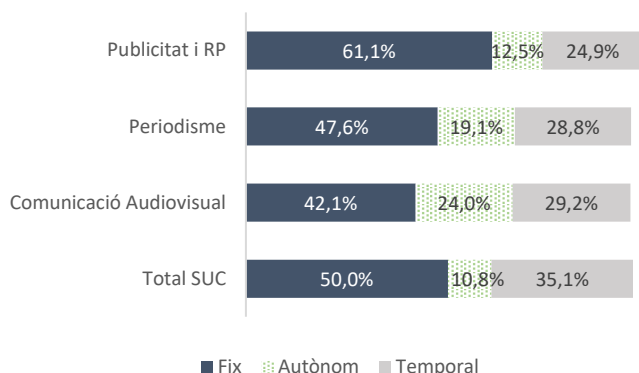
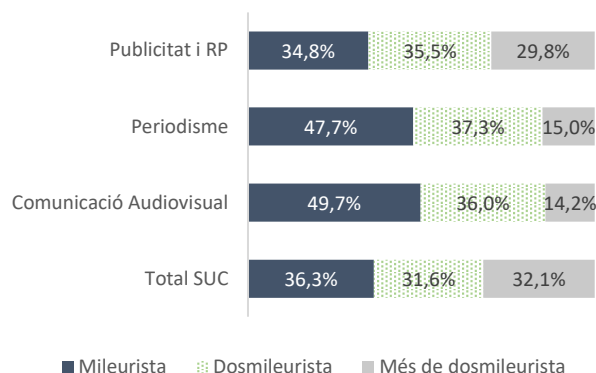


Figura 12. Salaris al 2017 (%)



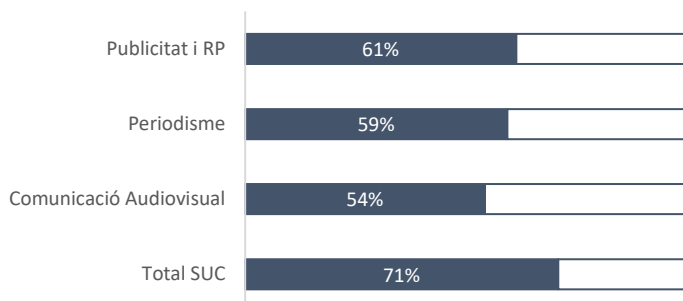
## Estabilitat laboral i bons salaris per als titulats i titulades en Publicitat i Relacions Públiques...

El 61% té contracte fix, 11 punts percentuals (pp) més que la mitjana del SUC. La proporció de mileuristes és lleugerament menor a la mitjana del SUC (35% vs 36%).

## ... a diferència dels que provenen de Periodisme i Comunicació Audiovisual, que tenen major inestabilitat i salaris més baixos

Tenen un proporció d'autònoms més gran que la mitjana del SUC. A més, gairebé la meitat dels titulats i titulades al 2017 eren mileuristes.

Figura 13. Percentatge de graduats i graduades de fa 3 anys que tornarien a repetir la titulació (%)



## Baixa proporció de persones que tornarien a repetir la titulació

Mentre que el 71% dels titulats i titulades del SUC tornarien a repetir la titulació, els que provenen de l'àmbit de la Comunicació no estan tan convençuts, donat que mostren percentatges molt inferiors.

# L'OPINIÓ DE LES EMPRESES SOBRE LA FORMACIÓ DELS TITULATS I TITULADES EN L'ÀMBIT DE LA COMUNICACIÓ

## ■ Característiques de les empreses que han contractat persones titulades recentment de l'àmbit de la Comunicació

Figura 14. Classificació de les empreses segons el nombre de treballadors (%)

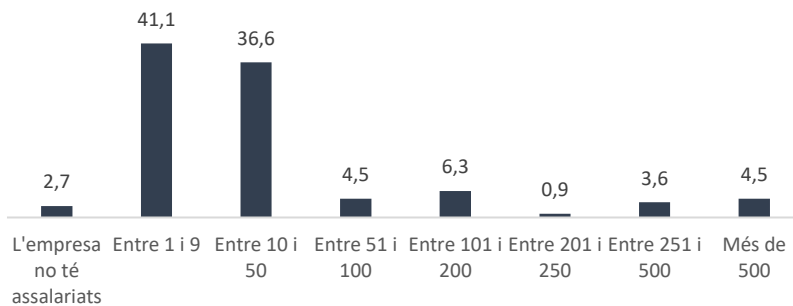


Figura 15. Classificació de les empreses segons el percentatge de treballadors amb titulació universitària (%)

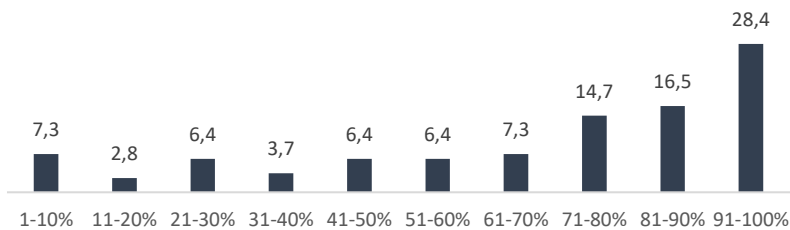
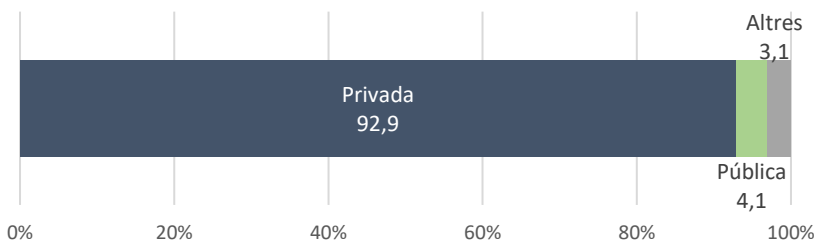


Figura 16. Empreses segons la seva titularitat (%)



**Les empreses que contracten persones titulades recentment en Comunicació són privades, petites-mitjanes i altament qualificades**

El 41% de les empreses són petites (menys de 10 treballadors) i el 37% mitjanes (entre 10 i 50).

Gran part dels treballadors de les empreses són qualificats (tenen estudis universitaris).

Figura 17. Empreses que han treballat en l'àmbit internacional (%)

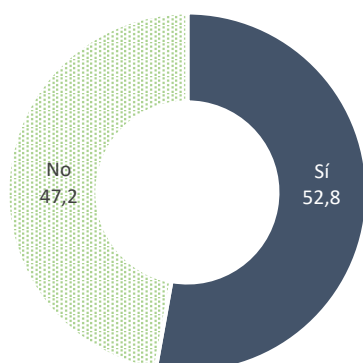
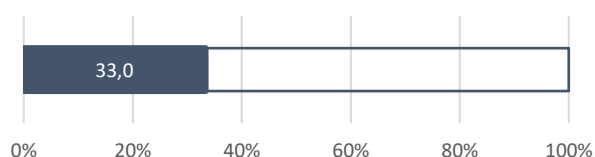


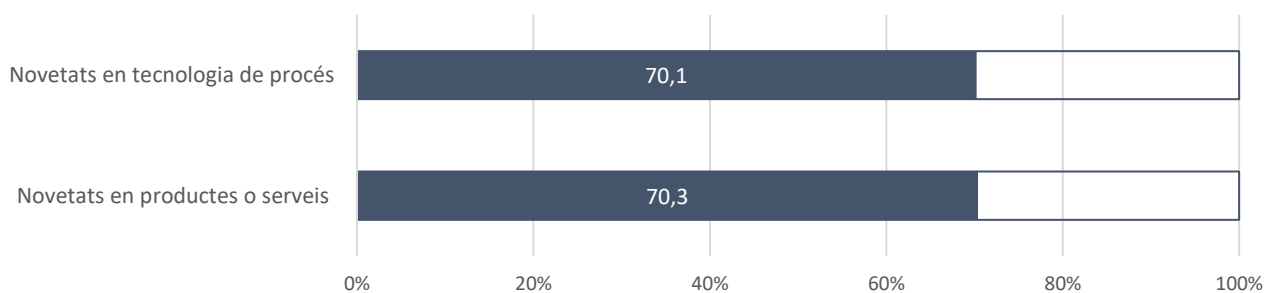
Figura 18. Percentatge de vendes i serveis en l'àmbit internacional respecte del total



## La meitat de les empreses que han contractat persones titulades recentment en Comunicació han apostat per la internacionalització

Les empreses que han tingut relacions en l'àmbit internacional declaren que el pes mitjà del mercat internacional és de 33% del total de vendes i serveis que realitzen.

Figura 19. Empreses que han introduït novetats en la tecnologia de procés i/o en productes o serveis (%)



Nota: Novetats en la tecnologia de procés fa referència a canvis importants en la tecnologia de procés: nova maquinària o software, noves formes de gestió (producció just-in-time, gestió de la qualitat i/o del coneixement). D'altra banda, novetats en productes o serveis indica productes o serveis totalment nous al mercat o a l'empresa (productes o serveis millorats de manera significativa).

## Gairebé 3 de cada 4 empreses enquestades han innovat

El 70% declara haver introduït canvis importants en la tecnologia de procés, això és, nou equipament o software i/o noves formes de gestió.

També, el mateix percentatge d'organitzacions ha incorporat nous productes o serveis al mercat o a l'empresa.



## ■ Contractació de persones titulades recentment de l'àmbit de la Comunicació

Taula 1. Nombre d'empreses que han contractat persones titulades recentment segons titulacions de l'àmbit de la Comunicació (% d'empreses)

Titulacions	n	Percentatge
Comunicació audiovisual	31	27,7%
Periodisme	42	37,5%
Publicitat i RP	39	34,8%
<b>Total àmbit Comunicació</b>	<b>112</b>	<b>100,0%</b>

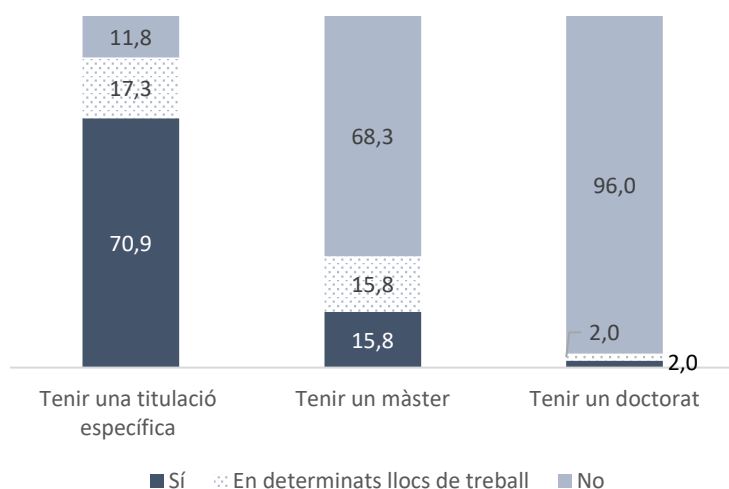
Taula 2. Activitat econòmica de l'empresa segons la tipologia de la titulació de la persona que ha contractat (%)

	Comunicació Audiovisual	Periodisme	Publicitat i RP	Total Com.
A-E Indústria		2,4%	12,8%	5,4%
G. Comerç i reparació de vehicles de motor	6,5%	2,4%	2,6%	3,6%
I. Hostaleria	3,2%		2,6%	1,8%
J. Informació i comunicacions	29,0%	47,6%	28,2%	35,7%
K. Activitats financeres i d'assegurances	3,2%			0,9%
M. Activitats professionals, científiques i tècniques	9,7%	11,9%	15,4%	12,5%
N. Activitats administratives i serveis auxiliars		2,4%	2,6%	1,8%
P. Educació	12,9%	4,8%	2,6%	6,3%
R. Activitats artístiques, recreatives i d'entreteniment	22,6%	16,7%	5,1%	14,3%
S, T, U. Altres Inclou activitats associatives (sindicals, d'organitzacions polítiques, empresarials...), entre d'altres.	12,9%	11,9%	28,2%	17,9%
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

### Les empreses que contracten persones titulades recentment en Comunicació pertanyen, majoritàriament, al sector de la informació i comunicacions

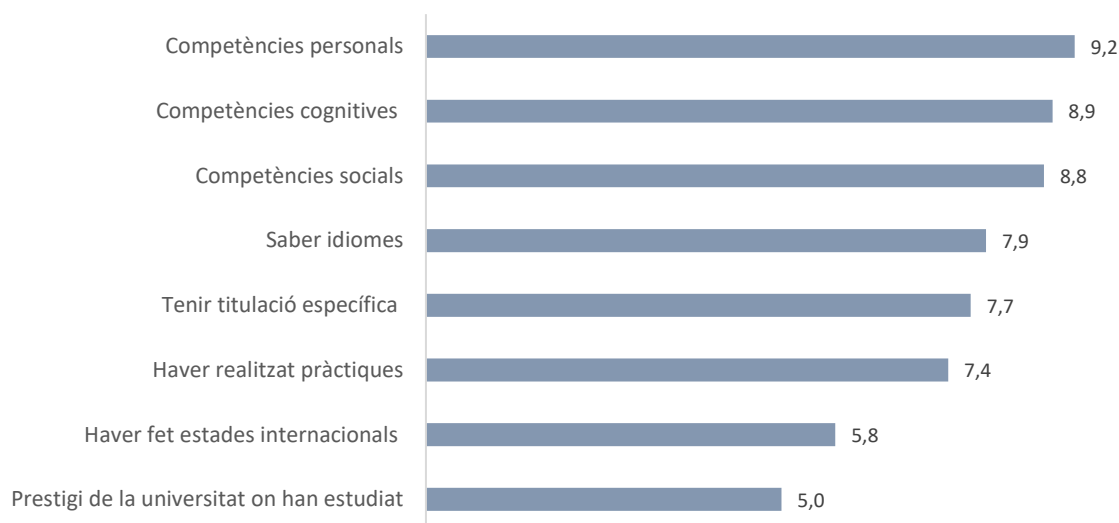
No obstant això, destaquen, també, els sectors d'activitats artístiques, recreatives i d'entreteniment (inclou espectacles i creació literària...) i les activitats associatives (inclou activitats sindicals, organitzacions polítiques...).

Figura 20. Rellevància dels estudis superiors en la contractació de persones titulades recentment (%)



Tenir un màster només és rellevant per al 16% de les empreses enquestades, mentre que tenir un doctorat és irrellevant

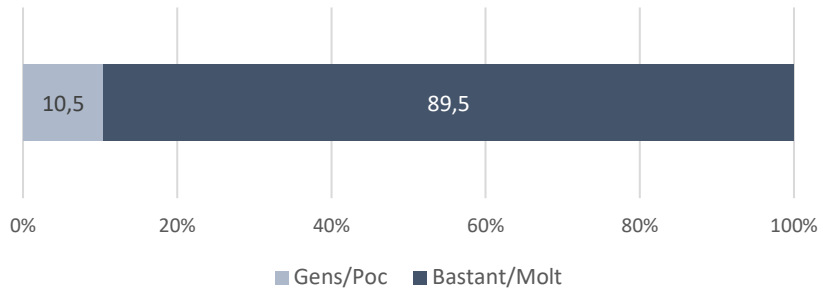
Figura 21. Rellevància de determinats factors en la contractació de persones titulades recentment (escala de 0 a 10)



### Les competències personals, cognitives i socials són els factors més valorats en la contractació

Aquestes competències tenen valoracions entre el 8,8 i el 9,2. Saber idiomes es valora amb un 7,9, tenir una titulació específica amb un 7,7 i haver realitzat pràctiques durant els estudis es valora amb un 7,4. Haver fet estades internacionals o el prestigi de la universitat no són factors determinants en la contractació.

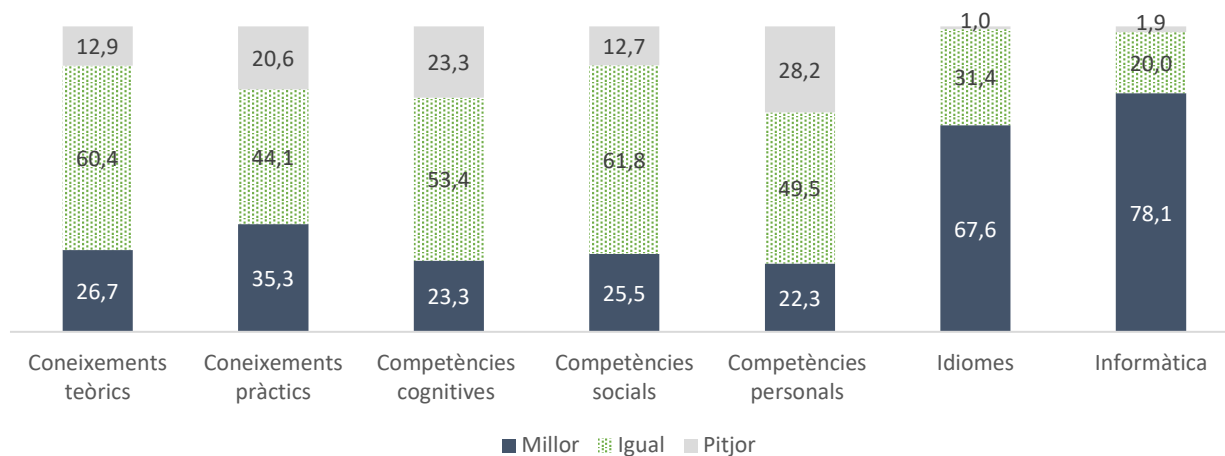
**Figura 22. Adequació de les persones titulades recentment en Comunicació a les necessitats del lloc de treball (%)**



### **Les persones titulades recentment en Comunicació s'adeqüen al lloc de treball**

9 de cada 10 empreses enquestades consideren que els titulats i titulades en Comunicació que han contractat els darrers anys s'adeqüen a les necessitats del lloc de treball.

Figura 23. Evolució de la formació actual respecte a la formació de fa uns 5 i 10 anys (%)



## Les titulacions de l'àmbit de la Comunicació han millorat la formació en idiomes i informàtica els darrers anys.

El 78% de les empreses consideren que s'ha millorat la competència d'informàtica i el 68% el nivell d'idiomes.

D'altra banda, més de la meitat de les empreses enquestades tenen la percepció d'estabilitat en la formació dels titulats i titulades de l'àmbit de la Comunicació pel que fa als coneixements teòrics i pràctics i competències cognitives (resolució de problemes, pensament crític, creativitat...), socials (integrar-se en un grup de treball, intel·ligència emocional...) i personals (responsabilitat, iniciativa, autonomia...).

Destaca, també, que 1 de cada 4 empreses considera que les competències personals dels que s'han titulat recentment en l'àmbit de la Comunicació han disminuït els darrers anys.

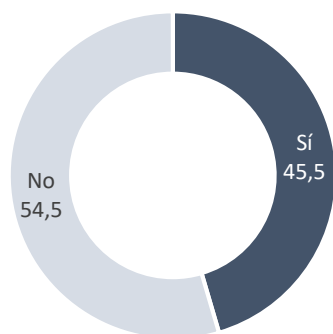
Comunicació Audiovisual és la titulació on hi ha una percepció més clara de millora de certa formació.

Taula 3. Evolució dels coneixements teòrics, pràctics i competències personals segons ensenyament (%)

	Coneixements teòrics			Coneixements pràctics			Competències personals		
	Millor	Igual	Pitjor	Millor	Igual	Pitjor	Millor	Igual	Pitjor
<b>Comunicació Audiovisual</b>	30%	67%	4%	41%	41%	19%	24%	59%	17%
<b>Periodisme</b>	28%	54%	18%	31%	49%	21%	28%	38%	33%
<b>Publicitat i RP</b>	23%	63%	14%	36%	42%	22%	14%	54%	31%

## ■ Dificultats en la contractació

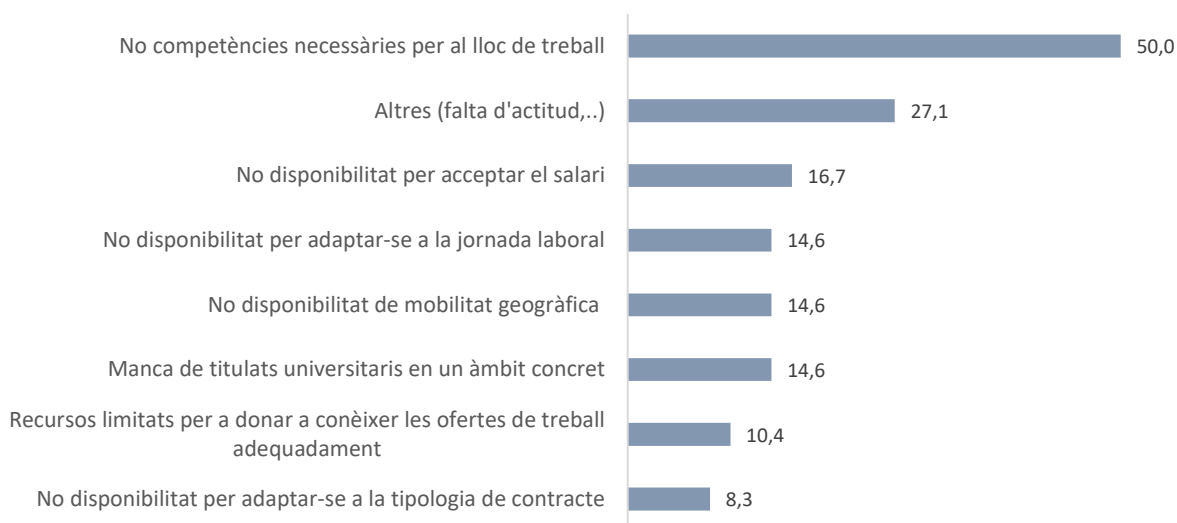
Figura 24. Empreses que han tingut dificultats a contractar els perfils adequats (%)



### Quasi la meitat de les empreses han tingut dificultats en la contractació

Aquesta dada és similar a la que es va obtenir a l'estudi Ocupadors de 2014 per al total del sector productiu. Aquest assenyalava que el 42% del col·lectiu ocupador havia tingut dificultats en la contractació.

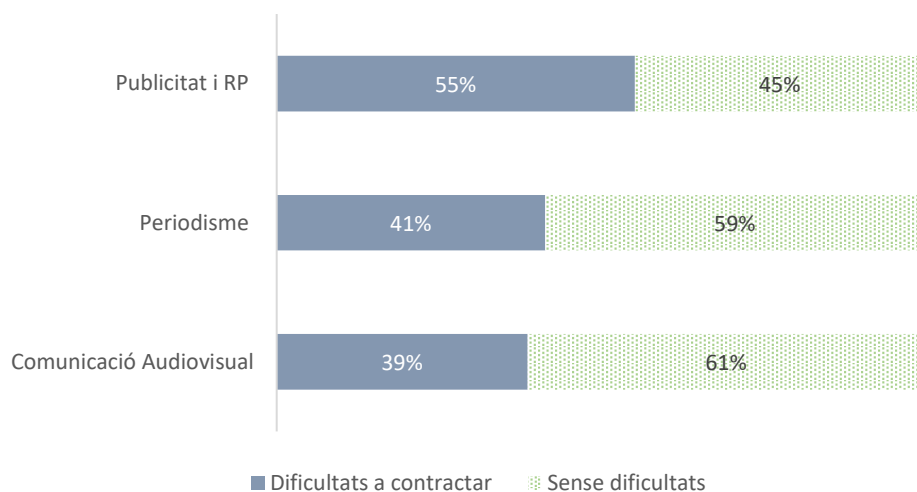
Figura 25. Motius de les dificultats a contractar els perfils adequats (% d'empreses)



### Falta de competències necessàries per al lloc de treball

La meitat de les empreses que han tingut dificultats en la contractació declaren que les persones candidates no tenien les competències necessàries per al lloc de treball.

**Figura 26. Dificultat a contractar el perfil adequat segons l'ensenyament del que provenen els graduats que han incorporat (% d'empreses)**



### **Les empreses tenen una dificultat més gran a contractar els perfils adequats en l'ensenyament de Publicitat i RP**

Més de la meitat de les empreses (55%) que han contractat persones que s'han titulat recentment en Publicitat i RP ha tingut dificultats a contractar els perfils adequats. En el cas de les empreses que han contractat titulats en Periodisme, aquest percentatge és del 41% mentre que pel que fa a les empreses que han contractat titulats procedents de l'ensenyament de Comunicació Audiovisual, és del 39%. En ambdós casos, la raó principal és la falta de competències necessàries de les persones candidates.

## ■ Competències

Taula 4. Competències transversals que s'haurien de millorar en les titulacions de l'àmbit de la Comunicació (% d'empreses)

	% empreses
Documentació	6,3
Formació teòrica	6,3
Ús de les eines d'informàtica més habituals	7,3
Habilitats numèriques	9,4
Lideratge	11,5
Expressió oral	15,6
Habilitats de negociació	17,7
Treball en equip	18,8
Idiomes	27,1
Capacitat d'aprenentatge i autoaprenentatge	27,1
Expressió escrita	31,3
Responsabilitat en el treball	36,5
Capacitat de generar noves idees i solucions	37,5
Treball autònom	38,5
Formació pràctica	56,3
Resolució de problemes i presa de decisions	64,6

### La resolució de problemes i presa de decisions així com la formació pràctica, competències a millorar a les titulacions de Comunicació

El 65% de les empreses consideren que s'ha de millorar la resolució de problemes i presa de decisions, mentre que el 56% indica la formació pràctica.

Cal destacar, però, que aquestes competències transversals també solen necessitar millora en la majoria de les titulacions de Catalunya.

1 de cada 3 indica una manca en l'expressió escrita, la capacitat de generar noves idees i solucions, el treball autònom i la responsabilitat en el treball.

D'altra banda, la metodologia docent és adequada en bona part de competències com, per exemple, documentació, formació teòrica i informàtica, entre d'altres.

**Taula 5. Competències específiques que s'haurien de millorar en les titulacions de l'àmbit de la Comunicació (% d'empreses)**

	%
<b>Coneixement de les tècniques d'investigació rellevants en l'àmbit de la comunicació, tant a escala professional com acadèmica</b>	19,4
Coneixement de l'ètica i la deontologia professional	20,4
Capacitat d'ideació, planificació i gestió d'empreses de comunicació	22,3
Capacitat per a la creació d'estructures, continguts i estils en l'àmbit de la comunicació periodística	23,3
Capacitat per llegir i analitzar textos, dades, estadístiques i documents especialitzats en qualsevol tema rellevant	33,0
Capacitat d'ideació, planificació i execució de campanyes en l'àmbit de la comunicació persuasiva	33,0
<b>Capacitat per comunicar de manera efectiva, tenint en compte el context polític, econòmic i social</b>	39,8
<b>Capacitat i habilitat per idear, planificar, dissenyar i executar projectes comunicatius (des dels aspectes tècnics i de contingut fins als formals i estètics)</b>	44,7
<b>Capacitat i habilitat per exposar raonadament idees i arguments (capacitats retòriques i domini de les tècniques argumentals)</b>	45,6

**Pràcticament la meitat de les empreses enquestades consideren que s'hauria de millorar la capacitat per exposar raonadament idees i arguments i la capacitat per idear, planificar, dissenyar i executar projectes comunicatius**

Seguidament, destaca la capacitat per comunicar de manera efectiva, tenint en compte el context polític, econòmic i social (40%)



**Taula 6. Competències amb un marge de millora més gran segons ensenyament (% d'empreses)**

	<b>Comunicació Audiovisual</b>	<b>Periodisme</b>	<b>Publicitat i RP</b>
<b>Formació pràctica</b>	54%	63%	50%
<b>Resolució de problemes i presa de decisions</b>	62%	63%	69%
<b>Capacitat de generar noves idees i solucions</b>			41%
<b>Treball autònom</b>			47%
<b>Responsabilitat en el treball</b>			50%

Nota: Competències que tenen percentatges del 40% de les empreses o més

## **Les mancances competencials són més evidents en les persones titulades en Publicitat i Relacions Públiques**

Destaquen, també, en la capacitat de generar noves idees i solucions, el treball autònom i la responsabilitat.

En relació amb les competències específiques, Periodisme mostra un dèficit més gran en la capacitat de comunicar-se de manera efectiva, tenint en compte el context; i Publicitat i RP en la capacitat d'ideació, planificació i execució de campanyes en l'àmbit de la comunicació persuasiva.

**Taula 7. Competències específiques amb un marge de millora més gran segons ensenyament (% d'empreses)**

	<b>Comunicació Audiovisual</b>	<b>Periodisme</b>	<b>Publicitat i RP</b>
<b>Capacitat i habilitat per idear, planificar, dissenyar i executar projectes comunicatius (des dels aspectes tècnics i de contingut fins als formals i estètics)</b>		55%	44%
<b>Capacitat i habilitat per exposar raonadament idees i arguments (capacitats retòriques i domini de les tècniques argumentals)</b>	48%	43%	47%
<b>Capacitat d'ideació, planificació i execució de campanyes en l'àmbit de la comunicació persuasiva</b>			42%
<b>Capacitat per comunicar de manera efectiva, tenint en compte el context polític, econòmic i social</b>		45%	

Nota: Competències que tenen percentatges del 40% de les empreses o més

Figura 27. Satisfacció del col·lectiu dels ocupadors amb les competències de les persones titulades recentment en l'àmbit de la Comunicació (entre 0 i 10)



### Satisfacció amb les competències de les persones que s'han titulat recentment en Comunicació

Tot i el marge de millora en la formació, les empreses estan, en general, satisfetes amb les competències dels titulats. El seu grau de satisfacció total és del 7,1, i és pràcticament el mateix si es distingeix per ensenyament. Aquest valor coincideix amb la satisfacció global del col·lectiu ocupador a l'enquesta als Ocupadors del 2014.

## ■ Col·laboració del món empresarial amb les universitats

Figura 28. Grau de col·laboració de les empreses amb les universitats segons activitat (%)

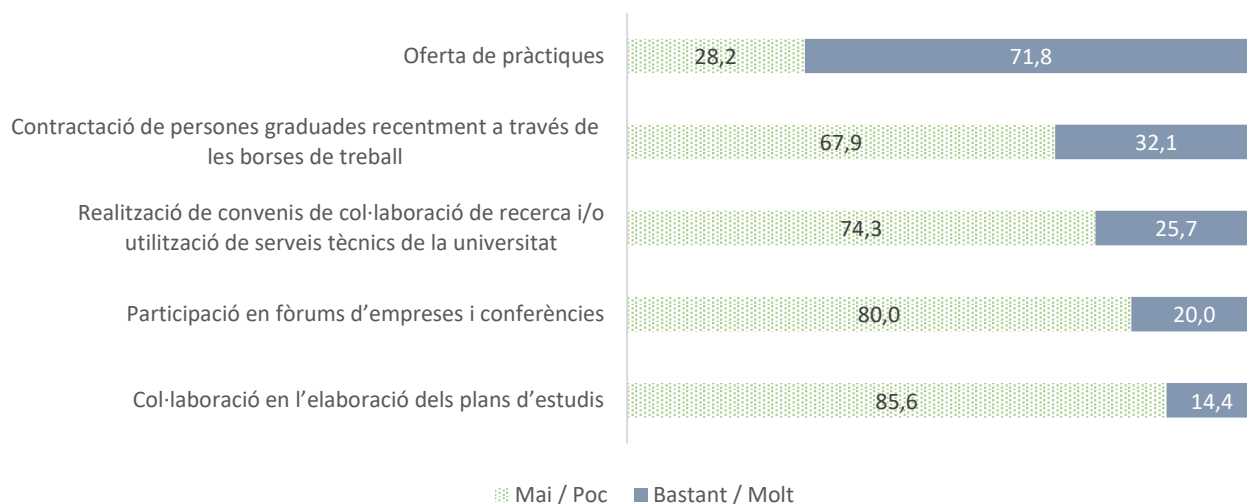


Figura 29. Aspectes a millorar de les borses de treball o serveis de pràctiques de les universitats (% d'empreses)

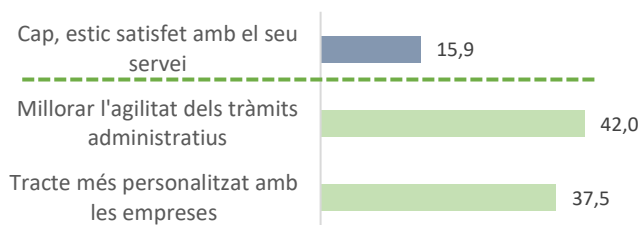


Figura 30. Satisfacció amb el servei de les borses de treball o serveis de pràctiques (escala de 0 a 10)



### La col·laboració principal de les empreses amb les universitats està relacionada amb l'oferta de pràctiques

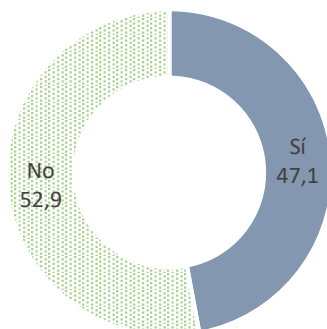
L'activitat en la qual tenen un nivell d'interacció més gran és la relacionada amb les pràctiques durant els estudis: 3 de cada 4 ha col·laborat amb la universitat en aquesta activitat. D'altra banda, només el 32% ha contractat mitjançant la borsa de treball de les universitats.

### Elevada satisfacció amb el servei de pràctiques i borsa de treball

El nivell de satisfacció de les empreses que han fet ús d'aquests serveis és del 7,1, tot i que consideren que es podrien agilitzar els tràmits administratius i ampliar el coneixement sobre les necessitats de les empreses.

## ■ Formació a l'empresa de les persones titulades recentment

Figura 31. Empreses que financen formació a les persones titulades recentment (%)



Taula 8. Tipus de formació que financen les empreses (%)

Tipus de formació	%
Formació en el lloc de treball	63,8
Formació durant l'horari laboral	70,2
Formació fora de l'horari laboral	27,7

Figura 32. Motius per finançar la formació (%)



### Gairebé la meitat de les empreses financen formació a les persones que contracten i que s'han titulat recentment

El 64% d'aquesta formació es fa en el lloc de treball. Aquesta formació té l'objectiu, per a la majoria, de millorar els coneixements específics del sector així com millorar els coneixements teòrics i bàsics relacionats amb el sector de la Comunicació.

## ■ Prospectiva

Figura 33. Evolució de l'ocupació qualificada al sector (%)

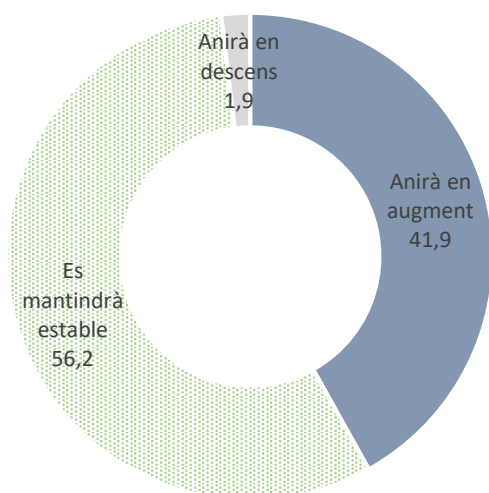


Figura 34. Competències que prendran més importància al sector de la Comunicació\*



Figura 35. Ocupació més important al sector de la Comunicació \*



Taula 9. Raons de l'augment de l'ocupació (%)

Raons	%
Expansió de l'empresa	86,4
Canvis tecnològics o organitzatius	20,5
Rotació de la plantilla	11,4
Altres	4,5

Nota: multiresposta

### Bones perspectives per a les empreses de l'àmbit de la Comunicació

El 42% considera que l'ocupació augmentarà gràcies a l'expansió de l'empresa (increment de l'activitat).

La competència més demandada està relacionada amb les TIC (comunicació digital, periodisme digital, xarxes socials, digitalització...).

Les ocupacions més importants estan relacionades amb les TIC i les que estan disminuint la seva presència són les tasques d'administració i el periodisme tradicional.

Figura 36. Ocupació menys important al sector de la Comunicació\*



\*Corresponen a preguntes obertes. Les respostes amb el mateix significat s'han categoritzat. Mostren les categories amb freqüències superiors a 3.

## CONCLUSIONS

- S'observen diferències en el grau de satisfacció de les persones titulades de l'àmbit de la Comunicació en relació amb els seus estudis. Mentre que aquelles que procedeixen de Publicitat i RP estan més satisfetes que la mitjana dels SUC en totes les variables analitzades (millora de les seves capacitats, utilitat pràctiques i TFG i satisfacció global), les de Periodisme i Comunicació Audiovisual tenen un nivell de satisfacció generalment inferior.
- La inserció laboral dels graduats i graduades d'aquest àmbit també varia segons l'ensenyament: si procedeixen de Periodisme i Comunicació Audiovisual trobem un percentatge d'autònoms més gran i un salari pitjor que a la resta; en canvi, Publicitat i RP té major estabilitat laboral i un salari millor. Tot i això, el percentatge de graduats i graduades que tornarien a repetir la carrera són baixos en tots els casos.

Les empreses que contracten titulats en l'àmbit de la Comunicació tenen les característiques següents:

- Tenen, majoritàriament, menys de 50 treballadors i generalment titulació universitària.
- Entorn a la meitat treballen en l'àmbit internacional i 3 de cada 4 han introduït innovacions (tant tecnològiques com en productes o serveis).
- Pertanyen als sectors d'informació i comunicacions així com d'activitats artístiques, recreatives i d'entreteniment (inclou espectacles i creació literària...) i activitats associatives (inclou activitats sindicals).
- Per a la contractació, valoren una titulació específica (no tant el màster ni doctorat) així com les competències personals, cognitives i socials de les persones candidates.
- Gairebé la meitat han experimentat dificultats a l'hora de contractar els perfils adequats, principalment per la manca de competències necessàries per al lloc de treball de les persones candidates.

Respecte a la formació universitària:

- Destaquen la millora de la formació en coneixements informàtics i idiomes de les persones graduades en Comunicació en els darrers anys (com passa amb la majoria de titulacions).
- En relació amb les competències transversals, la formació pràctica així com la resolució de problemes i la presa de decisions són les que tenen una necessitat de millora més gran (igual que a altres titulacions).
- En relació amb les competències específiques de l'àmbit de la Comunicació, 4 de cada 10 empreses considera que hi ha un dèficit de formació en la capacitat de comunicar de manera efectiva, la capacitat per idear, planificar i executar projectes comunicatius i la capacitat per exposar raonadament idees i arguments.
- Tot i les necessitats de millora, el col·lectiu ocupador està satisfet amb les competències de les persones titulades recentment que han contractat (7,1 sobre 10).
- El 72% de les empreses han col·laborat amb les universitats mitjançant oferiment de pràctiques als estudiants, i 1 de cada 4 ha contractat persones graduades a través de les borses de treball. La seva satisfacció amb aquests serveis és de 7,1 sobre 10.
- Gairebé la meitat de les empreses preveuen un augment de l'ocupació qualificada gràcies a la seva expansió.
- Les competències que prendran més importància en el sector de la Comunicació estan relacionades amb les TIC (comunicació digital, periodisme digital, xarxes socials, etc.).
- En relació amb l'evolució de les ocupacions, aniran en augment totes aquelles relacionades amb les TIC i el màrqueting, i aniran a menys les ocupacions relacionades amb l'administració i el periodisme tradicional.

## **EQUIP DE REDACCIÓ**

### **Redacció**

Sandra Nieto Viramontes

Gestora de projectes de l'Àrea d'Internacionalització i Generació del Coneixement

Anna Prades Nebot

Gestora de projectes de l'Àrea d'Internacionalització i Generació del Coneixement

### **Col·laboració**

Martí Casadesús Fa

Director

## FITXA TÈCNICA

### Enquesta als ocupadors

Població	Organitzacions susceptibles de poder haver contractat persones titulades recentment a les universitats situades a Catalunya els darrers 3 anys <sup>2</sup>
Període de l'enquesta	Enquesta en línia: del 26/02/2018 al 16/03/2018 Enquesta telefònica: del 27/06/2018 al 5/07/2018
Tipus d'enquesta	En línia i telefònica
Durada mitjana de l'enquesta	Enquesta telefònica: 14'59"

	Població	Mostra	Taxa de resposta	Error mostral
Organitzacions que potencialment eren del sector de la comunicació	2.799	112	4%	9%
Total organitzacions	30.018			

### Enquesta de Satisfacció (2017)

Ensenyament (Graduats i graduades al 2015-2016-2017)	Població	Mostra	Taxa de resposta	Error mostral
Comunicació Audiovisual	1906	453	24%	4%
Periodisme	1151	172	15%	7%
Publicitat i Relacions Públiques	1199	333	28%	5%

### Enquesta d'Inserció Laboral (2017)

Ensenyament (Graduats i graduades al 2013)	Població	Mostra	Taxa de resposta	Error mostral
Comunicació Audiovisual	456	237	52%	5%
Periodisme	566	296	52%	4%
Publicitat i Relacions Públiques	628	280	45%	4%

<sup>2</sup> La majoria de contactes de les organitzacions provenen de les borses de treball de les universitats catalanes.



Agència per a la Qualitat del Sistema Universitari de Catalunya  
Desembre de 2018 · AQU-20-2018



Agència  
per a la Qualitat  
del Sistema Universitari  
de **Catalunya**

 [www.aqu.cat](http://www.aqu.cat)

 [@aqucatalunya](https://twitter.com/aqucatalunya)