



Agència
per a la Qualitat
del Sistema Universitari
de Catalunya

EMPLEADORES

LA OPINIÓN DEL COLECTIVO EMPLEADOR SOBRE LA FORMACIÓN DE LAS PERSONAS TITULADAS EN COMUNICACIÓN





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

EMPLEADORES

**LA OPINIÓN DEL COLECTIVO
EMPLEADOR SOBRE LA
FORMACIÓN DE LAS
PERSONAS TITULADAS EN
COMUNICACIÓN**

AQU CATALUNYA, 2019

© Agència per a la Qualitat del Sistema Universitari de Catalunya

C. dels Vergós, 36-42

08017 Barcelona

Los contenidos de esta obra están sujetos a una licencia de Reconocimiento-NoComercial-SinObrasDerivadas 3.0 de Creative Commons. Se permite su reproducción, distribución y comunicación pública siempre que se cite a su autor y no se haga un uso comercial de los mismos.

La licencia completa puede consultarse en:

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

Primera edición: junio de 2019



Colaboradores del sector



Col·legi de Periodistes de Catalunya



Col·legi de Publicitaris i Relacions Públiques de Catalunya



Otros colaboradores



Obra Social "la Caixa"



ÍNDICE

| | |
|--|----|
| INTRODUCCIÓN..... | 7 |
| INDICADORES DE LAS TITULACIONES DE COMUNICACIÓN..... | 8 |
| ■ Datos básicos de las titulaciones..... | 8 |
| ■ Satisfacción de las personas tituladas con la formación universitaria | 11 |
| ■ Inserción laboral de las personas tituladas | 13 |
| LA OPINIÓN DE LAS EMPRESAS SOBRE LA FORMACIÓN DE LAS PERSONAS TITULADAS EN COMUNICACIÓN | 15 |
| ■ Características de las empresas que han contratado a personas recién tituladas en Comunicación... .. | 15 |
| ■ Contratación de personas recién tituladas en Comunicación | 17 |
| ■ Dificultades en la contratación..... | 21 |
| ■ Competencias de las personas recién tituladas | 23 |
| ■ Colaboración del mundo empresarial con las universidades | 27 |
| ■ Formación en la empresa de las personas recién tituladas | 28 |
| ■ Prospectiva | 29 |
| CONCLUSIONES..... | 30 |
| FICHA TÉCNICA | 32 |
| EQUIPO DE REDACCIÓN | 33 |

INTRODUCCIÓN

La Agència per a la Qualitat del Sistema Universitari de Catalunya (AQU Catalunya) tiene como principal objetivo **contribuir a la mejora de las titulaciones universitarias del sistema universitario catalán (SUC)**. Para alcanzar dicho objetivo, es necesario disponer de evidencias y datos que permitan evaluar el funcionamiento de cada una de las titulaciones y, en consecuencia, facilitar la toma de decisiones por parte de los responsables de las universidades y titulaciones y de los responsables políticos en el ámbito de las universidades.

Propuestas de mejora de las titulaciones basadas en evidencias

El presente informe muestra evidencia sobre la implantación y el desarrollo de las titulaciones del subámbito de Comunicación (Periodismo, Comunicación Audiovisual, y Publicidad y Relaciones Públicas) mediante los resultados de la **encuesta de 2018 a los empleadores en este sector**. Esta encuesta pretende conocer la opinión de las empresas sobre la formación de las personas recién tituladas en el subámbito de Comunicación a las que han contratado, especialmente en cuanto a las competencias transversales y específicas que tienen un significativo margen de mejora.

Además de estos resultados, el informe incluye un primer apartado de **datos de contexto de las titulaciones del subámbito de Comunicación**, donde se muestran los **datos básicos de las titulaciones** y los principales resultados de las **encuestas de satisfacción de las personas recién tituladas en Comunicación**, así como de la **encuesta de su inserción laboral**.

Figura 1. Bases de datos para la mejora de las titulaciones



INDICADORES DE LAS TITULACIONES DE COMUNICACIÓN

■ Datos básicos de las titulaciones

Los datos básicos de las titulaciones corresponden a datos administrativos que provienen de UNEIX.

Figura 2. Indicadores de implantación y desarrollo de la titulación de Comunicación Audiovisual (curso 2016-2017)

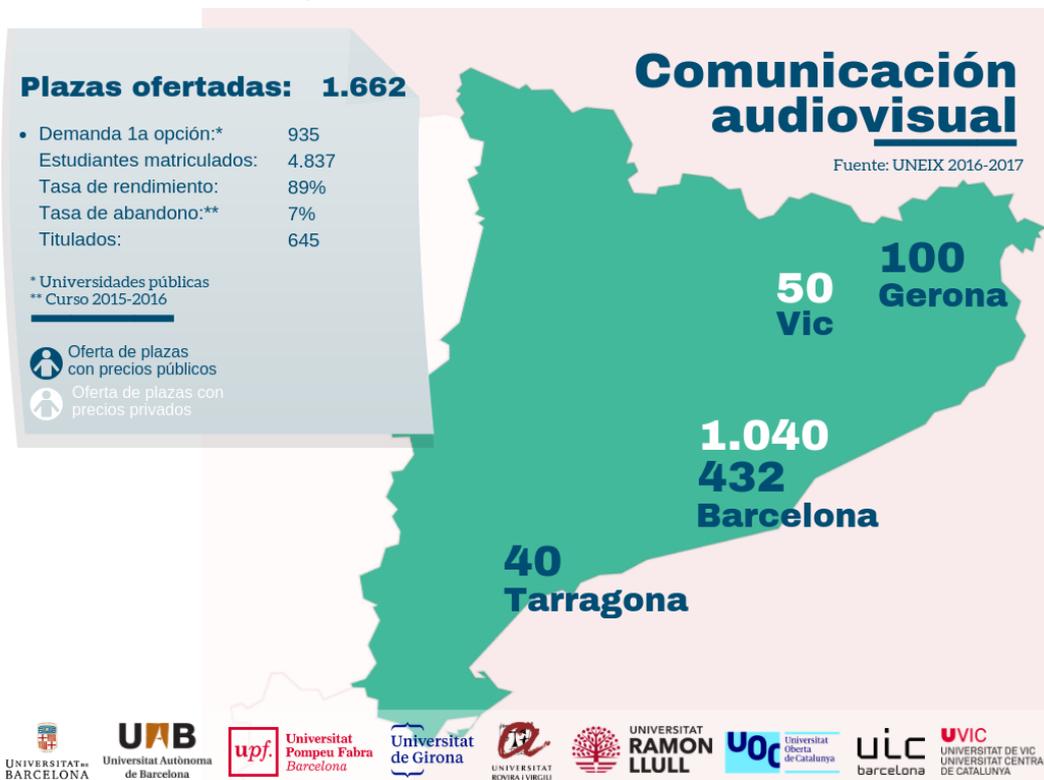


Figura 3. Indicadores de implantación y desarrollo de la titulación de Periodismo (curso 2016-2017)

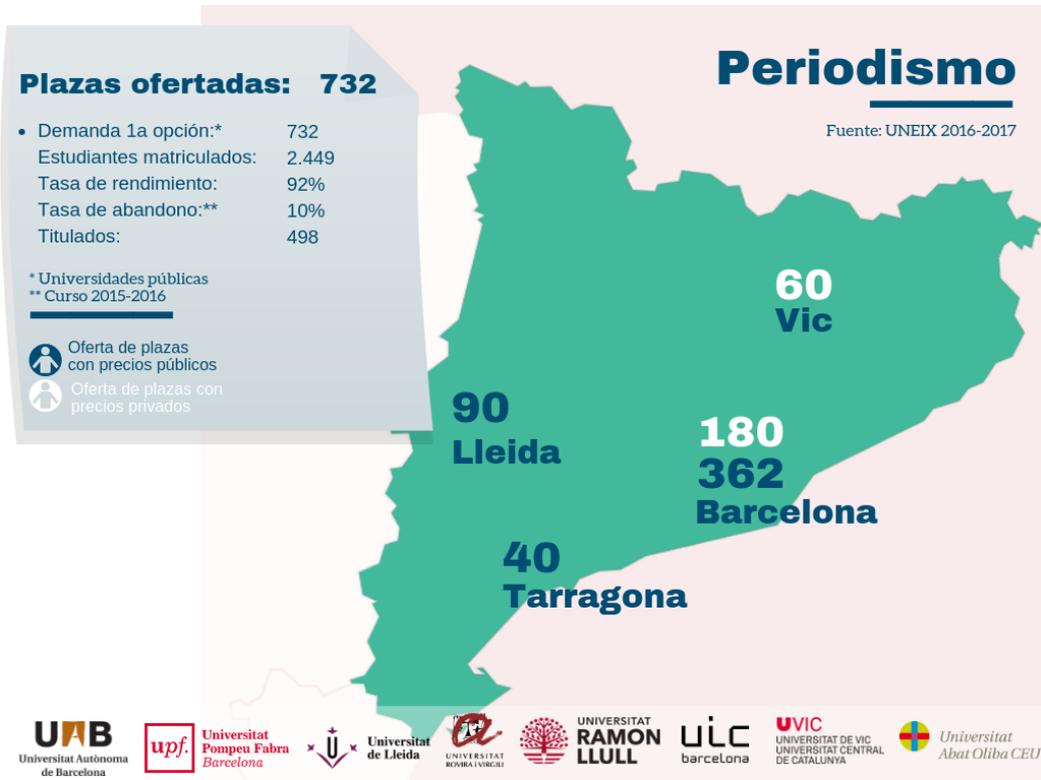
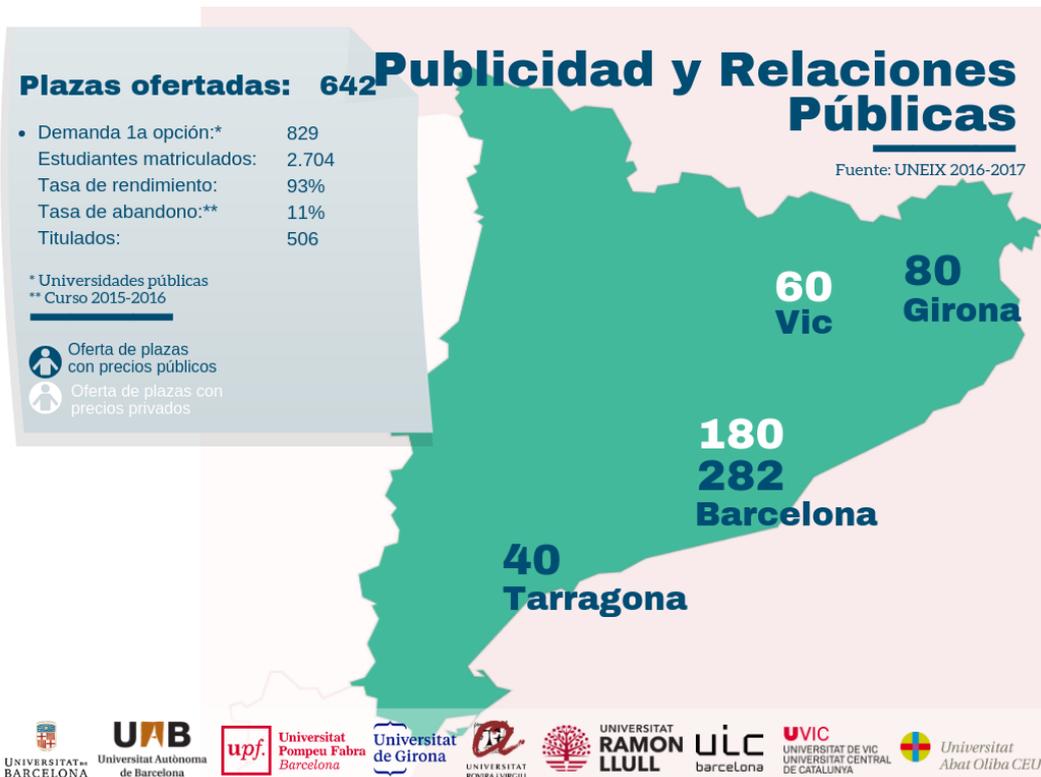
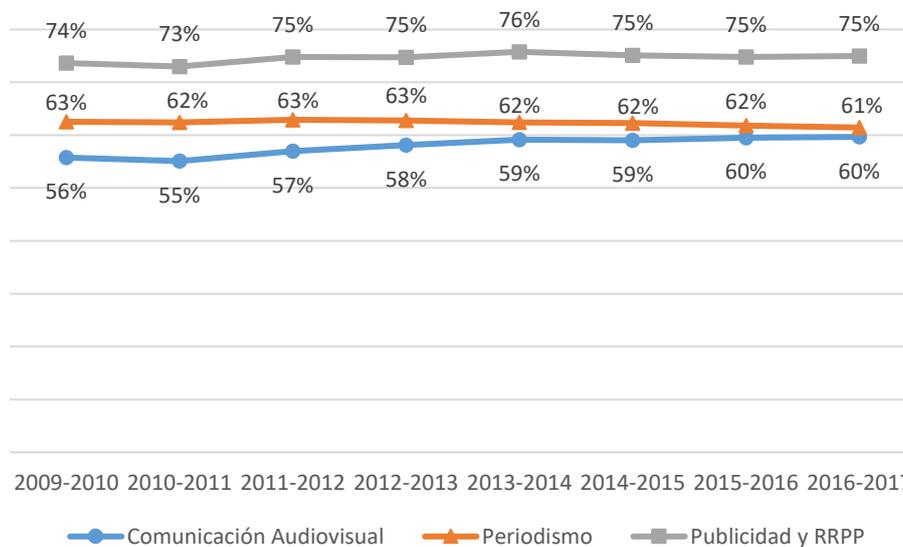


Figura 4. Indicadores de implantación y desarrollo de la titulación de Publicidad y Relaciones Públicas (curso 2016-2017)



La opinión del colectivo empleador sobre la formación de las personas tituladas en Comunicación

Figura 5. Evolución de las matrículas de mujeres en las enseñanzas del subámbito de Comunicación



En los grados del subámbito de Comunicación predominan las mujeres

Aproximadamente 3 de cada 4 personas matriculadas en el grado de Publicidad y Relaciones Públicas son mujeres, mientras que en los grados de Comunicación Audiovisual y Periodismo estas representan poco más de la mitad de los estudiantes matriculados.

■ Satisfacción de las personas tituladas con la formación universitaria

Los datos sobre la satisfacción con la formación provienen de la **encuesta de satisfacción** elaborada por AQU Catalunya. Esta recoge información sobre la satisfacción de las personas tituladas con respecto a distintas características de la formación de la titulación universitaria cursada. Es una encuesta en línea, de periodicidad anual, que se realiza a todas las personas graduadas un año antes. Los resultados que se muestran corresponden a la media de los años 2015, 2016 y 2017 de cada titulación del subámbito de Comunicación y del total del sistema universitario catalán (SUC).

Figura 6. Valoración de varios aspectos de la formación (escala de 0 a 10)

| | Comunicación Audiovisual | Periodismo | Publicidad y RRPP | Total SUC |
|---|--------------------------|------------|-------------------|-----------|
| Las capacidades para la actividad profesional | ↓ 6,2 | ↓ 6,7 | ↑ 7,8 | 6,9 |
| Las competencias personales | ↓ 6,7 | ↓ 6,6 | ↑ 7,9 | 7,0 |
| Las habilidades comunicativas | ↑ 6,8 | ↑ 7,1 | ↑ 8,0 | 6,7 |

Nota: El color y el sentido de la flecha reflejan el resultado de la comparativa entre cada valor y la media del SUC.

La formación recibida en los estudios del subámbito de Comunicación ha mejorado las habilidades comunicativas de los estudiantes

La mejora de las habilidades comunicativas tiene una valoración superior a la media de los estudios del SUC.

Por otro lado, solo las personas tituladas en Publicidad y Relaciones Públicas consideran que su formación ha mejorado sus capacidades para la actividad profesional y las competencias personales de forma significativa (valoraciones cercanas al 8), mientras que las personas que provienen de Comunicación Audiovisual y Periodismo las puntúan entre el 6,2 y el 6,7 (valores inferiores a la media del SUC).

*La opinión del colectivo empleador sobre la formación de las personas tituladas en
Comunicación*

Figura 7. Valoración de la utilidad de las prácticas externas y del TFG (escala de 0 a 10)

| | Comunicación Audiovisual | Periodismo | Publicidad y RRPP | Total SUC |
|--------------------|-----------------------------|------------|----------------------|-----------|
| Prácticas externas | ↓ 5,4 | ↑ 7,5 | ↑ 7,8 | 6,6 |
| TFG | ↑ 6,5 | → 6,4 | ↑ 7,4 | 6,4 |

Nota: El color y el sentido de la flecha reflejan el resultado de la comparativa entre cada valor y la media del SUC.

Las prácticas externas y el TFG han sido relativamente útiles para aplicar los conocimientos adquiridos durante los estudios

Las prácticas externas son muy bien valoradas por las personas tituladas en Periodismo y en Publicidad y Relaciones Públicas, lo que no pasa en Comunicación Audiovisual.

El TFG también es muy bien valorado en Publicidad y Relaciones Públicas, mientras que en las otras dos titulaciones la valoración es muy cercana a la media del SUC.

Figura 8. Satisfacción global con la titulación (escala de 0 a 10)

| | Comunicación Audiovisual | Periodismo | Publicidad y RRPP | Total SUC |
|--------------------------------------|-----------------------------|------------|----------------------|-----------|
| Estoy satisfecho/a con la titulación | ↓ 6,1 | ↓ 6,1 | ↑ 7,7 | 7,0 |

Nota: El color y el sentido de la flecha reflejan el resultado de la comparativa entre cada valor y la media del SUC.

Existen discrepancias en cuanto a la satisfacción global de las personas tituladas del subámbito de Comunicación según la titulación cursada

Las personas graduadas en Publicidad y Relaciones Públicas son las más satisfechas con la titulación (7,7), mientras que las graduadas en Comunicación Audiovisual y Periodismo tienen una satisfacción baja con la titulación en comparación con la media del SUC (6,1 vs. 7).

■ Inserción laboral de las personas tituladas

La encuesta de inserción laboral tiene una periodicidad trienal y su objetivo es conocer la inserción laboral de la población graduada universitaria a los tres años de haber finalizado sus estudios universitarios. Los resultados que se muestran corresponden a la última encuesta (2017) y son representativos por universidad y titulación. Los resultados del SUC muestran la media de todas las enseñanzas que se imparten en Cataluña.¹

Figura 9. Evolución de la tasa de empleo de las personas graduadas

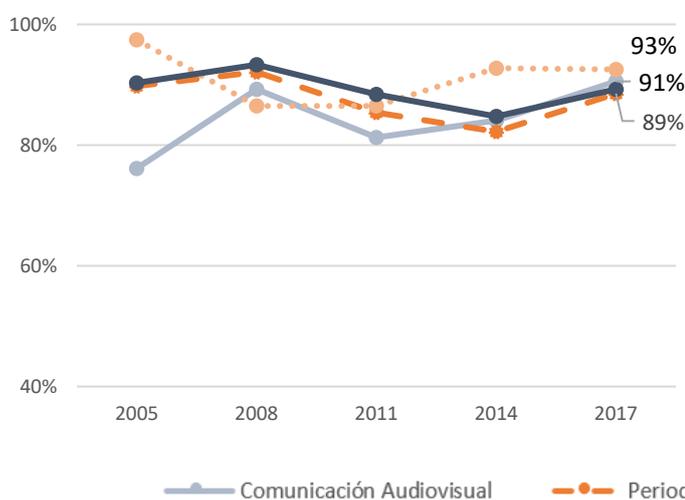
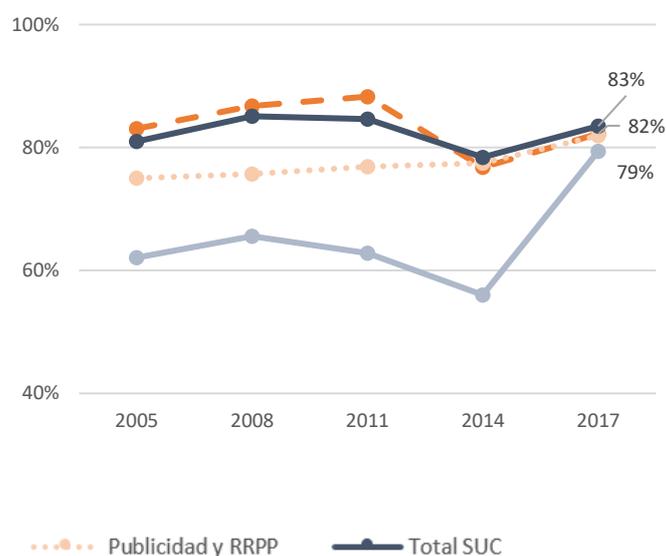


Figura 10. Evolución del porcentaje de personas graduadas que realizan funciones de nivel universitario en el trabajo



Buena ocupación de las personas tituladas en Comunicación

Son 9 de cada 10 las personas que trabajan a los tres años de haber obtenido el título.

Aproximadamente 8 de cada 10 realizan funciones de nivel universitario en su puesto de trabajo

Esta proporción de las titulaciones de Comunicación en 2017 es muy parecida a la media del total de las titulaciones del SUC. Destaca la evolución positiva de los porcentajes de personas tituladas de las enseñanzas de Comunicación Audiovisual y Publicidad y Relaciones Públicas que realizan funciones de nivel universitario.

¹ Los resultados están ponderados por un factor que corrige posibles desviaciones proporcionales de la muestra.

La opinión del colectivo empleador sobre la formación de las personas tituladas en Comunicación

Figura 11. Tipo de contrato en 2017

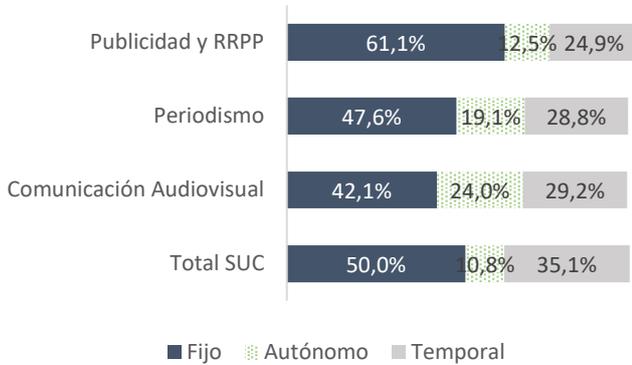
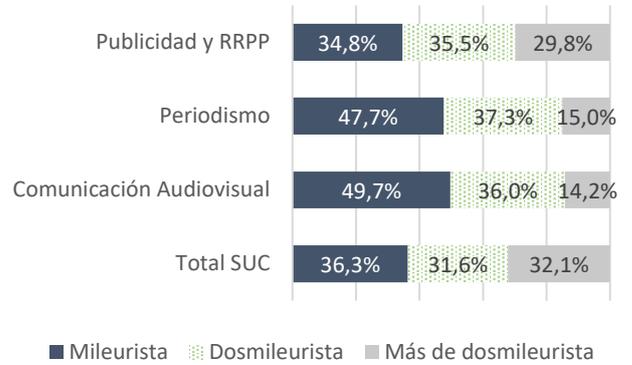


Figura 12. Salarios en 2017



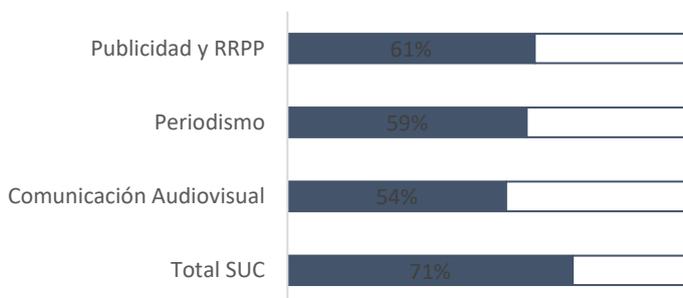
Estabilidad laboral y buenos salarios para las personas tituladas en Publicidad y Relaciones Públicas...

El 61% tiene contrato fijo, 11 puntos porcentuales por encima de la media del SUC. Y la proporción de mileuristas es ligeramente menor que la de la media del SUC (35% vs. 36%).

...a diferencia de los que provienen de Periodismo y de Comunicación Audiovisual, que tienen mayor inestabilidad y salarios más bajos

En ambas titulaciones existe una proporción de autónomos mayor que en la media del SUC. Además, casi la mitad de las personas tituladas eran mileuristas en 2017.

Figura 13. Porcentaje de personas graduadas que volverían a cursar la misma titulación al cabo de tres años



Baja proporción de personas que volverían a cursar la misma titulación

Mientras que el 71% de las personas tituladas del SUC volverían a cursar la misma titulación, las que provienen del subámbito de Comunicación no están tan convencidas, dado que muestran porcentajes muy inferiores.

LA OPINIÓN DE LAS EMPRESAS SOBRE LA FORMACIÓN DE LAS PERSONAS TITULADAS EN COMUNICACIÓN

■ Características de las empresas que han contratado a personas recién tituladas en Comunicación

Figura 14. Clasificación de las empresas según el número de trabajadores (%)



Figura 15. Clasificación de las empresas según el porcentaje de trabajadores con titulación universitaria (%)

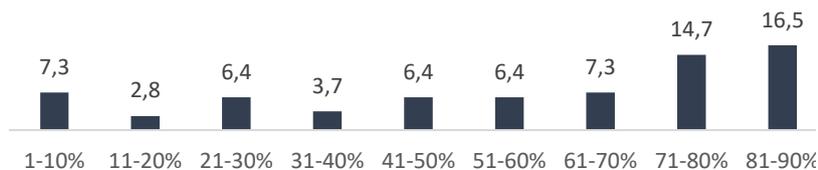
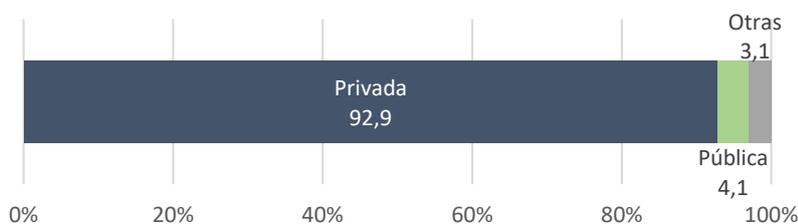


Figura 16. Clasificación de las empresas según su titularidad (%)



Las empresas que contratan a personas recién tituladas en Comunicación son privadas, pequeñas o medianas y altamente cualificadas

El 41% de las empresas son pequeñas (menos de 10 trabajadores) y el 37% son medianas (entre 10 y 50 trabajadores).

Gran parte de los trabajadores de las empresas son cualificados (tienen estudios universitarios).

La mitad de las empresas que han contratado a personas recién tituladas en Comunicación han apostado por la internacionalización

Las empresas que han trabajado en el ámbito internacional declaran que el peso medio del mercado internacional es del 33% del total de las ventas y servicios que realizan.

La opinión del colectivo empleador sobre la formación de las personas tituladas en Comunicación

Figura 17. Empresas que han trabajado en el ámbito internacional

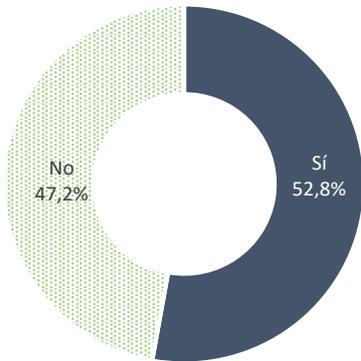


Figura 18. Porcentaje de ventas y servicios en el ámbito internacional con respecto al total

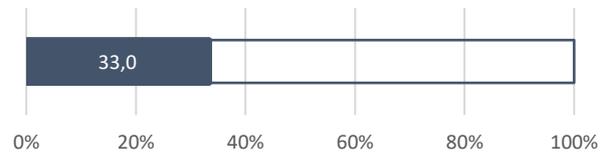
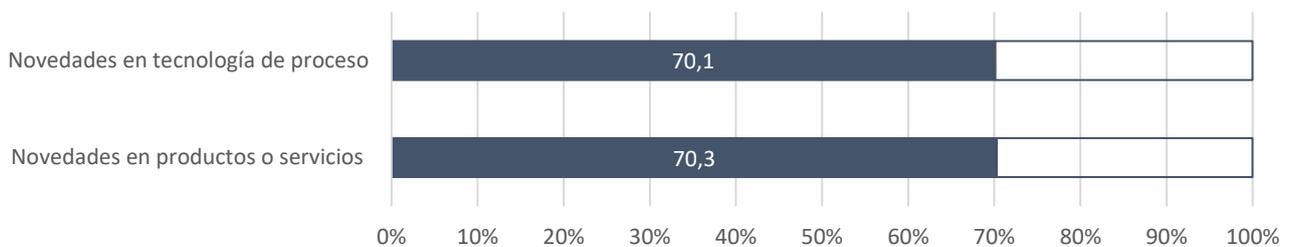


Figura 19. Empresas que han introducido novedades en la tecnología de proceso y/o en productos o servicios (%)



Nota: *Novedades en tecnología de proceso* hace referencia a cambios importantes en la tecnología de proceso: nueva maquinaria o software, nuevas formas de gestión (producción *just-in-time*, gestión de la calidad y/o del conocimiento). Por otro lado, *novedades en productos o servicios* se refiere a productos o servicios totalmente nuevos en el mercado o en la empresa (o a productos o servicios mejorados de manera significativa).

Casi 3 de cada 4 empresas encuestadas han innovado

El 70% de las organizaciones declaran haber introducido cambios importantes en la tecnología de proceso, o sea, nuevo equipamiento o software y/o nuevas formas de gestión. Y el mismo porcentaje ha incorporado nuevos productos o servicios en el mercado o en la empresa.

■ Contratación de personas recién tituladas en Comunicación

Tabla 1. Número y porcentaje de empresas que han contratado a personas recién tituladas, por titulaciones del subámbito de Comunicación

| Titulaciones | n | Porcentaje |
|-------------------------------------|-----|------------|
| Comunicación Audiovisual | 31 | 27,7% |
| Periodismo | 42 | 37,5% |
| Publicidad y Relaciones Públicas | 39 | 34,8% |
| Total subámbito Comunicación | 112 | 100,0% |

Tabla 2. Actividad económica de la empresa contratante por titulación de la persona contratada (%)

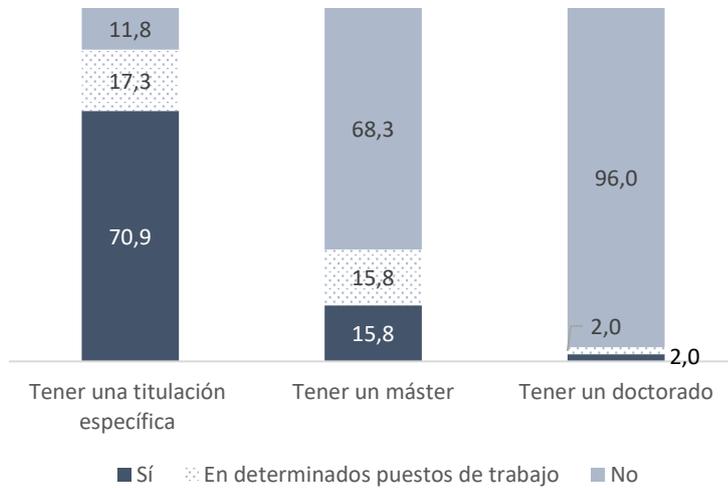
| | Comunicación Audiovisual | Periodismo | Publicidad y RRPP | Total Comunic. |
|---|--------------------------|------------|-------------------|----------------|
| A-E Industria | | 2,4% | 12,8% | 5,4% |
| G Comercio y reparación de vehículos de motor | 6,5% | 2,4% | 2,6% | 3,6% |
| I Hostelería | 3,2% | | 2,6% | 1,8% |
| J Información y comunicaciones | 29,0% | 47,6% | 28,2% | 35,7% |
| K Actividades financieras y de seguros | 3,2% | | | 0,9% |
| M Actividades profesionales, científicas y técnicas | 9,7% | 11,9% | 15,4% | 12,5% |
| N Actividades administrativas y servicios auxiliares | | 2,4% | 2,6% | 1,8% |
| P Educación | 12,9% | 4,8% | 2,6% | 6,3% |
| R Actividades artísticas, recreativas y de entretenimiento | 22,6% | 16,7% | 5,1% | 14,3% |
| S, T, U Otras Incluye actividades asociativas (sindicales, de organizaciones políticas, empresariales...), etc. | 12,9% | 11,9% | 28,2% | 17,9% |
| Total | 100% | 100% | 100% | 100% |

Las empresas que contratan a personas recién tituladas en Comunicación pertenecen, mayoritariamente, al sector de información y comunicaciones

Sin embargo, destacan también el sector de actividades artísticas, recreativas y de entretenimiento (incluye espectáculos y creación literaria) y el de actividades asociativas (incluye actividades sindicales, organizaciones políticas, empresariales...).

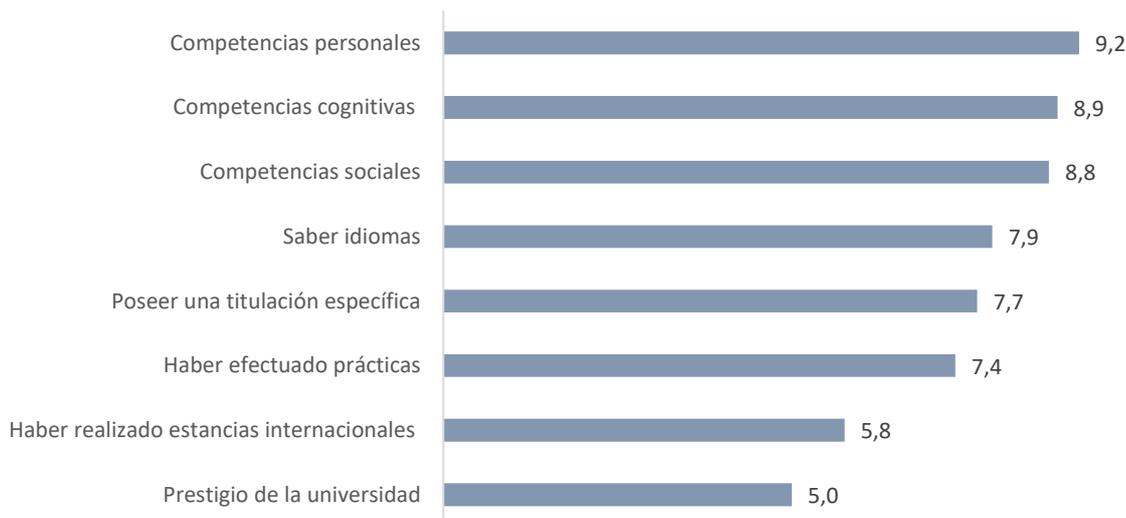
La opinión del colectivo empleador sobre la formación de las personas tituladas en Comunicación

Figura 20. Relevancia de los estudios superiores en la contratación de personas recién tituladas (%)



Tener un máster solo es relevante para el 16% de las empresas encuestadas, mientras que la relevancia del doctorado es prácticamente nula

Figura 21. Relevancia de determinados factores en la contratación de personas recién tituladas (escala de 0 a 10)

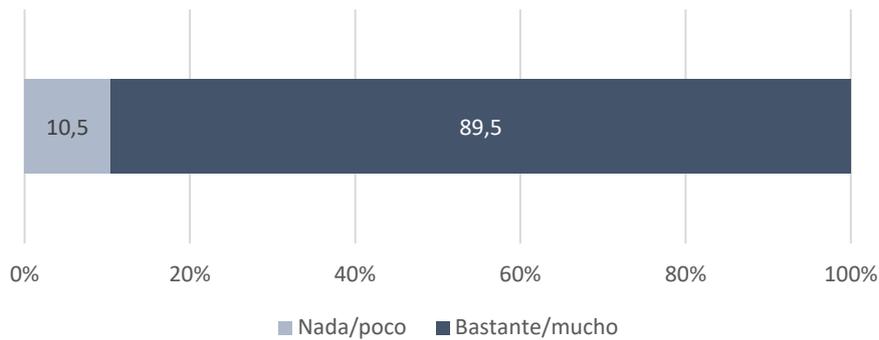


Las competencias personales, cognitivas y sociales son los factores más valorados en la contratación

Estas competencias tienen valoraciones entre el 8,8 y el 9,2. Saber idiomas se valora con un 7,9, tener una titulación específica con un 7,7 y haber efectuado prácticas durante los estudios con un 7,4. Haber realizado estancias internacionales o el prestigio de la universidad no son factores determinantes en la contratación.

La opinión del colectivo empleador sobre la formación de las personas tituladas en Comunicación

Figura 22. Grado de adecuación de las personas recién tituladas en Comunicación a las necesidades del puesto de trabajo (%)

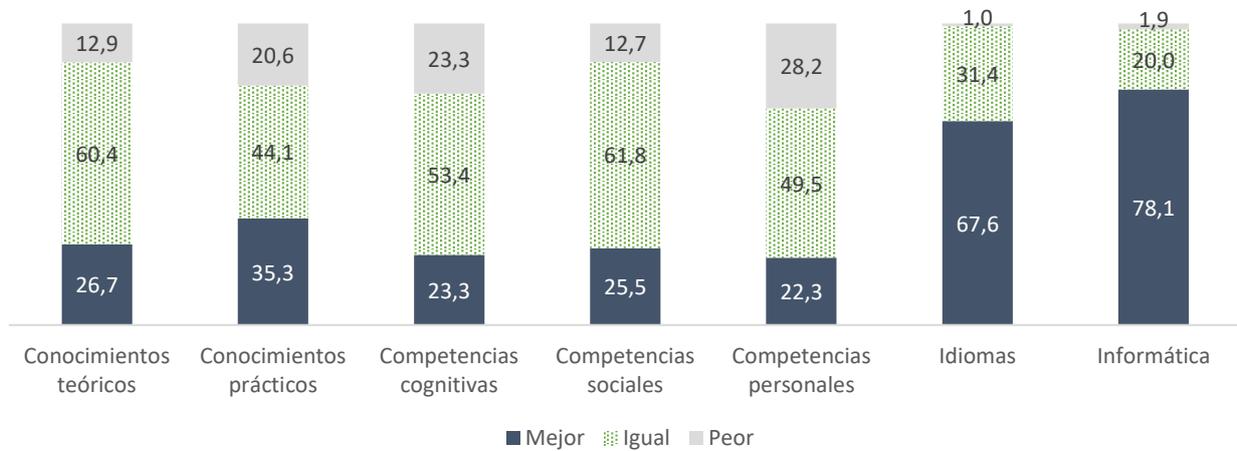


Las personas tituladas en Comunicación se adecúan al puesto de trabajo

Aproximadamente 9 de cada 10 empresas encuestadas consideran que las personas tituladas en el subámbito de Comunicación a las que han contratado en los últimos años se adecúan a las necesidades del puesto de trabajo.

La opinión del colectivo empleador sobre la formación de las personas tituladas en Comunicación

Figura 23. Evolución de la actual formación en Comunicación con respecto a la de hace cinco y diez años (%)



Las titulaciones del subámbito de Comunicación han mejorado la formación en idiomas e informática en los últimos años

El 78% de las empresas consideran que se ha mejorado la competencia de informática y el 68%, el nivel de idiomas.

Por otro lado, más de la mitad de las empresas encuestadas tienen la percepción de estabilidad en la formación de las personas tituladas en Comunicación en cuanto a los conocimientos teóricos y prácticos y a las competencias cognitivas (resolución de problemas, pensamiento crítico, creatividad...), sociales (integración en un grupo de trabajo, inteligencia emocional...) y personales (responsabilidad, iniciativa, autonomía...).

También destaca que 1 de cada 4 empresas considera que las competencias personales de las personas recién tituladas del subámbito de Comunicación han disminuido en los últimos años.

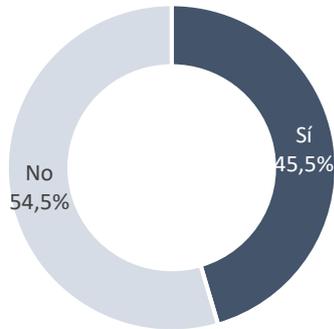
Comunicación Audiovisual es la titulación en la que hay una percepción más clara de mejora de cierta formación.

Tabla 3. Evolución de los conocimientos teóricos y prácticos y de las competencias personales por enseñanza (%)

| | Conocimientos teóricos | | | Conocimientos prácticos | | | Competencias personales | | |
|---------------------------------|------------------------|-------|------|-------------------------|-------|------|-------------------------|-------|------|
| | Mejor | Igual | Peor | Mejor | Igual | Peor | Mejor | Igual | Peor |
| Comunicación Audiovisual | 30% | 67% | 4% | 41% | 41% | 19% | 24% | 59% | 17% |
| Periodismo | 28% | 54% | 18% | 31% | 49% | 21% | 28% | 38% | 33% |
| Publicidad y RRPP | 23% | 63% | 14% | 36% | 42% | 22% | 14% | 54% | 31% |

■ Dificultades en la contratación

Figura 24. Empresas que han tenido dificultades para contratar a los perfiles adecuados



Casi la mitad de las empresas declaran haber tenido dificultades en la contratación

Este dato es similar al que se obtuvo en el estudio Empleadores de 2014 para el total del sector productivo, que indicaba que el 42% del colectivo empleador había tenido dificultades en la contratación.

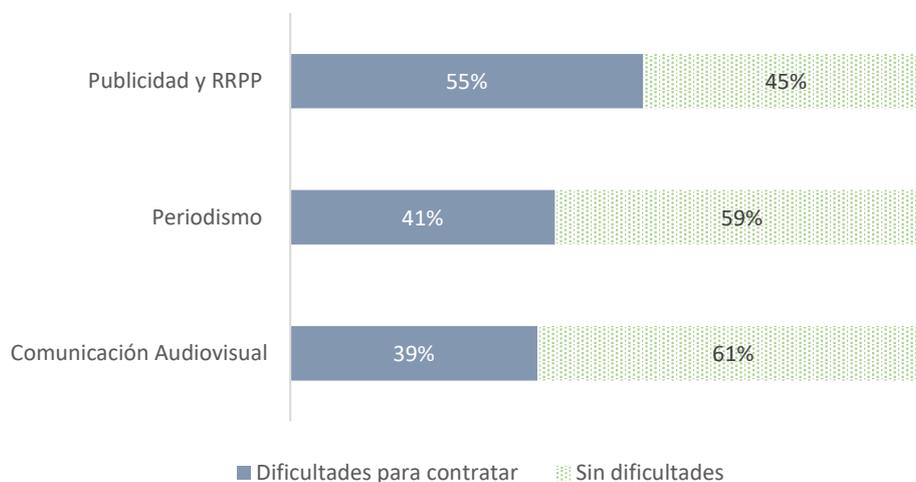
Figura 25. Dificultades para contratar a los perfiles adecuados (% de empresas)



Falta de competencias necesarias para el puesto de trabajo

La mitad de las empresas que han tenido dificultades en la contratación declaran que las personas candidatas no tenían las competencias necesarias para el puesto de trabajo.

Figura 26. Dificultades para contratar a los perfiles adecuados según la enseñanza de la que proceden las personas graduadas incorporadas (% de empresas)



Las empresas tienen mayor dificultad para contratar a los perfiles adecuados en la enseñanza de Publicidad y Relaciones Públicas

Más de la mitad de las empresas (55%) que han contratado a personas recién tituladas en Publicidad y Relaciones Públicas han tenido dificultades para incorporar a los perfiles adecuados. En el caso de las empresas que han contratado a personas tituladas en Periodismo, este porcentaje es del 41%, mientras que en las empresas que han contratado a titulados procedentes de Comunicación Audiovisual es del 39%.

En todos los casos, la principal razón es la falta de competencias necesarias de las personas candidatas.

■ Competencias de las personas recién tituladas

Tabla 4. Competencias transversales que deberían mejorarse en las titulaciones del subámbito de Comunicación

| | Porcentaje de empresas |
|---|------------------------|
| Documentación | 6,3 |
| Formación teórica | 6,3 |
| Uso de las herramientas de informática más habituales | 7,3 |
| Habilidades numéricas | 9,4 |
| Liderazgo | 11,5 |
| Expresión oral | 15,6 |
| Habilidades de negociación | 17,7 |
| Trabajo en equipo | 18,8 |
| Idiomas | 27,1 |
| Capacidad de aprendizaje y autoaprendizaje | 27,1 |
| Expresión escrita | 31,3 |
| Responsabilidad en el trabajo | 36,5 |
| Capacidad de generar nuevas ideas y soluciones | 37,5 |
| Trabajo autónomo | 38,5 |
| Formación práctica | 56,3 |
| Resolución de problemas y toma de decisiones | 64,6 |

La resolución de problemas y toma de decisiones, así como la formación práctica, son las dos competencias a mejorar en las titulaciones de Comunicación

El 65% de las empresas consideran que debe mejorarse la competencia de resolución de problemas y toma de decisiones, mientras que el 56% indica la formación práctica.

Cabe destacar, sin embargo, que estas competencias transversales también suelen necesitar mejora en la mayoría de las titulaciones de Cataluña.

Aproximadamente 1 de cada 3 empresas indica una carencia en las competencias de expresión escrita, capacidad de generar nuevas ideas y soluciones, trabajo autónomo y responsabilidad en el trabajo.

Por otro lado, la metodología docente es adecuada en buena parte de las competencias, tales como documentación, formación teórica e informática, entre otras.

La opinión del colectivo empleador sobre la formación de las personas tituladas en Comunicación

Tabla 5. Competencias específicas que deberían mejorarse en las titulaciones del subámbito de Comunicación

| | Porcentaje empresas |
|--|---------------------|
| Conocimiento de las técnicas de investigación relevantes en el sector de la comunicación, tanto a escala profesional como académica | 19,4 |
| Conocimiento de la ética y la deontología profesional | 20,4 |
| Capacidad de ideación, planificación y gestión de empresas de comunicación | 22,3 |
| Capacidad para crear estructuras, contenidos y estilos en el sector de la comunicación periodística | 23,3 |
| Capacidad para leer y analizar textos, datos, estadísticas y documentos especializados en cualquier tema relevante | 33,0 |
| Capacidad de ideación, planificación y ejecución de campañas en el ámbito de la comunicación persuasiva | 33,0 |
| Capacidad para comunicar de manera efectiva, teniendo en cuenta el contexto político, económico y social | 39,8 |
| Capacidad y habilidad para idear, planificar, diseñar y ejecutar proyectos comunicativos (desde los aspectos técnicos y de contenido hasta los formales y estéticos) | 44,7 |
| Capacidad y habilidad para exponer de forma razonada ideas y argumentos (capacidades retóricas y dominio de las técnicas argumentales) | 45,6 |

Casi la mitad de las empresas encuestadas consideran que debería mejorarse la capacidad para exponer de forma razonada ideas y argumentos, así como la capacidad para idear, planificar, diseñar y ejecutar proyectos comunicativos

A continuación destaca la capacidad para comunicar de manera efectiva, teniendo en cuenta el contexto político, económico y social (40%).

*La opinión del colectivo empleador sobre la formación de las personas tituladas en
Comunicación*

Tabla 6. Competencias transversales con mayor margen de mejora por titulación (% de empresas)

| | Comunicación Audiovisual | Periodismo | Publicidad y RRPP |
|--|-----------------------------|------------|----------------------|
| Formación práctica | 54% | 63% | 50% |
| Resolución de problemas y toma de decisiones | 62% | 63% | 69% |
| Capacidad de generar nuevas ideas y soluciones | | | 41% |
| Trabajo autónomo | | | 47% |
| Responsabilidad en el trabajo | | | 50% |

Nota: Competencias transversales que tienen porcentajes de empresas superiores al 40%.

Las carencias competenciales son más evidentes en las personas tituladas en Publicidad y Relaciones Públicas

Dichas personas también muestran carencias en la capacidad de generar nuevas ideas y soluciones, el trabajo autónomo y la responsabilidad.

En relación con las competencias específicas, la titulación de Periodismo muestra un déficit mayor en la capacidad para comunicar de manera efectiva, teniendo en cuenta el contexto; mientras que la de Publicidad y Relaciones Públicas tiene mayor margen de mejora en la capacidad de ideación, planificación y ejecución de campañas en el ámbito de la comunicación persuasiva.

Tabla 7. Competencias específicas con mayor margen de mejora por titulación (% de empresas)

| | Comunicación Audiovisual | Periodismo | Publicidad y RRPP |
|--|-----------------------------|------------|----------------------|
| Capacidad y habilidad para idear, planificar, diseñar y ejecutar proyectos comunicativos (desde los aspectos técnicos y de contenido hasta los formales y estéticos) | | 55% | 44% |
| Capacidad y habilidad para exponer de forma razonada ideas y argumentos (capacidades retóricas y dominio de las técnicas argumentales) | 48% | 43% | 47% |
| Capacidad de ideación, planificación y ejecución de campañas en el ámbito de la comunicación persuasiva | | | 42% |
| Capacidad para comunicar de manera efectiva, teniendo en cuenta el contexto político, económico y social | | 45% | |

Nota: Competencias específicas que tienen porcentajes de empresas superiores al 40%.

La opinión del colectivo empleador sobre la formación de las personas tituladas en Comunicación

Figura 27. Satisfacción del colectivo empleador con las competencias de las personas recién tituladas en Comunicación (escala de 0 a 10)



Satisfacción con las competencias de las personas recién tituladas en Comunicación

Pese al margen de mejora en la formación, las empresas se muestran, en general, satisfechas con las competencias de las personas tituladas. Su grado de satisfacción total es de 7,1, y es prácticamente el mismo si se distingue por titulación. Este valor coincide con la satisfacción global del colectivo empleador en la encuesta de 2014.

Colaboración del mundo empresarial con las universidades

Figura 28. Grado de colaboración de las empresas con las universidades por actividad (%)

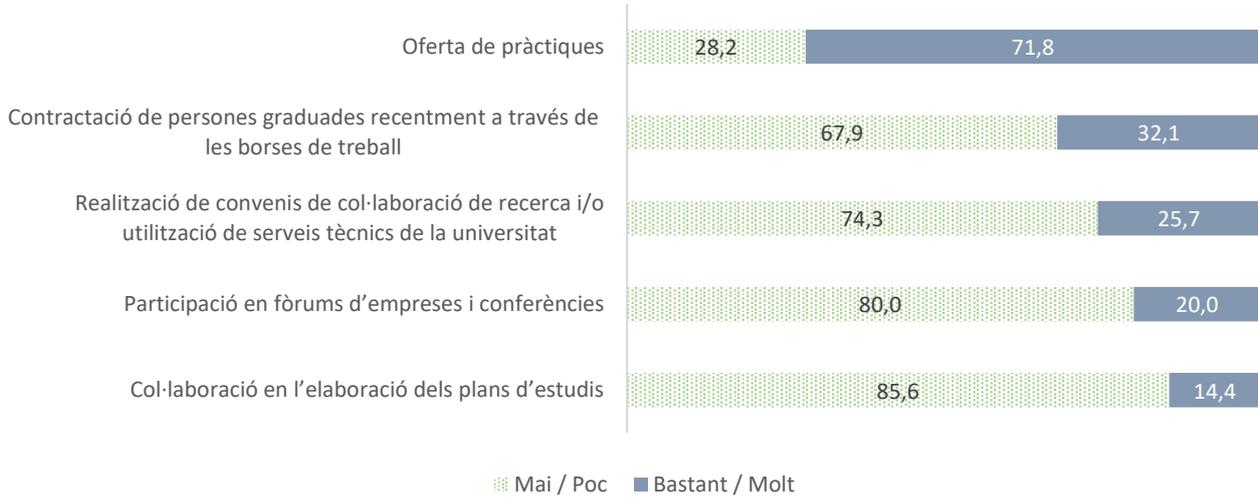


Figura 29. Aspectos a mejorar de las bolsas de trabajo o los servicios de prácticas de las universidades (% de empresas)

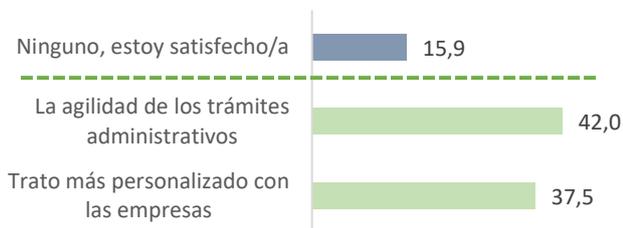


Figura 30. Satisfacción con las bolsas de trabajo o los servicios de prácticas de las universidades (escala de 0 a 10)

7,1 ★★★★★★

La principal colaboración de las empresas con las universidades está relacionada con la oferta de prácticas

La actividad en la que tienen un mayor nivel de interacción es la relacionada con las prácticas durante los estudios: 3 de cada 4 empresas han colaborado con la universidad en esta actividad. Pero solo el 32% ha contratado a través de las bolsas de trabajo de las universidades.

Elevada satisfacción con los servicios de prácticas y bolsa de trabajo

El nivel de satisfacción por parte de las empresas que han hecho uso de estos servicios es de 7,1, a pesar de que consideran que podrían agilizarse los trámites administrativos y ampliar el conocimiento sobre sus necesidades.

■ Formación en la empresa de las personas recién tituladas

Figura 31. Empresas que financian formación a las personas recién tituladas

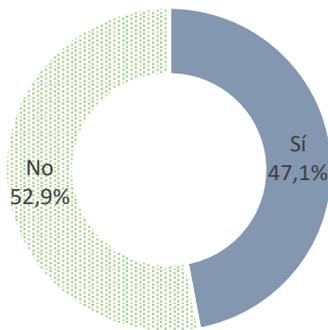


Tabla 8. Tipo de formación que financian las empresas

| | % |
|--------------------------------------|------|
| Formación en el puesto de trabajo | 63,8 |
| Formación durante el horario laboral | 70,2 |
| Formación fuera del horario laboral | 27,7 |

Figura 32. Motivos para financiar la formación (%)



Casi la mitad de las empresas financian formación a las personas recién tituladas a las que contratan

El 64% de dicha formación tiene lugar en el puesto de trabajo. Esta formación tiene como objetivo, para la mayoría, mejorar los conocimientos específicos del sector, así como mejorar los conocimientos teóricos y prácticos básicos relacionados con el sector de la comunicación.

■ Prospectiva

Figura 33. Evolución del empleo cualificado en el sector

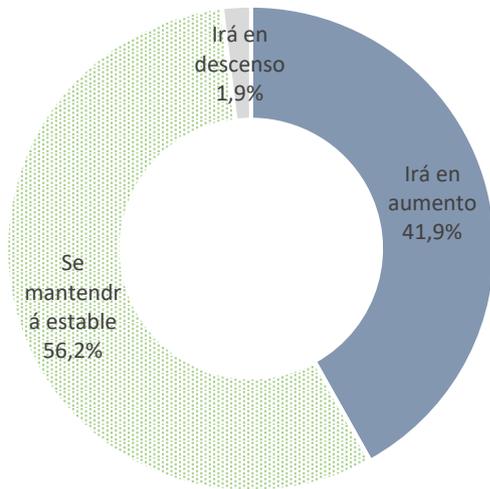


Figura 34. Competencias que cobrarán más importancia en el sector de la comunicación*



Figura 35. Empleos más importantes en el sector de la comunicación*



Tabla 9. Razones del aumento del empleo

| Razones | % |
|--------------------------------------|------|
| Expansión de la empresa | 86,4 |
| Cambios tecnológicos u organizativos | 20,5 |
| Rotación de la plantilla | 11,4 |
| Otras | 4,5 |

Nota: multirespuesta

Buenas perspectivas para las empresas contratantes del subámbito de Comunicación

El 42% considera que el empleo aumentará gracias, mayoritariamente, a la expansión de la empresa (incremento de la actividad).

La competencia más demandada está relacionada con las TIC (comunicación digital, periodismo digital, redes sociales, digitalización...).

Los empleos más importantes están relacionados con las TIC, mientras que los empleos cuya presencia está disminuyendo son las tareas de administración y el periodismo tradicional.

Figura 36. Empleos menos importantes en el sector de la comunicación*



*Corresponden a preguntas abiertas. Las respuestas con el mismo significado se han categorizado. Se muestran las categorías con frecuencias superiores a 3.

CONCLUSIONES

- Se observan diferencias en el grado de satisfacción de las personas tituladas del subámbito de Comunicación en relación con sus estudios. Mientras que aquellas que proceden de Publicidad y Relaciones Públicas están más satisfechas que la media del SUC en todas las variables analizadas (mejora de sus capacidades, utilidad de las prácticas y del TFG, satisfacción global), las de Periodismo y las de Comunicación Audiovisual tienen un nivel de satisfacción generalmente inferior.
- La inserción laboral de las personas graduadas de este subámbito también varía según la enseñanza: si proceden de Periodismo o de Comunicación Audiovisual, encontramos un mayor porcentaje de autónomos y un salario peor que en el resto; en cambio, quienes proceden de Publicidad y Relaciones Públicas tienen mayor estabilidad laboral y mejor salario. Aun así, el porcentaje de personas graduadas que volverían a cursar la carrera es bajo en todos los casos.

Las empresas que contratan a personas tituladas del subámbito de Comunicación presentan las siguientes características:

- Tienen, mayoritariamente, menos de 50 trabajadores y gran parte de la plantilla posee titulación universitaria.
- Alrededor de la mitad de las empresas trabajan en el ámbito internacional y 3 de cada 4 han introducido innovaciones (tanto tecnológicas como en productos o servicios).
- Pertenecen a los sectores económicos de información y comunicaciones, de actividades artísticas, recreativas y de entretenimiento (incluye espectáculos y creación literaria) y de actividades asociativas (incluye actividades sindicales).
- Para la contratación, valoran que la persona candidata tenga una titulación específica (no tanto un máster ni un doctorado), así como sus competencias personales, cognitivas y sociales.
- Casi la mitad de las empresas han experimentado dificultades a la hora de contratar a los perfiles adecuados, principalmente por la falta de competencias necesarias para el puesto de trabajo de las personas candidatas.

Respecto a la formación universitaria:

- El colectivo empleador destaca la mejora de la formación en conocimientos informáticos e idiomas de las personas graduadas en Comunicación en los últimos años (como pasa en la mayoría de las titulaciones).
- En relación con las competencias transversales, la formación práctica y también la resolución de problemas y toma de decisiones son las que tienen una mayor necesidad de mejora (como pasa en otras titulaciones).
- En cuanto a las competencias específicas del subámbito de Comunicación, 4 de cada 10 empresas consideran que existe un déficit de formación en la capacidad para comunicar de manera efectiva, en la capacidad para idear, planificar y ejecutar proyectos comunicativos y en la capacidad para exponer de forma razonada ideas y argumentos.
- A pesar de las necesidades de mejora, el colectivo empleador está satisfecho con las competencias de las personas recién tituladas a las que ha contratado (7,1 sobre 10).
- El 72% de las empresas han colaborado con las universidades mediante ofrecimiento de prácticas a los estudiantes. Además, 1 de cada 4 ha contratado a personas graduadas a través de las bolsas de trabajo. Su satisfacción con estos servicios es de 7,1 sobre 10.
- Casi la mitad de las empresas prevén un aumento del empleo cualificado gracias a su expansión.
- Las competencias que adquirirán más importancia en el sector de la comunicación están relacionadas con las TIC (comunicación digital, periodismo digital, redes sociales, etc.).

*La opinión del colectivo empleador sobre la formación de las personas tituladas en
Comunicación*

- En cuanto a la evolución de los empleos, irán en aumento todos aquellos relacionados con las TIC y el marketing, mientras que irán en descenso los relacionados con la administración y el periodismo tradicional.

FICHA TÉCNICA

Encuesta a los empleadores

| | |
|-------------------------------|---|
| Población | Organizaciones susceptibles de poder haber contratado a personas recién tituladas en las universidades ubicadas en Cataluña en los últimos tres años ² |
| Período de la encuesta | Encuesta en línea: del 26/02/2018 al 16/03/2018 Encuesta telefónica: del 27/06/2018 al 5/07/2018 |
| Tipo de encuesta | En línea y telefónica |
| Duración media de la encuesta | Encuesta telefónica: 14' 59'' |

| | Población | Muestra | Tasa de respuesta | Error muestral |
|--|-----------|---------|-------------------|----------------|
| Organizaciones que potencialmente eran del sector de la comunicación | 2.799 | 112 | 4% | 9% |
| Total de organizaciones | 30.018 | | | |

Encuesta de satisfacción (2017)

| Enseñanza (población graduada en 2015, 2016 y 2017) | Población | Muestra | Tasa de respuesta | Error muestral |
|---|-----------|---------|-------------------|----------------|
| Comunicación Audiovisual | 1.906 | 453 | 24% | 4% |
| Periodismo | 1.151 | 172 | 15% | 7% |
| Publicidad y Relaciones Públicas | 1.199 | 333 | 28% | 5% |

Encuesta de inserción laboral (2017)

| Enseñanza (población graduada en 2013) | Población | Muestra | Tasa de respuesta | Error muestral |
|--|-----------|---------|-------------------|----------------|
| Comunicación Audiovisual | 456 | 237 | 52% | 5% |
| Periodismo | 566 | 296 | 52% | 4% |
| Publicidad y Relaciones Públicas | 628 | 280 | 45% | 4% |

² La mayoría de los contactos de las organizaciones provienen de las bolsas de trabajo de las universidades catalanas.

EQUIPO DE REDACCIÓN

Redacción

Sandra Nieto Viramontes

Gestora de proyectos del Área de Internacionalización y Generación del Conocimiento

Anna Prades Nebot

Gestora de proyectos del Área de Internacionalización y Generación del Conocimiento

Colaboración

Martí Casadesús Fa

Director

Agència per a la Qualitat del Sistema Universitari de Catalunya
Junio de 2019 · AQU-19-2019



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

 www.aqu.cat

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