

Treball de fi de grau

Títol

**Missió: trobar feina després de la universitat,
creació d'un servei**

Autor/a

Aida Fuentes Picazo

Tutor/a

Josep Maria Martí Martí

| | |
|--------------|--|
| Departament | Departament de Publicitat, Relacions Públiques i Comunicació Audiovisual |
| Grau | Comunicació Audiovisual |
| Tipus de TFG | Recerca |
| Data | 02-06-2015 |

Full resum del TFG

Títol del Treball Fi de Grau:

Català:

**Missió: trobar feina després de la universitat,
creació d'un servei**

Castellà:

Misión: encontrar trabajo después de la universidad,
creación de un servicio

Anglès:

Mission: to find a job before university,
the creation of a service

Autor/a:

Aida Fuentes Picazo

Tutor/a:

Josep Maria Martí Martí

Curs:

4t

Grau:

Comunicació Audiovisual

Paraules clau (mínim 3)

Català:

Oportunitat, Comunicació, Laboral

Castellà:

Oportunidad, Comunicación, Laboral

Anglès:

Opportunity, Communication, Labour

Resum del Treball Fi de Grau (extensió màxima 100 paraules)

Català:

Aquest és un treball de projecte en el que es crea un servei tipus borsa de treball. No obstant això, té diferents característiques que el fan diferent: és un servei específic per estudiants de comunicació, apte per a membres de totes les universitats catalanes i que a més potencia les habilitats dels joves.

Castellà:

Este es un trabajo de proyecto en el que se crea un servicio tipo bolsa de trabajo. Sin embargo, tiene diferentes características que lo hacen distinto: es un servicio específico para estudiantes de comunicación, apto para miembros de todas las universidades catalanas y que además potencia las habilidades de los jóvenes.

Anglès:

This is a project essay in which a service is created. This service is like an employment agency but with some differences. It is an specific service for communication students, suitable for members of the different catalan universities and, in addition, it improves people's skills.

Compromís d'obra original*

L'ESTUDIANT QUE PRESENTA AQUEST TREBALL DECLARA QUE:

1. Aquest treball és original i no està plagiat, en part o totalment
2. Les fonts han estat convenientment citades i referenciades
3. Aquest treball no s'ha presentat prèviament a aquesta Universitat o d'altres

I perquè així consti, afegeix a aquesta plana el seu nom i cognoms i el signa:

Aida Fuentes Picazo

*Aquest full s'ha d'imprimir i lliurar en mà al tutor abans la presentació oral

*A en Martí, per haver-me ajudat en aquest procés i per ser un dels professors més
competents que conec.*

A la meva mare, per ser la meva amiga i per haver patit tant com jo aquest treball.

*A la meva parella, que tot fent aquest projecte i els altres mil que tinc entre mans l'he
deixat una mica de banda.*

*I a tu que llegeixes aquest treball, perquè vol dir que et preocupa tant com a mi el futur
dels estudiants.*

Missió: trobar feina després de la universitat. Creació d'un servei.

| | | |
|----------|--|-----------|
| 1 | Introducció | 7 |
| 1.1 | Presentació | 7 |
| 1.2 | Motius i justificació | 9 |
| 1.3 | Objecte d'estudi | 10 |
| 1.4 | Objectiu de l'estudi | 10 |
| 1.5 | Pertinença professional | 10 |
| 1.6 | Criteris metodològics | 11 |
| 1.7 | Panoràmica de l'estudi | 11 |
| 1.8 | Context | 12 |
| 2 | Descripció de la idea de negoci | 16 |
| 2.1 | Característiques del servei | 17 |
| 2.2 | Target | 19 |
| 3 | Garanties d'èxit | 21 |
| 3.1 | Estudi de mercat: els estudiants | 21 |
| 3.1.1 | Conclusions | 26 |
| 3.2 | Estudi de mercat: els serveis semblants existents | 26 |
| 3.2.1 | Treball Campus, Universitat Autònoma de Barcelona | 27 |
| 3.2.2 | Campus Treball, Universitat Pompeu Fabra | 31 |
| 3.2.3 | FeinaUB, Universitat de Barcelona | 34 |
| 3.2.4 | Borsa de Treball de la Universitat de Girona | 37 |
| 3.2.5 | Borsa de Treball Blanquerna | 39 |
| 3.2.6 | Conclusions | 45 |
| 3.3 | Eficàcia d'aquests serveis | 47 |
| 3.3.1 | Estudi de diferents gràfiques | 47 |
| 3.3.2 | Conclusions | 49 |
| 3.4 | Estudi de mercat: les empreses | 49 |
| 3.4.1 | Entrevista a un mitjà local | 49 |
| 3.4.2 | Entrevista a un mitjà nacional | 51 |
| 3.4.3 | Conclusions | 53 |
| 3.5 | Crítica al sector | 53 |
| 3.5.1 | A l'informe de l'AQU | 53 |

Treball de Fi de Grau

| | | |
|------------|---|-----------|
| 3.5.2 | Al buit legal que hi ha entorn la figura del becari i l'estudiant en pràctiques | 57 |
| 3.5.3 | Conclusions | 59 |
| 4 | C. Desenvolupament del projecte | 59 |
| 4.1 | Concreció de les especificitats | 59 |
| 4.1.1 | La diferència de MUNDÈSI en el sector | 59 |
| 4.1.2 | Oferta formativa | 60 |
| 4.1.3 | Potencialitat de les habilitats | 62 |
| 4.1.4 | Les empreses | 64 |
| 4.1.5 | Conclusions | 64 |
| 4.2 | Parts implicades | 65 |
| 4.2.1 | Organització | 65 |
| 4.2.2 | Recursos humans | 66 |
| 4.2.3 | Consultors externs | 66 |
| 4.3 | Tipus d'empresa que engegarà el servei | 67 |
| 4.4 | Pla productiu | 68 |
| 4.4.1 | Infraestructura | 68 |
| 4.4.2 | Model organitzatiu | 69 |
| 4.4.3 | Necessitats de personal propi i característiques contractuals | 69 |
| 4.4.4 | Sistema de funcionament | 70 |
| 4.5 | Pla de negoci | 71 |
| 4.5.1 | Inversió | 71 |
| 4.5.2 | Ingressos | 72 |
| 4.5.3 | Despeses | 74 |
| 4.5.4 | Resultat | 74 |
| 4.5.5 | Ajudes i subvencions | 75 |
| 4.6 | Pla de màrqueting i comercial | 76 |
| 4.6.1 | Accions per les empreses | 76 |
| 4.6.2 | Accions pels estudiants | 77 |
| 4.6.3 | Conclusions | 77 |
| 5 | Disseny de la plataforma web | 77 |
| 6 | Conclusions finals | 82 |
| 7 | Bibliografia | 83 |
| 8 | Annex | 88 |

1 Introducció

1.1 Presentació

El que es pretén és desenvolupar un servei tipus borsa de treball que consisteix en oferir possibilitats en el mercat laboral als estudiants de graus relacionats en l'àmbit de la comunicació. Hom podria pensar que el que es vol crear és una plataforma tipus Treball Campus (UAB), és a dir, un mediador de currículums i convenis entre empreses i estudiants. No és ben bé així. Més endavant es detallaran les diferències entre aquest tipus d'empreses i la plataforma que aquí es presenta. En primer lloc puntualitzar que el servei estimula les capacitats professionals dels inscrits, traient de cada alumne el millor d'ell mateix per així cobrir un doble objectiu: assegurar a l'empresa una mà d'obra amb potencial, i demostrar als graduats que el seu futur, si valen, és prometedor. Es vol enfortir la seva orientació professional, mitjançant un bon assessorament, per tal que les persones que es graduen tinguin un coneixement realista de les seves competències per trobar feina. Es pretén crear un servei adreçat als estudiants d'àrees de la comunicació de tot Catalunya disponible en un principi a Internet (tot i tenir una seu a Girona). De totes maneres, la voluntat és que el projecte creixi i pugui estar a prop dels diferents centres universitaris catalans. Comptaria amb la col·laboració del Consell de l'Audiovisual de Catalunya i d'altres institucions com La Corporació Catalana dels Mitjans Audiovisuals o la mateixa Generalitat a més d'altres petites i mitjanes empreses i de grans holdings en el món de la comunicació. L'objectiu del que segueix a continuació: conèixer els joves per crear una xarxa sòlida i formal d'oferta de treball en la que es valori el nou treballador que surt de la universitat i en la que aquest mateix graduat senti que pot iniciar un camí professional més o menys pròsper en aquest que ha escollit ser el seu entorn de treball.

Per què més o menys pròsper? Perquè no es poden inventar ofertes de treball si no n'hi ha. No es poden fer aparèixer ofertes laborals, però sí millorar la ocupabilitat, que és la probabilitat d'un treballador de trobar un lloc de feina. Tot i això, aquest projecte també pretén ser una eina d'autocrítica amb els mitjans. Arribats al punt on estem, molts factors que desestabilitzen el futur dels graduats en comunicació s'atribueix a la crisi a una crisi que vegades s'utilitza aquest context econòmic de forma abusiva. No es diu que la davallada econòmica no hagi deixat petjada en el sector, de fet més

endavant a l'apartat de *context* es veurà com la crisi ha afectat a la comunicació i mitjans.

Per què ha de ser una eina d'autocrítica? Segons *Luz y taquígrafos*, la revista del Sindicat de Periodisme de Madrid, hi ha tres tipus de periodistes.

1. ***Una part que és imprescindible***, formada per periodistes molt disputats, que la competència et vol treure i que la vols treure als altres, amb moltes fonts, bona presència i nom, molta capacitat d'investigació, que estan molt ben pagats i que viuen bé en totes les redaccions. Aquest col·lectiu és l'Star System de la comunicació, és cert que són professionals que tenen molt de nom, però no sempre tenen tanta capacitat de treball i són tant competents com es vol fer creure. Per experiència personal, hi ha alguna d'aquestes estrelles que van aparèixer en el moment just en el lloc adequat i ara estan situats on estan.
2. ***L'altra part són periodistes que fan bé la seva feina però que no són imprescindibles***, pots trobar a altres que facin exactament de la mateixa manera la seva feina, periodistes que no aporten al mitjà aquell valor afegit que el lector busca. Altre cop, i permeteu-me que torni a fer referència a la meua humit experiència professional, són els que fan que l'estrella brilli de veritat. No sempre és així, hi ha referents que realment són grans professionals i que han treballat per estar allà on són ara. Tornant a la classificació de periodistes, aquests tenen moltes dificultats per passar al primer grup.
3. ***L'altra tercera part va rotant permanentment***, és un grup en el que abans hi havia periodistes i ara hi ha molts becaris. És, en part, contra el que vol lluitar aquest treball. Tal com titula el mateix número de *Luz y taquígrafos* els becaris són un frau massiu a la llei, són mà d'obra barata, gratis y va totalment en contra als drets humans de les persones i els treballadors.

Feta aquesta aportació, vull fer especial esment en que aquesta informació i reflexió ha estat extreta d'una font, una en concret, de les moltes que denuncien la mateixa situació.

Sigui com sigui, i després d'aquesta reflexió, la meua tasca no consisteix en crear ofertes de treball com deia. Tan de bo! Però no es poden demanar peres a un figuer. El servei que proposo consisteix en preparar als graduats per tenir més probabilitats de

trobar feina i oferir a les empreses que busquin un nou treballador un servei òptim i, de retruc, garantir el futur professional dels estudiants en el món de la comunicació.

1.2 Motius i justificació

El treball que presento és de projecte. La seva voluntat és molt clara: és un estudi que vol ajudar a trobar feina després de la universitat. Davant del desolador panorama actual, molts estudiants, per no dir la majoria, acaben sense feina amb el grau a sota el braç. Jo sóc una noia molt activa, positiva, treballadora i que necessita sentir-se realitzada. Això passa per tenir una feina que em faci **feliç**. Avui en dia això ha passat a un terme secundari, terciari potser. Jo em nego a que la mala gestió política, d'universitats i empreses així com el moment actual passin factura en les meves aspiracions. Em considero totalment capaç de fer un bon paper en una empresa, de tenir un càrrec de responsabilitat, d'aportar un bon ambient de treball, i de transmetre la confiança i seguretat que molts treballadors han perdut. El meu treball de fi de grau és molt subjectiu, perquè va lligat a la meva personalitat i manera de ser, així com a les meves necessitats. Això no necessàriament és negatiu, al contrari! Ha suposat un punt extra que m'ha fet implicar-me més en el projecte. Tot i que destil·lo positivisme, i no m'amago alhora de dir-ho, sóc conscient de que és important tenir els peus a terra. Penso que aquest projecte que passa per la creació d'un servei, podria funcionar si es dugués a terme. De no ésser així, continuaré perfilant la fórmula, per tal que tots trobem el nostre lloc en el món en què hem triat viure i moure'ns. D'aquesta manera segur que sabré trobar allò que busco i que vull per la resta, tard o d'hora. Un cop un professor em va dir que per aconseguir un bon lloc de treball calen tres coses: Esforç, talent, i sort. Estic totalment disposada a buscar aquesta sort, amb tot el meu esforç i essència, que per definició és positiva, i a potenciar tot el talent que tinc i fer-lo créixer, perquè finalment no sigui aquest aspecte el que em privi d'aconseguir tot allò que vull. Aquesta és l'essència del projecte. Pot sonar molt ambiciós tot plegat, però només vull ajudar a persones com jo a trobar feina, una feina en aquest món que ens fa vibrar. Al capdavall, d'això va la vida, de fer el que realment ens omple.

1.3 Objecte d'estudi

L'objecte d'estudi són els joves, en el punt de mira hi ha els estudiants, persones com jo. Són el motor de tot plegat. Cal conèixer aspectes quantitius: quants joves podrien ser el nostre client exponencial i altres criteris qualitius: les seves necessitats, les seves inquietuds i aspiracions.

Val a dir, però que el que es presenta és una llavor. Si finalment el projecte es fes realitat, aquest objecte d'estudi s'ampliaria molt més: s'hauria d'estudiar l'entorn tenint en compte les empreses i els mitjans per saber que es respira en aquest que és l'altre extrem del servei: com són les empreses, com seleccionen el personal, de quina manera ocupen les places de treball, etc.

Ara per ara, com que de moment s'està dissenyant aquesta petita llavor, el primordial és saber si tindria cabuda o no en el món actual. La resposta afortunadament ha estat positiva, més endavant veuré'm com ha reaccionat el nostre objecte d'estudi, és a dir els joves, davant de la proposta del servei.

1.4 Objectiu de l'estudi

L'objectiu és conèixer les inquietuds dels joves per potenciar les seves habilitats, l'autoestima i la seguretat en ells mateixos per tal que puguin trobar feina. Després, un cop aconseguit aquest objectiu, la missió és: trobar feina després de la universitat!

Es veurà que el servei que es proposa es una especialització dintre el subsector de la comunicació, que no entén de fronteres universitàries i que es basa en el tracte personal i individualitzat dels alumnes.

1.5 Pertinença professional

Aquest treball està íntimament lligat amb la Comunicació Audiovisual, el grau que estic acabant, per diverses raons:

- Es **preocupa** pels joves que acaben Comunicació Audiovisual i altres graus relacionats.
- **Defensa** els drets del target per tal que puguin tenir un futur millor.
- **Estimula i potencia** les habilitats dels futurs professionals del sector de tal manera que millora la qualitat del món comunicatiu.

Què hi ha més pertinent en un sector professional que procurar pels drets dels treballadors del mateix i per la seva qualitat de vida professional i per tant personal?

1.6 Criteris metodològics

Per aconseguir la fita marcada s'han seguit diferents criteris metodològics.

- Per saber la opinió dels joves i poder-la quantificar s'ha treballat una **enquesta** que ha obtingut un resultat simbòlic que ha servit per saber si el servei tindria o no tindria ús.
- Per conèixer la resta d'oferta de plataformes que ajuden als joves a trobar feina s'han fet **entrevistes qualitatives** i s'ha fet una recerca a les seves pàgines web principals (és el cas de Treball Campus de la UAB, Campus Treball a la UPF, així com d'altres plataformes del tipus Tic Laude entre d'altres). Afortunadament no s'ha trobat cap sistema amb la mateixa filosofia, objectiu i manera de funcionar.
- També s'han fet **entrevistes qualitatives** a diferents responsables de mitjans de comunicació, per saber que es respira també des de l'altre extrem del servei que es presenta.
- Saber en quin context es treballa és molt important. És per això que s'ha destinat un apartat a estudiar com ha anat evolucionant la inserció laboral dels alumnes els últims anys. El darrer informe de l'Agència per la Qualitat del Sistema Universitari de Catalunya ha estat un punt de recolzament important tot i que també es rebaten algunes dades. **L'estudi de bibliografia relacionada** ha estat la manera de treballar aquest punt i complimentar-ne d'altres.

1.7 Panoràmica de l'estudi

Per tal de veure de què tracta l'estudi a simple cop d'ull, a continuació una panoràmica:

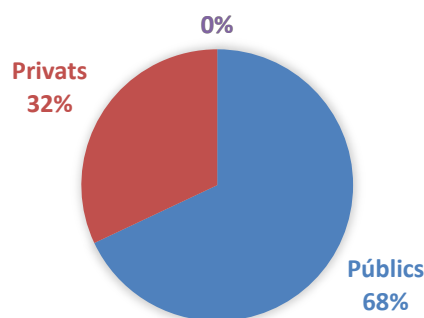
- Un **context** de la situació de la inserció laboral dels joves comunicadors donarà a entendre el lector la necessitat del servei.
- La **descripció de la idea de negoci** donarà més pistes de les característiques del servei i del target al que es dirigeix.

- Mitjançant un **estudi de mercat** que engloba estudiants, altres serveis i empreses, s'argumentarà com el projecte pot tenir èxit si es materialitzés.
- Com bé s'ha comentat més amunt, la **crítica al sector** és important. Dades acadèmiques i objectives donen suport a la crítica.
- Un **pla de negoci** és fonamental per saber la viabilitat d'una empresa.
- Ja que tot plegat començarà a Internet, es dissenyarà la **plataforma web** per tal d'il·lustrar tot el que s'haurà explicat fins llavors.

1.8 Context¹

A Catalunya hi ha onze universitats que imparteixen graus relacionats amb la comunicació. El 68% d'aquests centres són públics, i el 32% són privats.

TITULARITAT DELS CENTRES



FONT: Informe AQU 2014

La crisi econòmica es va iniciar cap a l'any 2007 i va afectar principalment al sector financer i de la construcció. De retruc, també es van veure afectats altres sectors econòmics com és el cas de l'educatiu, tot i que en diferent mesura. L'any 2010 es va afegir també la crisi de la prima de risc i de l'euro, que va contribuir en empitjorar la contractació en el sector públic. Alguns informes distingeixen entre dues crisis consecutives: la del 2007-2009 i la del 2009-2012. Per als graduats universitaris aquest segon període ha estat pitjor que el primer, mentre que pels que no tenien estudis universitaris, el deteriorament va ser més gran en la primera de les davallades. Així en promocions universitàries del 2009-2010, l'efecte de la crisi es va notar molt més que en passades promocions com és el cas de la del 2007.

¹ Aquest apartat s'ha escrit majorment amb les dades de l'Estudi de la inserció laboral de la població titulada de les Universitats catalanes (AQU) del 2014.

En els darrers anys, degut a la crisi econòmica, l'índex d'atur i ocupació ha variat arribant a proposar un futur incert. El sector econòmic és un element determinant en la inserció laboral.

El desgavell econòmic ha provocat molts canvis:

- La **inestabilitat laboral** ha crescut.
- La **taxa d'ocupació** és més baixa, arribant a constituir una diferència d'un 9'79% respecte al 2008; i la **taxa d'atur** ha augmentat 8'79 punts, passant del 3'10% al 2008, al 7'64% al 2011 i al 11'89% el 2014.
- A més augmenta l'atur i disminueix la ocupació (fins a 11 punts percentuals menys en el sector públic).
- Es disminueixen els **contractes de jornada completa i fixos** (disminuint en un 10% i afavorint els contractes temporals).
- La **qualitat d'inserció laboral** també disminueix notablement, perquè cada cop es requereixen menys feines amb funcions de nivell universitari degut a la mínima adequació (el títol universitari no és un requeriment). Tot i això un 83% de les persones graduades en actiu es troben en ocupacions que requereixen un nivell de competències alt.²
- Una altra dada: en els últims temps, degut també a la crisi, han augmentat el nombre de **persones becades** tres anys més tard de finalitzar la carrera. Això vol dir que un cop tancat l'expedient acadèmic, anys més tard, els estudiants encara no han trobat la feina definitiva i l'estabilitat econòmica perquè es treballa sense remuneració. Aquest percentatge ha augmentat del 6'78% al 2011 al 9'23% al 2014³. Referent a això cito les paraules d'Agustín Yanel, secretari general del Sindicat de Periodistes de Madrid: "Sobre la cuestión becarios, un dato inicial: cada vez hay más. Han aumentado considerablemente las facultades, públicas y privadas, que imparten periodismo, ciencias de la comunicación, audiovisual y están haciendo que las prácticas sean obligatorias

² Aquesta és una dada proporcionada també per l'estudi de l'AQU que juntament amb altres xifres debatré més endavant, ja que hi ha algunes informacions que trobo incoherents amb el context que es presenta.

³ Trobo que aquest percentatge és poc representatiu del món de la comunicació, tot i això, com que no tinc manera de demostrar-ho i l'informe de l'AQU és oficial, el deixaré exposat en aquest apartat confiant en que sigui provat.

Incluso para captar alumnos, publicitan en qué medios harán prácticas” (Luz y Taquígrafos: 3, diciembre 2007).

Si bé, el context actual és d'incertesa i no permet fer prediccions a llarg termini sobre el futur professional de les carreres; la preparació de les persones graduades i la capacitat de gestionar la seva carrera professional en aquesta situació són els principals actius que tindran els futurs estudiants universitaris per afrontar un context canviant. Cal enfortir l'assessorament cap a la orientació professional per tal que els joves sàpiguen gestionar la seva carrera en un context d'incertesa: han de ser flexibles per adaptar-se al nou panorama i identificar inversions estratègiques de formació per enriquir-se. Per tot plegat, els universitaris han de conèixer el context on es troben.

Aquestes dades podrien decebre els joves que podrien decidir deixar d'estudiar, però el cert és que les dades provinents de les estadístiques de l'AQU, indiquen que com més estudis es tenen més probabilitat hi ha de trobar una feina més ben remunerada:

- Així, l'any 2014 la **taxa d'ocupació** de les persones amb estudis superiors duplicava la de les persones amb estudis primaris.
- I és que la crisi ha incrementat el **valor afegit de l'educació en les taxes d'atur i ocupació**. L'any 2008, hi havia una diferència de 7 punts percentuals inferiors entre la taxa d'atur de persones amb títol universitari i entre les que no tenien aquests estudis. Al 2014 la diferència és de 18 punts percentuals menys.

Des del darrer informe de l'AQU al 2011, l'atur ha augmentat i la inactivitat també. La taxa de treball a temps complet ha notat una davallada de 10 punts.

Si bé en temps de bonança econòmica disminuïen les contractacions en el sector privat, ara passa totalment el contrari. Un 78% dels graduats que treballen ho fan en el sector privat. És una bona dada per enfocar el projecte.

A continuació, es veuran casos pràctics d'incidències d'empreses que s'han vist afectades per la crisi, que en són moltes:

- La direcció d'Atresmedia Televisió va comunicar el 24 de gener del 2014 l'**acomiadament** de 17 treballadors, a més El fet que el 6 de maig de 2014 9 canals de la TDT deixessin d'emetre després del requeriment del Ministeri de la Indústria en el compliment d'una sentència del Tribunal Suprem va fer que la mateixa empresa acomiadés 26 persones més.
- Al diari El País, de Prisa, es van produir 23 **baixes** més.

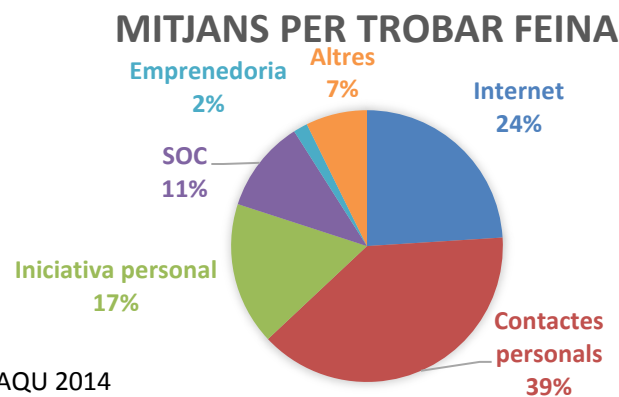
- A l'Agrupació de Serveis d'Internet i Premsa (ASIP), l'empresa que presta serveis de producció i administració a El País, Ás, Cinco Días i Prisa Revistas, es va produir un **ERE** que va suposar 56 baixes, 35 prejubilacions i 15 reubicacions.
- A la Cadena SER, es va aprovar una **baixa salarial** d'un 7% davant l'amenaça de 300 **acomiadaments**.
- A As el diari esportiu de Prisa, es va aprovar una **baixada salarial** d'un 1%.
- A Prisa Tv, antic Sogecable, el holding audiovisual del grup, es va pactar una **rebaixa salarial** del 10% a canvi de mantenir el conveni col·lectiu. D'altra banda, a principis de juny, Prisa va firmar la **venta** del 56% de Canal + a Telefònica per 750 milions d'euros. Així telefònica s'ha convertit en el principal operador de televisió de pagament a Espanya.
- A finals de 2013, el grup Intereconomia va **tancar** el seu diari imprès La Gaceta. A més de la sortida de 28 periodistes que quedaven a la redacció després de 2 ERE, l'expedient d'extinció de treball va incloure l'acomiadament d'altres 8 professionals que treballaven per la web. així el seu **tancament** va suposar l'**acomiadament** de 36 treballadors.
- La cadena COPE es manté amb una **reducció salarial** del 10% de mitja des del 2013.
- A més, molts mitjans com els diaris gratuïts (i d'altres tipus de mitjans): Qué!, ADN, Metro, 20 minutos i molts altres han acabat **desapareixent** o **tancant delegacions** arreu de la península.

Totes aquestes dades (tot i que hi ha molts més exemples d'incidències) han estat extretes de l'Observatori de l'Associació de Premsa de Madrid pel seguiment de la crisi. L'estudi va començar l'1 de juny del 2008 i es va finalitzar el 10 d'octubre del 2014. És cert que són dades de la capital del país (on de fet hi hauria d'haver més volum de feina per ser la capital), però són la mostra de la destrossa que ha fet la crisi, que ha afectat a totes les comunitats, a Catalunya també.

“La situació, doncs, és molt delicada. Només el 2012 s'han destruït més de 3.670 llocs de treball, i s'esperen més ERO per als propers mesos. Gairebé un 50% dels acomiadaments dels darrers quatre anys -8.300 des de 2008- s'han executat el 2012. I les previsible fusions de grups empresarials empitjorarien la situació. Segons la FAPE,

només en els mitjans escrits, 6.271 periodistes van perdre la feina entre 2008 i 2012 a l'Estat. Per la seva part, en les ràdios privades l'índex d'ocupació ha caigut un 3% des de 2008" (Coll:4, 2013).

L'última enquesta de Població Activa (EPA), la corresponent al primer trimestre del 2015, situa al taxa d'atur a Catalunya en el 20'05% fins a assolir els 758.000 aturats, davant del 23'78% del conjunt d'Espanya. En el cas d'estudiants universitaris la taxa d'atur és inferior: l'11% de les persones graduades estan a l'atur i un 30% d'aquestes fa més d'un any que busquen feina. Són el client potencial del servei. Segons dades del mateix estudi de la inserció laboral de la població titulada de les universitats catalanes (AQU), els principals mitjans per trobar feina són:



Coneixent ja aquest context, salta a la vista que els estudiants del ram de la comunicació són professionals amb talent, que naveguen a contracorrent millorant les taxes d'ocupació tot i la crisi, però cal que tinguin un impuls per acabar d'ocupar-se en el sector. Amb MUNDËSI l'ajudem.

2 Descripció de la idea de negoci

NOM DEL SERVEI I DE L'EMPRESA QUE EL SUSTENTA: MUNDËSI

TIPUS DE SERVEI: Borsa de treball especialitzada.

TARGET: Joves graduats de les facultats de comunicació del territori català.

DIFERENCIACIÓ AMB LA RESTA DE SERVEIS: Només es tracten casos del ram de la comunicació, es fa un seguiment molt exhaustiu i personal als estudiants i a més s'ofereix un servei per potenciar les habilitats professionals de cada un per millorar la ocupabilitat.

2.1 *Característiques del servei*

El servei es diu MUNDËSI. Per què aquest nom? És la traducció a l'albanès de la paraula OPORTUNITAT, perquè el que es vol és promoure oportunitats d'entre els graduats. A més també evoca la paraula Món pel que faria referència al fet que el servei no té fronteres (pel que fa la dificultat de l'objectiu que es pretén assolir, i pel que fa les fronteres estrictament universitàries).

Les seves característiques són les següents:

- És molt important que s'entengui i que quedi clar que MUNDËSI passa per una **especialització dintre del subsector de la comunicació**. Això, de per sí, ja és una novetat que no té cap a altre borsa de treball de cap universitat. A més, és apta per als **estudiants de qualsevol centre educatiu**. Actualment les diferents borses de treball són exclusives per l'alumnat del centre en qüestió (a excepció de serveis com el de la borsa de treball de la universitat de Girona que ofereix a ja titulats de diferents universitats inscriure's en la borsa gratuïtament. Això és perquè hi ha empreses que els demanen professionals fora de la seva oferta formativa). En el nostre cas MUNDËSI ha de convertir-se en una plataforma de referència per trobar feina dins el sector comunicatiu sigui quina sigui la universitat de procedència del graduat, un referent pels alumnes: una porta a on picar quan no saben a on anar, però també un punt de recolzament per les empreses que busquen incorporar nous perfils a la plantilla.
- Una altra de les seves característiques principals és la **descoberta de talent dels joves**, fet que també fa atractiu el servei per ambdues parts implicades: alumnes i empreses.
- Una premissa contra la qual també es vol batallar és la idea actual de les pràctiques. No és nou que **molts convenis de pràctiques són un abús** i una violació a la dignitat de les persones i els professionals de la comunicació (i que, casualment ha augmentat amb la crisi). Aquí no es vol fomentar això: sous invisibles per jornades de treball extenses. No es pot viure de l'aire! Amb aquest servei **tothom ha de cobrar: target i treballadors**.
 - Però s'ha d'especificar, i per això no es va en contra d'aquesta premissa, que es poden fer **pràctiques puntuals** en empreses per **avaluar** les

capacitats d'un alumne (tot i això serien proves pràctiques, no treball gratis, perquè darrere hi hauria quelcom que l'alumne s'enduria: un **informe** de les seves pròpies capacitats i habilitats, a més d'un **portfoli** amb la feina realitzada.

- Aquestes estades durarien **poc**: unes quantes setmanes com a molt, perquè tenen l'objectiu només d'avaluar els joves, d'aquesta manera aprendran diferents maneres de treballar i rebran l'avaluació de les pròpies capacitats de la mà objectiva d'un professional.
- No totes les empreses tenen la mateixa manera de funcionar i la mateixa manera d'entendre les pràctiques. Els **mitjans locals** fan servir les pràctiques per conèixer els perfils i després contractar-los si s'escau, difícilment agafen algú que no hagi fet pràctiques abans a l'empresa (això s'ha descobert gràcies a l'entrevista amb un director d'una televisió local, més endavant es desenvoluparan les conclusions). En canvi les **grans empreses**, tipus Cadena Ser, és més fàcil que contractin algú mitjançant una borsa de treball i si és el cas de MUNDËSI, **estalviant-se el procés de selecció** i amb la **garantia** de contractar un bon professional. Per tant, les pràctiques com a **prova pràctica** es durien a terme a petites empreses locals, per després oferir aquests estudiants formats i capacitats a les grans empreses.

És una bona manera d'estimular-los i donar-los seguretat i ganes de tirar endavant. Juntament amb aquestes pràctiques, que servrien per realitzar unes tasques molt concretes, se'ls proporcionaria, com es deia, un portfoli, perquè és una bona manera d'ampliar i enriquir un currículum. A més (segons informe de l'AQU) la principal raó per la qual molts joves no troben feina és la manca de pràctica professional. Aquesta vessant del servei serveix per remeiar precisament això.

- La plataforma es finança amb un **tant per cent dels sous** dels alumnes que s'aconsegueixi inserir en el món laboral, i també amb la **oferta formativa** que s'ofereix, al pla de negoci es desenvoluparà aquest apartat.

2.2 Target

MUNDËSI està pensat especialment per joves que surten amb títol de les facultats de comunicació. Tot i això, ja que és un pont entre el món laboral i l'acadèmic, també és una eina per les empreses que busquen gent competent per treballar i lliure de mals hàbits. És a dir, si sóc un empresari puc trobar oportú utilitzar aquest servei per contractar a un professional que s'adaptarà perfectament al tarannà de la meua empresa. No es fa aquesta afirmació a la lleugera: una característica del servei i que el fa especial és la **garantia de seguretat** de la plataforma cap als mitjans que el treballador que es contracti segur que encaixarà a l'empresa amb un alt rendiment. I és que és MUNDËSI qui fa el procés de selecció, i els professionals treballaran per MUNDËSI (això es detallarà més endavant). Es pot oferir aquesta garantia perquè prèviament s'haurà treballat amb tots aquests futurs professionals. Quina és la principal demanda que es cobreix? La necessitat dels estudiants de trobar feina després de la universitat. Sembla un somni, una utopia o un impossible, però realment hauria de ser un dret.

- **La definició de l'usuari principal:** noi o noia jove, amb poca experiència professional però amb una base acadèmica sòlida, amb ganes d'aprendre i amb una gran capacitat per assolir conceptes pràctics i de convertir-se en objecte d'un intercanvi profitós per l'empresa i pel propi usuari.
- **La definició de l'usuari del món empresarial que també està interessat:** empresa del món de la comunicació que busca cobrir una vacant, amb garanties d'èxit, amb un professional que pugui adaptar-se a les necessitats del lloc ofert sense la contaminació d'hàbits d'altres empreses.

Tenint en compte el nombre d'estudiants graduats que surten de les facultats de comunicació a tot Catalunya, la dimensió del grup de possibles usuaris és molt gran. A Catalunya tenim onze universitats que imparteixen el grau específic en Periodisme o titulacions amb afinitats. Són les següents:

- Universitat Autònoma de Barcelona
- Universitat Pompeu Fabra
- Universitat Ramon Llull
- Universitat Internacional de Catalunya

Treball de Fi de Grau

- Universitat Rovira i Virgili
- Universitat de Vic
- Universitat Abat Oliba
- Universitat de Lleida
- Universitat de Girona
- Universitat de Barcelona
- Universitat Oberta de Catalunya

Si es tenen en compte les dades publicades al juny del 2013 en la *Ponència per la diagnosi i l'elaboració de recomanacions sobre els estudis de Periodisme a Catalunya* coordinada per la Universitat Pompeu Fabra, en el curs 2012-13 el sistema universitari català oferia 2.295 places en graus relacionats en àmbits de la comunicació.

Per tant, tal com diu el mateix document: “aquesta xifra és completament suficient i (...) qualsevol increment en l’oferta de places, sigui directament en els graus esmentats o en titulacions de nova planta amb les mateixes o similars sortides professionals, anirà totalment en contra les possibilitats d’inserció laboral dels futurs titulats” (2013:9).

Finalment es van demandar 1.504 places, menys de les que s’ofertaven: hi havia titulacions d’universitats determinades amb un excés de demanda, i també hi havia ofertes per part de les universitats que no es van acabar d’omplir i per tant no es van impartir. Orientativament la promoció del 2012-13 va llençar al mercat laboral 1.504 graduats, dels quals 545 són periodistes (segons l’ *Anàlisi de l’estat actual de la professió periodística a Catalunya, oportunitats en el sector i necessitats de formació*). De tots aquests 1.504 joves un 11% podrien ser aturats (segons les dades del 2014 de l’AQU). Aquest tant per cent suposa **165 persones**. Aquest és el públic potencial al qual ens dirigim.

Val a dir, que segons el resum publicat pel Col·legi de Periodistes de Catalunya de l’estudi que va liderar Josep Lluís Micó⁴ es diu que la oferta és excessiva, sobretot pel que fa periodistes, no és tant extrema la situació amb els comunicadors. Hi ha hagut un increment progressiu d’estudiants (al 2000 hi havia 1.245 estudiants només de periodisme, al 2010 ja n’eren 2.532), “que ha vingut acompanyat d’una disminució del grau

⁴ *Anàlisi de l’estat actual de la professió periodística a Catalunya, oportunitats en el sector i necessitats de transformació*. És un estudi que va recaure en Digilab, Media, Strategy and Regulation de la Facultat de Comunicació Blanquerna (Universitat Ramon Llull), sota la direcció de Josep Lluís Micó, director del grau de Periodisme.

d'inserció laboral dels titulats al llarg de la última dècada. És a dir, que aquest augment de places als estudis de periodisme no responia a les necessitats de la realitat social i empresarial, assegura l'informe" (Coll:3, 2013).

3 Garanties d'èxit

3.1 Estudi de mercat: els estudiants

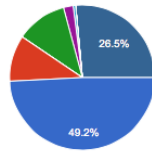
Aquest projecte tindrà èxit perquè és necessari. Cal perquè s'ha comprovat que no hi ha cap altre servei igual i perquè a més s'ha enquestat un nombre simbòlic d'estudiants que estan acabant la carrera. Les característiques de l'enquesta, a continuació:

- La mostra va ser presa entre el **29 de març i el 13 d'abril** del 2015.
- Es va utilitzar la plataforma de **Google Forms**.
- Aquesta enquesta s'ha fet per valorar si el projecte tenia o no **raó de ser**.
- No es poden extrapolar les respostes a tota la comunitat estudiantil de les facultats de comunicació, perquè haurien d'haver respost moltíssimes més persones. Tot i així l'exercici només passava per fer un **tanteig** per saber el que es respirava d'entre els joves. Calia **donar veu** a aquest col·lectiu, que és el target principal per tal de saber què pensen fer quan surtin de la facultat, com es pensen ocupar.
- L'enquesta l'han respost **185 persones**, pretén donar **dades quantitatives**.
- S'ha demanat la col·laboració a **estudiants d'últim any de grau** de diferents universitats catalanes i de les diferents branques de la comunicació.

Pel que fa les respostes:

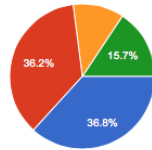
- La majoria d'enquestats han esmentat que un cop acabats els estudis volen **provar sort** en el seu sector.
- D'aquesta resposta, i de la següent, se'n extreu la següent conclusió: els joves tenen encara **esperança** de poder trobar feina en el món de la comunicació, els agradaria poder viure del que han estudiat perquè actualment **depenen dels pares**. Això reflexa també la precarietat en el treball. Persones adultes ja, de més de 22 anys no tenen solvència econòmica, és un fet que hem pogut constatar.

A quina universitat estudies?



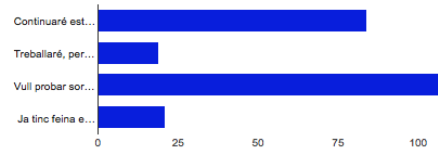
| | | |
|------|----|-------|
| UAB | 91 | 49.2% |
| UPF | 19 | 10.3% |
| UB | 0 | 0% |
| UDG | 21 | 11.4% |
| UIC | 4 | 2.2% |
| UVIC | 1 | 0.5% |
| URL | 0 | 0% |
| JAO | 0 | 0% |
| URLL | 0 | 0% |
| UOC | 49 | 26.5% |

Què estudies?



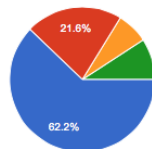
| | | |
|----------------------------------|----|-------|
| Comunicació Audiovisual | 68 | 36.8% |
| Periodisme | 67 | 36.2% |
| Publicitat i relacions públiques | 21 | 11.4% |
| Other | 29 | 15.7% |

Un cop acabada la carrera



| | | |
|--|-----|-------|
| Continuaré estudiant | 84 | 45.4% |
| Treballarà, però d'alguna cosa lluny del que he estudiat | 19 | 10.3% |
| Vull provar sort en el meu sector | 108 | 58.4% |
| Ja tinc feina en el meu sector | 21 | 11.4% |

Com és la teva situació econòmica?

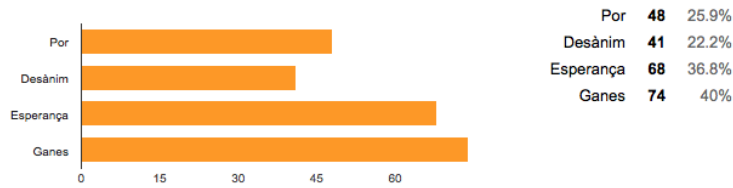


| | | |
|--|-----|-------|
| Depenc dels pares | 115 | 62.2% |
| Em puc mantenir (tinc una feina que em dona prou diners) | 40 | 21.6% |
| Tinc estalvis per viure i estudiar | 13 | 7% |
| Altres | 17 | 9.2% |

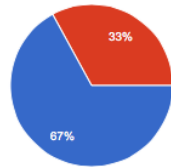
FONT: Producció pròpia

- Afortunadament, tot i que no amb la majoria dels vots obtinguts, els joves afronten el seu futur professional amb **ganes**. Això és positiu perquè el servei que es presenta aquí serveix per donar un extra de motivació als joves. Es vol donar-los una OPORTUNITAT. Com? Se'ls dóna la confiança suficient com per aconseguir un contracte laboral en una empresa del sector de la comunicació (es millora la seva ocupabilitat, és a dir les seves capacitats i competències per trobar feina).
- La majoria de joves creuen que s'acabaran ocupant **mitjançant un contracte**: el que nosaltres els proporcionarem.
- L'enquesta també reflexa la **diversitat d'aspiracions** dels joves que surten de la Universitat. És una bona dada perquè vol dir que no hi haurà sectors que quedin excessivament saturats, tot i que hi ha professions més demandades que d'altres com és el cas de la feina de redactor.

Com afrontes el teu futur professional?

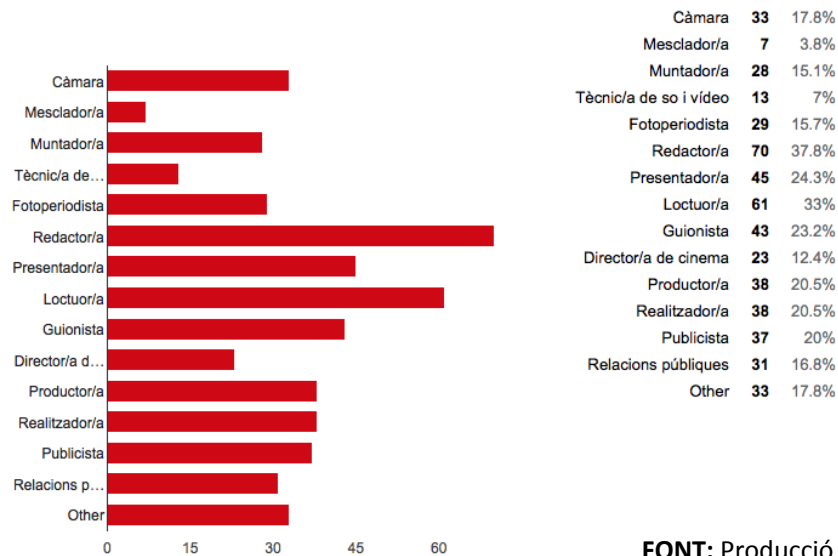


Com creus que t'acabaràs ocupant?



| | | |
|------------------------------|-----|-----|
| Amb un contracte laboral | 124 | 67% |
| Empenta pròpia i empenedoria | 61 | 33% |

De qué t'agradaria treballar?



FONT: Producció pròpia

- Actualment els joves relacionen les estades de pràctiques com una manera de donar-se a conèixer i auto promocionar-se per després trobar feina. No és negatiu, però les empreses no entenen sempre les pràctiques de la mateixa manera. Cobreixen llocs de treball reals amb estudiants de pràctiques, bacants que no tenen la intenció de cobrir amb un professional amb sou. La manera a través de la qual els joves pensen trobar feina en el sector és: o bé amb les **pràctiques** o bé enviant **currículums**.

El tema de fer estades com a becari és delicat. Sovint són feines de jornada completa o parcial (i he escrit feines, no pràctiques) sense remuneració. A més, un estudiant només pot fer pràctiques mentre tingui un expedient acadèmic obert. El que

condemna als joves que per trobar feina hauran de ser universitaris més temps del que toca per treballar en un mitjà que no els paga i tampoc té la intenció de fer-ho al mateix temps que continuen vivint dels pares, que els paguen el que les empreses no fan. A més, en el cas que un mitjà vulgui contractar un professional, és més fàcil que l'agafin si el coneixen abans d'haver fet pràctiques. Es vol canviar aquesta percepció: no es diu que les pràctiques no funcionin, però si són enteses com a pràctiques, no com a feines sense remuneració. No és només una percepció meua, José Luís del Hierro, professor de dret, va fer una intervenció en una taula rodona organitzada pel

“Estamos ante un masivo fraude de ley en el tema de los becarios, lo que significa hacer pasar por una cosa lo que en realidad es otra. Esta afirmación no es mía, es del Tribunal Supremo que ha establecido las características fundamentales de lo que tiene que ser un becario.”

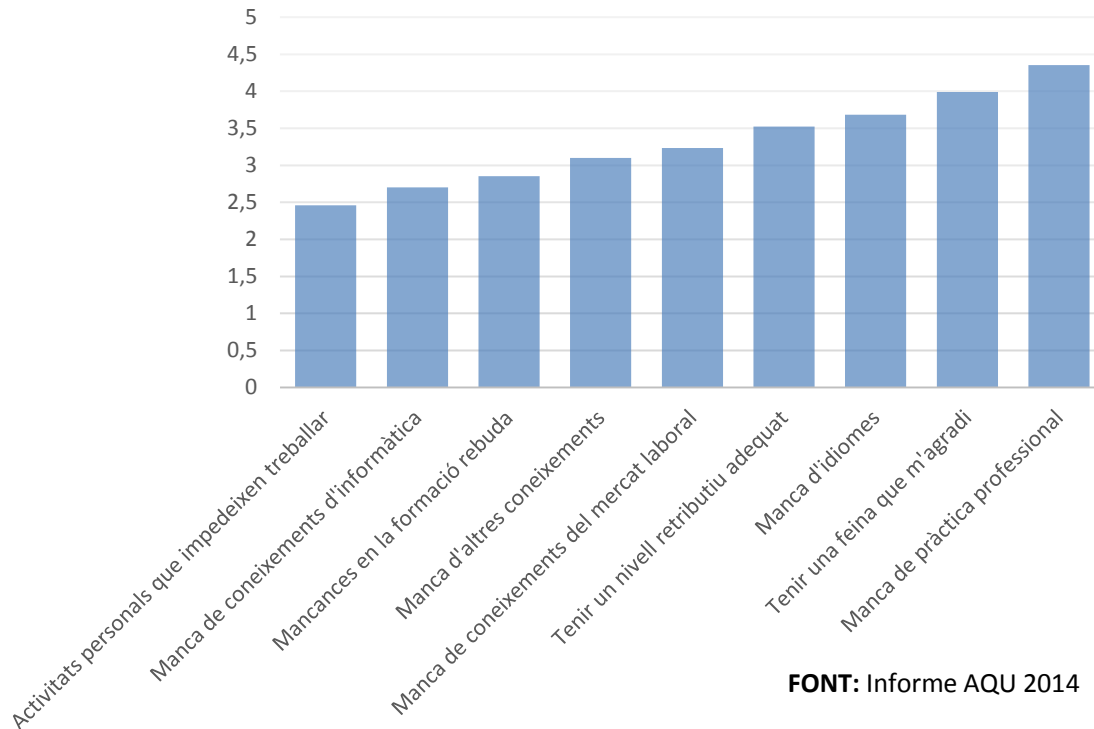
Sindicat de Periodistes de Madrid AL 2007⁵. Deia el següent:

Diferents universitats recomanen a les empreses pagar als estudiants un sou mínim (d'entre 5 i 6 euros l'hora) per tal de com a mínim cobrir despeses. Però això en la majoria és una recomanació, no un requisit: normalment les empreses no paguen aquests sous.

- Veient les enquestes de producció pròpia, periodistes, publicistes, comunicadors o d'altres que surten de la universitat no tenen la sensació de **sortir preparats i capacitats** per trobar feina. Això es podria atribuir a la manca de formació pràctica per part dels centres educatius (segons el darrer informe de l'AQU és el principal motiu que anomenen els joves pel qual no troben feina).

⁵ Revista “Luz y taquígrafos”, número 27, desembre del 2007.

MOTIUS PELS QUALS NO TROBEN FEINA (ESCALA D'1, POC IMPORTANT, A 7, MOLT IMPORTANT)



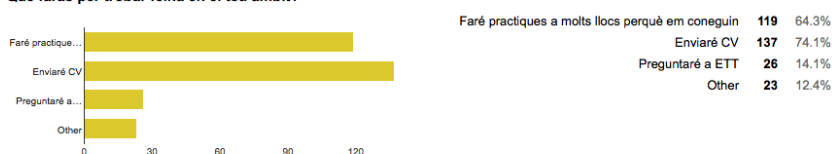
- Un 31'9% dels enquestats assegura que no trobarà feina amb el seu **currículum actual** i un 43'2% **no n'està segur**. Aquesta dada és contrària amb les positives xifres d'esperança que es veien en les primeres preguntes de l'enquesta.

Als joves voluntat i ganes no els en falten, però tenen l'autoestima baixa i no estan segurs d'estar suficientment preparats. Cap problema, perquè el servei també entra en aquest aspecte: els donarà la seguretat que necessiten mitjançant exercicis que estimulin les seves habilitats.

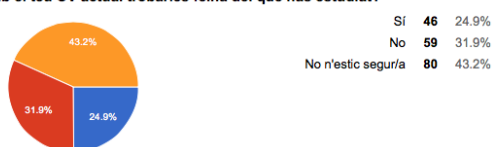
- Per acabar, la prova que aquest servei té cabuda en el sistema actual són les respostes a les últimes preguntes: un 68'6% **SÍ s'inscriuria** en una plataforma com MUNDËSI: que potenciï les seves capacitats.
- L'altra clau de l'assumpte: com sobreviuria aquest servei que s'està dissenyant? Estarien disposats els joves a pagar quelcom simbòlic per garantir la supervivència de MUNDËSI? Sí altre cop! **Els joves pagarien un 10%** del seu primer sou en cas que trobés una feina. Això és una responsabilitat: si no aconseguim que les empreses contractin a aquests joves, el projecte no

subsisteix per tant no hi ha marge d'error. Totes les energies es concentren en un mateix camí: ajudar als joves. Tot i que la intenció inicial és aplicar aquesta voluntat, al pla de negoci es veurà com s'ha adaptat per fer econòmicament viable la proposta.

Què faràs per trobar feina en el teu àmbit?



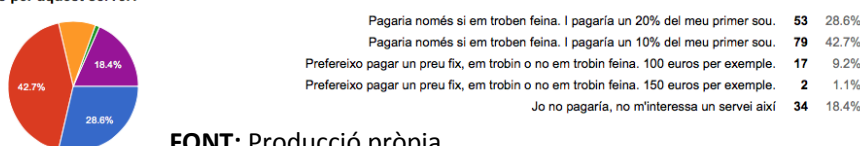
Creus que amb el teu CV actual trobaries feina del que has estudiat?



T'inscriuries en un servei que et potenciés el teu perfil i habilitats i que et busqués feina en el teu camp?



Quan pagaries per aquest servei?



FONT: Producció pròpia

3.1.1 Conclusions

Per tant, un cop analitzat el resultat de l'enquesta de producció pròpia se n'extreu:

- Més de la meitat dels estudiants enquestats (58'4%) volen **provar sort** en el sector ja que afronten el seu futur amb **ganes** (40%) i **esperança** (36'8%).
- La majoria dels estudiants (62'2%) **depenen dels pares**.
- Els estudiants majorment creuen en les **pràctiques** (64'3%) i en els **currículums** (74%) per trobar feina al sector.
- Tot i això, el 43'2% no està segur de trobar feina amb el seu **currículum actual**.
- Un 68'6% sí que utilitzaria un servei com **MUNDÈSI**.

3.2 Estudi de mercat: els serveis semblants existents

Són varis els serveis que ofereixen les universitats catalanes per ocupar els seus alumnes. A continuació se'n detallen alguns:

3.2.1 Treball Campus, Universitat Autònoma de Barcelona

Seguit, quadre resum de la informació que s'exposa i comparació amb MUNDËSI:

| TREBALL CAMPUS | MUNDËSI |
|---|--|
| Només per estudiants vinculats a la universitat i de tots els rams | Per totes les universitats però només pels estudiants de comunicació i derivats |
| Gratuit pels estudiants | De pagament, però només quan s'aconsegueix un contracte |
| Es financen perquè són un organisme d'una universitat pública i perquè cobren a les empreses pels tràmits de les pràctiques | Es finançarà amb cada contracte que s'aconsegueixi |
| Es gestionen majorment convenis de pràctiques | Només es gestionaran ofertes laborals |
| Remuneració de pràctiques obligatòria | Totes les feines que s'ofereixen són remunerades (les proves pràctiques no són considerades pràctiques) |
| Selecció per part de les empreses | La selecció la fa MUNDËSI |
| Filtre de les ofertes | Es filtren les ofertes |
| 0 control convenis tramitats | Es tindrà un control de les fites aconseguides gràcies al tracte personalitzat |
| Servei d'orientació professional | Hi ha un servei d'orientació professional però més personal que el de les borses de treball universitàries |
| Funciona amb un aplicatiu, Nexus | Funciona a través de la web i personalment |

Al seu web es defineixen de la següent manera:

L'objectiu principal de Treball Campus és facilitar la inserció professional d'estudiants i titulats de la UAB a través d'empreses i institucions que busquen a la universitat els professionals i el talent més adient per a les seves empreses. S'ofereix la possibilitat de participar en processos de selecció per a estades de pràctiques en empresa, que són la majoria, o bé per a participar en processos de selecció per aconseguir un contracte de treball.

- Treball Campus, per a ambdós tipus de processos, ha creat l'**aplicació "Nexus"**, que permet tenir accés a les ofertes de treball que habitualment arriben a la universitat.
- És un aplicatiu tant per estudiants amb un **expedient actiu** a la universitat com per a **antics alumnes** de la mateixa institució (que ja no veuen els convenis de pràctiques).
- És un servei **específic per la comunitat** de la UAB i és gratuït.
- Una de les novetats d'enguany, i que aplaudeixo des d'aquest humil treball, és que des de principis d'any **les empreses estan obligades a pagar** un mínim de 5 euros la hora als estudiants. Fins ara tan sols era una recomanació.
- La **selecció de personal** la fan les empreses gràcies als currículums que els mateixos estudiants introdueixen al Nexus.
- Treball Campus **cobra a les empreses per tramitar convenis de pràctiques**, però no per contractes laborals ja que, en aquest cas, són els mateixos estudiants els que es posen en contacte amb l'empresa.
- Segons Treball Campus sí que passen un **filtre** a les ofertes que arriben abans de publicar-les.
- Actualment no existeix **cap control dels convenis** que es fan i es deixen de fer o dels que tenen èxit.
- Es disposa d'un servei específic **d'orientació professional** per guiar els joves a l'hora de fer un bon currículum, etc.

Treball de Fi de Grau

Quin és el principal problema?

- Hi ha **poques ofertes de treball**, si ets estudiant només pots accedir a les ofertes de pràctiques tot i que com es deia ara són remunerades a un preu simbòlic de 5 euros l'hora.
- El **servei d'orientació professional** és molt genèric, els que treballen per aquest servei no coneixen la situació de l'estudiant i les seves inquietuds personals.
- Un cop t'adrees al seu taulell et remetent a **Nexus**, pel que majorment treballen per aquest canal.
- A més, hi ha un petit **error amb Nexus**, depèn de amb quines empreses no apareix el nom, surt que és informació confidencial de la mateixa manera que passa amb ubicacions d'empresa etc.
- No hi ha sempre **unanimitat** amb la manera com et mostren la oferta: a vegades cal descarregar un PDF específic que proporciona l'empresa, i d'altres és la informació del mateix Nexus qui et dona la informació de la oferta.
- A més, tant hi ha **ofertes en català, castellà o anglès**, independentment de l'idioma que s'hagi escollit per consultar el web, això vol dir que potser no es segueix el filtre que es deia.

| ID | Confidencial | Tauler | Administradora de Sistemes | l'oferta |
|-------|-------------------|------------|--|-------------------------------------|
| 10792 | Confidencial | Tauler | Research Funding Post-Award Officer (temporary position) | Visualitza l'oferta |
| 10791 | Confidencial | Tauler | INGENIERO JUNIOR | Visualitza l'oferta |
| 10790 | Custommedia, S.L. | Pràctiques | Pràctiques Periodisme | Visualitza l'oferta |
| 10789 | Fundació ESADE | Pràctiques | Pràctiques Carreres Professionals | Visualitza l'oferta |
| 10788 | Fundació ESADE | Pràctiques | Pràctiques Servei Universitari per al Desenvolupament (SUD) | Visualitza l'oferta |
| 10787 | Fundació ESADE | Pràctiques | Pràctiques MSc Programme Management | Visualitza l'oferta |
| 10784 | Confidencial | Tauler | Expert/a "Jugant s'aprèn a viure" | Visualitza l'oferta |
| 10787 | Confidencial | Tauler | Analista/programador web | Visualitza l'oferta |
| 10780 | Confidencial | Tauler | Center for Demographic Studies_ Open position for a postdoctoral researcher to work in the ERC Starting Grant project EQUALIZE | Visualitza l'oferta |
| 10779 | Confidencial | Tauler | Central de Reserves: "Nadie nos conoce. ¿Nos ayudas?" | Visualitza l'oferta |
| 10775 | Confidencial | Tauler | Administrativa/o de Compras con Inglés Alto | Visualitza l'oferta |
| 10772 | Confidencial | Tauler | CONTABLE | Visualitza l'oferta |
| 10771 | Confidencial | Tauler | TECNICO DE FINANZAS | Visualitza l'oferta |
| 10760 | Confidencial | Tauler | Technical Lead | Visualitza l'oferta |
| 10759 | Confidencial | Tauler | Programme Manager | Visualitza l'oferta |

Un altre servei que va lligat a Treball Campus és el seu servei d'emprenedoria que es va inaugurar al febrer d'aquest mateix 2015.

- Té la seu ubicada a la **Plaça Cívica**, a dalt de la cafeteria.
- En aquest mateix espai també hi ha disponible un **espai de coworking** perquè els joves emprenedors puguin reunir-se i fer reunions. Fins fa poc es trobava a la mateixa oficina que Treball Campus.
- Aquest servei ofereix **assessorament** a estudiants i ex estudiants de la UAB que vulguin emprendre.
- Actualment han tractat ja amb **132 joves**.
- Són **dues persones** les que coordinen aquest servei, una d'encarregada i una de suport (en pràctiques, per sort remunerades des de fa poc).
- El seu procediment de treball és el següent: cal acostar-se fins a la seu i es demana una **tutoria**, el grup d'emprenedors, de qualsevol ram, fan una **xerrada** a la seu per conèixer el servei d'una hora aproximadament. Se'ls **ajuda** en tots els **processos previs** a la creació d'una empresa: plans de negoci, orientació, màrqueting... Un cop es funda l'empresa es perd el contacte.
- Sovint es demana la coordinació també amb la **facultat d'economia** i un cop a l'any s'organitza l' "aprendre a emprendre exprés", una trobada amb diferents professionals i empreses en les que s'ensenyen diferents tècniques relacionades amb l'emprenedoria i el món empresarial.

La universitat Autònoma, a la facultat de Ciències de la Comunicació en concret, també es disposa del servei Tic Laude. També és un servei d'orientació per a joves emprenedors.

- Actualment té la seu a la **facultat de Ciències de la Comunicació**, tot i que s'adreça a un públic molt més ampli, no només a estudiants de comunicació.
- Actualment es financen a través de **subvencions**, però es troben en una **situació** un tant **crítica** (segons em van comentar en una entrevista per conèixer el servei).
- Donen **consells** per crear una nova empresa, sigui del tipus que sigui.

- Són **cursos semestrals** (amb dues sessions per setmana i a al tarda) i totalment **gratuïts** (pel que els docents i col·laboradors treballen de manera totalment altruista posant en perill la supervivència del mateix servei).

Està molt bé que hi hagi un servei d'aquestes característiques, però la plataforma que aquí es presenta millora el que aquesta prestació pugui oferir:

- **No s'exclou a ningú** pel fet de cursar a una o a una altra universitat.
- **L'emprenedoria** seria una de les tantes **ofertes formatives** extres que oferiria el servei.

3.2.2 Campus Treball, Universitat Pompeu Fabra⁶

La universitat Pompeu Fabra també disposa d'un servei per inserir als alumnes en el món laboral. És el Campus Treball:

Permet a les empreses i institucions accedir a un ampli ventall de professionals dels diferents àmbits d'activitat. És un portal d'intermediació professional dissenyat per la UPF. Un espai de trobada d'empreses i estudiants/graduats, amb la garantia de ser gestionada i supervisada per la pròpia Universitat. Més de 5000 empreses confien ja en Campus Treball per oferir les seves vacants i ofertes de pràctiques, col·laborant així per completar la formació acadèmica i facilitar la incorporació dels nostres titulats al món professional.

- Aquesta plataforma funciona com un **mitjà mediador de currículums** i s'adreça principalment a les **empreses**.
- Hi ha dues maneres d'utilitzar aquesta plataforma: si ets **alumne** de la UPF, o si ets **ex alumne**. En el primer cas es paga una **quota amb la matrícula** per utilitzar aquest servei. Un cop et matricules ja tens la teva clau per veure les ofertes. En el segon cas es paga una **quota anual** per ser membre de l'associació d'antics alumnes. Amb aquest pagament tenen dret a fòrums,

⁶ Aquestes dades han estat possibles gràcies a l'atenció del servei de la UPF que s'encarrega de la Borsa de Treball d'estudiants de Màster i Postgrau. Tot i que s'ha intentat aprofundir en el servei de Carreres Professionals de la mateixa Universitat, el departament s'ha negat en repetides ocasions a col·laborar amb l'estudi al·legant no tenir temps per atendre una estudiant de fora de la institució.

cursos i a utilitzar la oferta que es penja al Campus Treball que, en aquest cas, només serà d'ofertes de feina remunerades.

- Són les empreses qui fan el **procés de selecció** un cop reben els currículums dels interessats. Les empreses, com a col·laboradores del servei, no paguen res.
- Els que no són ex alumnes, és a dir, que tenen un expedient vigent a la universitat, poden també accedir a la oferta de feina, tot i que tenen **menys possibilitats** perquè no són recomanats per la institució i tampoc es garanteix que serveixi la feina que puguin trobar com a convalidació de les pràctiques.
- Des de Treball Campus s'aconsella si ets estudiant interessar-se per **convenis de pràctiques que no són remunerats**, tot i que la universitat recomana que les empreses paguin als alumnes un mínim de 5 o 6 euros la hora.
- És important destacar que, a diferència de la plataforma de la UAB, abans de publicar definitivament qualsevol oferta i que sigui visible pels alumnes, es passa un **filtre de qualitat**, vetllant per la coherència i la correcció de les ofertes.

Més amunt s'ha comentat que els *ex alumni*, com els anomenen a la UPF, paguen una quota anual que els permet tenir accés a diferents avantatges, un d'ells a formació.

- Els cursos que proposen tenen **un any de durada** i són **d'interès general**.
- Sovint la institució també convida a diferents **empreses** perquè expliquin el seu punt de vista d'un sector en concret, perquè difonguin la seva manera de contractar nou personal i així els alumnes no es sentin tan aliens a aquest procés.
- Des de Campus Treball, la plataforma de la Universitat Pompeu Fabra, també s'ofereix **assessorament**, però no tan personalitzat com el que proposa MUNDËSI. Cada alumne pot demanar **assessorament dues vegades durant l'any**, per exemple: ajuda a l'hora de fer el seu currículum, o tutories per preparar una bona entrevista de feina.
- Ara per ara no tenen **cap control de la inserció laboral** dels alumnes en les empreses, tot i que el seu objectiu és poder fer un informe en breu.

Quin és el problema?

- Funciona de manera semblant al Treball Campus de la UAB, sense discernir ofertes de diferents camps formatius, però està més **orientada a les empreses**.

És a dir: és més un portal perquè les empreses puguin escollir un candidat per una oferta, que una plataforma en la que els usuaris puguin remenar ofertes i escollir.

- És molt positiu que hi hagi un filtre de qualitat alhora de vigilar la coherència i al correcció de les ofertes, però el servei **tampoc és específic** del sector de la comunicació i **tampoc s'ofereix un seguiment** i un assessorament tan complet com el que es proposa.

Aquest és el quadre resum dels serveis que ofereix Campus Treball I ELS QUE OFEREIX MUNDËSI.

| CAMPUS TREBALL | MUNDËSI |
|--|--|
| Només per estudiants vinculats a la universitat i de tots els rams | Per totes les universitats però només pels estudiants de comunicació i derivats |
| De pagament pels estudiants amb una quota anual | De pagament, però només quan s'aconsegueix un contracte |
| Es gestionen majorment convenis de pràctiques | Només es gestionaran ofertes laborals |
| Remuneració de pràctiques no obligatòria | Totes les feines que s'ofereixen són remunerades (les proves pràctiques no són considerades pràctiques) |
| Selecció per part de les empreses | La selecció la fa MUNDËSI |
| Filtre de les ofertes | Es filtren les ofertes |
| 0 control convenis tramitats | Es tindrà un control de les fites aconseguides gràcies al tracte personalitzat |
| Servei d'orientació professional | Hi ha un servei d'orientació professional però més personal que el de les borses de treball universitàries |
| Adreçat majorment a empreses | Adreçat a estudiants |

3.2.3 Feina UB, Universitat de Barcelona

Per la seva banda, la Universitat de Barcelona anomena el seu servei de la següent manera:

FeinaUB s'ocupa de les activitats, eines i els serveis destinats a promoure la inserció professional dels estudiants de la Universitat de Barcelona.

- Distingeixen, d'entre el que ofereixen, el **servei d'orientació** i el **servei de pràctiques**.
 - o Pel que fa el primer, la universitat organitza **monogràfics d'inserció laboral**, cursos sobre competències generals (amb possibilitat de convalidació de crèdits i amb un preu assignat segons la normativa), també disposen del . En aquesta eina en concret s'ofereixen estratègies i es donen consells als estudiants per trobar feina. Un cop a la setmana s'organitzen activitats en petits grups de 4 o 5 persones per resoldre dubtes o inquietuds. Per exemple: s'ensenya a fer un bon currículum, a afrontar una entrevista de feina, etc. Després a part, si hi ha algun dubte més específic s'ofereixen **tutories** individualitzades. De la mateixa manera que la UPF, també conviden **empreses** per fer xerrades que fins i tot difonen el perfil que busquen per trobar candidat d'entre els estudiants. (Poden adreçar-se a la borsa de treball de la Institució, o bé proporcionen als joves l'adreça per enviar el seu currículum i que per tant entrin dins el procés de selecció).
 - o Quant el **servei de pràctiques**, la UB fa de **mediador** de currículums entre els joves i el món laboral, però la **selecció la fan les empreses**. Tot i així, un cop han seleccionat el jove, feina UB cobra un tant per la gestió del contracte i l'assegurança.
- Els ex alumnes també poden participar en aquests processos sempre que paguin una **quota anual**. En aquest cas, només els dóna dret a continuar gaudint de la borsa de treball.

- Des de Treball UB es **filtra el contingut** que arriba abans de publicar-lo. Un dels requisits que es demanen, també és que les tasques que realitzarà l'alumne estiguin molt ben especificades.

Alguna Facultat té una borsa de treball i serveis derivats específics del seu ram. És el cas de la Facultat d'Economia i Empresa de la UB. Compta amb l'Àrea de Relacions Externes (ARE).

És un espai que té per objectiu oferir als alumnes la possibilitat d'ampliar la seva formació i complimentar el seu currículum vitae, amb la finalitat de crear un únic espai que englobi les demanades dels alumnes i les empreses o institucions. Aquest espai està integrat per les diferents unitats: borsa de treball, pràctiques externes, programa de cooperació educativa empresa- universitat-societat (programa EUS) que ofereix l'oportunitat a l'alumne de realitzar els dos darrers cursos dels ensenyaments ADE i Economia de la Facultat d'Economia i Empresa de forma diferenciada; i relacions Internacionals (encarregada de la gestió dels Programes de Mobilitat Internacional de la Facultat, de la recerca de nous convenis amb universitats arreu del món i contribueix a la internacionalització del centre).

No és només aquesta facultat la que disposa d'un servei així: tenen borsa de treball pròpia els centres que tenen més volum d'estudiants.

- En aquestes borses, de la mateixa manera que la borsa general, el **98% de les ofertes que arriben són de pràctiques**, la resta són ofertes de treball.
- Les empreses quan busquen un candidat, per fer pràctiques o per cobrir una vacant tenen diferents opcions:
 - **Penjar l'anunci** i ser ells mateixos els que s'encarreguin del procés de selecció
 - **Penjar un anunci** i que sigui la UB qui faci el **procés de selecció** (amb els alumnes inscrits a la borsa de treball).
 - **Penjar un anunci** i que sigui la UB qui faci també el **procés de preselecció** (en aquest cas es contacta prèviament amb els alumnes i és

un procés més elaborat, per això en aquest cas la institució cobra a les empreses).

- Els **ex alumnes** de la facultat poden continuar vinculats al servei sense pagar res, ja que és gratuït, tot i que des de la organització es diu que no té massa sentit perquè la majoria d'ofertes que arriben són pràctiques per estudiants en curs.
- ARE també porta **empreses específiques del sector** de l'Economia, són empreses que simulen un procés de selecció o d'entrevistes, o que fan xerrades de personal branding per ajudar als joves.
- Aquest servei, però és només específic d'aquesta facultat. No hi ha desenvolupat **cap servei semblant pels estudis de comunicació**, en el seu cas la Facultat de Biblioteconomia i Documentació, que és on s'imparteix el grau de Comunicació Audiovisual (l'únic relacionat amb les Ciències de la Comunicació), no té un volum prou important com per tenir borsa pròpia.
- Actualment estan en **procés** de tenir un control de la inserció laboral dels seus alumnes.

El que es conclou del servei d'aquesta universitat:

- En general, el servei de la UB és un servei força complet perquè acull tant la **vessant d'inserció laboral**, com la de la **formació i l'assessorament**.
- De totes maneres, ja que és un servei extra que ofereix la universitat, no es pot fer un **seguiment** específic i exhaustiu de cada cas, tractant els alumnes de manera propera.
- És positiu que recomanin a les empreses una **remuneració**, però al ser un centre educatiu i promoure les pràctiques a canvi de crèdits, no col·laboraran com MUNDËSI en aquesta reivindicació contra les pràctiques abusives.

Tot seguit, el quadre resum de l'apartat.

| FEINA UB | MUNDËSI |
|---|--|
| Només per estudiants vinculats a la universitat i de tots els rams a excepció de casos específics com ARE | Per totes les universitats però només pels estudiants de comunicació i derivats |
| De pagament pels estudiants amb una quota anual | De pagament, però només quan s'aconsegueix un contracte |
| Es gestionen majorment convenis de pràctiques | Només es gestionaran ofertes laborals |
| Remuneració de pràctiques no obligatòria | Totes les feines que s'ofereixen són remunerades (les proves pràctiques no són considerades pràctiques) |
| Selecció per part de les empreses o de la universitat sota demanda | La selecció la fa MUNDËSI |
| Filtre de les ofertes | Es filtren les ofertes |
| 0 control convenis tramitats | Es tindrà un control de les fites aconseguides gràcies al tracte personalitzat |
| Servei d'orientació professional | Hi ha un servei d'orientació professional però més personal que el de les borses de treball universitàries |

3.2.4 Borsa de Treball de la Universitat de Girona

La universitat de Girona també disposa d'una borsa de treball.

- Funciona com una **eina intermediària de currículums**.
- Aquest procés es fa de manera **gratuïta**.
- La **gestió de les pràctiques**, com és el cas de la resta d'universitats, es paga.
- Els convenis que ofereixen són els següents:
 - **Pràctiques curriculars** (per omplir l'expedient acadèmic)
 - **Pràctiques extra curriculars** (que enriqueixen l'expedient)
 - **Pràctiques per la inserció laboral**, que són aquelles pels alumnes ja graduats i que fomenten la seva inserció el món laboral. Són pràctiques

pels *alumni o post scriptum*, és a dir per antics alumnes i és un servei gratuït.

- Tot i que els treballadors de la borsa de treball de la UdG no tracten personalment amb els alumnes ni en fan cap seguiment, s'està gestant un projecte anomenat **l'Observatori**, per tal d'establir un contacte més proper amb els alumnes i poder fer un seguiment de la seva inserció en el mercat laboral.
- D'aquesta manera també es podrien comptabilitzar el nombre d'èxits de la borsa de treball, és a dir, el nombre de persones que realment s'han contractat, perquè ara per ara **només hi ha xifres dels contractes que es tramiten**.
- Les ofertes laborals que arriben a la Borsa de Treball de la UdG no es sotmeten a **cap filtre**, tal com arriben es publiquen i **poden ser visualitzades** sense la necessitat de ser estudiant del centre educatiu tot i que per inscriure't sí que cal un nom d'usuari i contrasenya (només ho tenen els alumnes de la UdG).
- **L'assessorament** és un punt important en la filosofia d'aquest centre.
- S'ofereixen diferents **cursos formatius** i hi ha la possibilitat de realitzar sessions de **tutoria** individualitzades amb prèvia cita. Aquestes trobades serveixen per millorar el currículum, o preparar altres aspectes relacionats amb la inserció laboral de l'alumne. Cap d'aquest serveis es paga, tots són **gratuïts** per alumnes de la UdG.
- Cap facultat té una **borsa de treball específica**, llevat d'alguns centres com Medicina o Turisme que ofereixen convenis des de la mateixa facultat. Això és a causa de les característiques dels estudis en sí.
- Hi ha Facultats concretes, com és el cas de la d'Economia i Empresa que periòdicament realitzen **fòrums d'empreses** i fires per tal que els estudiants interactuïn amb el món laboral.

De tot plegat se n'extreu:

- Tot i que està en procés oferir un **servei més individualitzat**, aquesta borsa de treball tampoc té les característiques de MUNDËSI.
- Segueix les **característiques generals** de la resta de borses de treball. No destaca per sobre les altres.

Tot seguit el quadre:

| BORSA UDG | MUNDËSI |
|--|--|
| Només s'hi poden inscriure estudiants vinculats a la universitat i de tots els rams a excepció d'algun cas específic tipus Medicina. | Per totes les universitats però només pels estudiants de comunicació i derivats |
| Gratuit pels estudiants | De pagament, però només quan s'aconsegueix un contracte |
| Es gestionen majorment convenis de pràctiques | Només es gestionaran ofertes laborals |
| Remuneració de pràctiques no obligatòria | Totes les feines que s'ofereixen són remunerades (les proves pràctiques no són considerades pràctiques) |
| Selecció per part de les empreses | La selecció la fa MUNDËSI |
| 0 filtre de les ofertes | Es filtren les ofertes |
| 0 control convenis tramitats | Es tindrà un control de les fites aconseguides gràcies al tracte personalitzat |
| Servei d'orientació professional | Hi ha un servei d'orientació professional però més personal que el de les borses de treball universitàries |
| Voluntat d'oferir un tracte més especialitzat amb l'Observatori | El tracte personalitzat serà un dels trets definitoris |

3.2.5 Borsa de Treball Blanquerna

A continuació quadre resum de les característiques d'aquest servei específic. Tot i així, cal puntualitzar que aquest és el servei més diferent que s'ha trobat fins el moment, en part, degut a la titularitat de la universitat que és privada.

| BORSA BLANQUERNA | MUNDËSI |
|---|--|
| Només s'hi poden inscriure estudiants vinculats a la facultat de comunicació Blanquerna | Per totes les universitats però només pels estudiants de comunicació i derivats |
| Gratuit pels estudiants i per les empreses | De pagament, però només quan s'aconsegueix un contracte |
| Es gestionen majorment convenis de pràctiques pels alumnes, tot i que hi ha un servei molt diferenciat, la Borsa de Treball, només per contractes adreçats a ex alumnes | Només es gestionaran ofertes laborals |
| Pràctiques no remunerades | Totes les feines que s'ofereixen són remunerades (les proves pràctiques no són considerades pràctiques) |
| Selecció per part de les empreses amb una preselecció per part de la facultat | La selecció la fa MUNDËSI |
| Es filtren les ofertes | Es filtren les ofertes |
| Control de la situació laboral dels ex alumnes | Es tindrà un control de les fites aconseguides gràcies al tracte personalitzat |
| Servei d'orientació professional i estimulació de les habilitats a les aules | Hi ha un servei d'orientació professional però més personal que el de les borses de treball universitàries |
| Tracte molts personalitzat i estades tutoritzades | El tracte personalitzat serà un dels trets definitoris |

Les característiques de la borsa de treball de la universitat Ramon Llull, especialment de la facultat de comunicació que juntament amb altres és coneguda com a Blanquerna són una mica diferents del que s'ha vist fins ara. Això és perquè la Blanquerna ofereix estudis privats. Sobretot es diferencia el servei de pràctiques de la borsa de treball.

Pel que fa les pràctiques:

- Els alumnes amb un expedient acadèmic vigent a la universitat treballen les pràctiques i l'assessorament en el món professional amb una **assignatura**

anomenada Seminaris. En aquestes classes, igual que amb la resta, només hi participen una mitjana de 12 alumnes, pel que es pot fer un seguiment molt personal. A continuació trets definitoris d'aquesta assignatura:

- El que es pretén amb aquesta matèria, present al primer i segon quadrimestre dels quatre cursos de la carrera, es **potenciar les habilitats** dels estudiants com el treball en equip, la dialèctica, etc.
 - No tenen un **servei d'assessorament** pròpiament a la facultat perquè aquest servei s'ofereix en aquestes classes.
 - En aquesta assignatura no només s'estimula a l'alumne a fer pràctiques, també es tracten **temes molt diversos** i transversals al llarg de la carrera, temes que fomenten l'estimulació de les habilitats individuals.
- És el mateix professor de la matèria qui **tutoritza** les pràctiques a les empreses. Per Blanquerna és molt important el seguiment personalitzat perquè no volen trobar-se en que els alumnes van a l'empresa a perdre el temps: volen que aprenguin.
 - Des de la facultat es recomana fer unes **tres estades** de pràctiques durant la carrera. Una estada curricular i la resta extra curriculars.
 - Però, ¿com l'alumne escull empresa per fer pràctiques si no hi ha un portal on es puguin veure les ofertes que arriben? Els alumnes no veuen les ofertes de pràctiques: són els professors que expliquen als joves les empreses disponibles i els guien en funció del perfil, necessitats i gustos de cada un. Bàsicament, és la facultat qui fa el **procés de selecció** dels alumnes per fer pràctiques.
 - Aquestes estades normalment **no són remunerades**, això és decisió de l'empresa, però no és un requisit ni una recomanació des de l'entitat educativa el fet que es paguin les pràctiques ja que es considera que són una manera d'aprendre.
 - Tot i això, està pensat que properament s'obri un **portal de pràctiques online** on els alumnes puguin visualitzar les ofertes que arriben a la facultat.

Pel que fa la borsa de treball de Blanquerna:

- Blanquerna entén la borsa de treball només com un mitjà per oferir **feina** als alumnes, res de pràctiques, però està adreçat a ex alumnes.
- El portal, que va néixer ara fa un any, el comparteixen estudiants de diferents facultats: de psicologia i educació, de comunicació i de ciències de la salut. Però només comparteixen el format i el portal, ja que cada estudiant **només** pot veure les ofertes del seu ram en concret.
- La universitat defineix el seu servei com una espècie de *portal de LinkedIn personal*. Aquest portal dóna **informació** de la facultat i de la borsa de treball.
- Sí que hi ha un servei de **guiatge, formació i assessorament** pels alumnes que ja han acabat la carrera, és un servei que es troba a dins de la borsa de treball i que en comptades ocasions, quan es fan xerrades, trobades amb empreses, etc., es comparteix amb alumnes de tercer i quart de grau, però sobretot de quart.
- El paper de les **empreses** és molt important, per exemple, el proper 16 de juny hi ha una trobada a la facultat en la que es conviden diferents empreses del sector de la comunicació que expliquen com fan el seu procés de selecció particular.
- El servei de borsa de treball (per trobar feina als ex alumnes) és totalment **gratuït** pels joves i per les empreses. Això no és genèric de tota la universitat, ja que hi ha empreses com la facultat de psicologia i educació que sí que fan pagar una quota anual renovable.
- Els joves que vulguin beneficiar-se d'aquest servei han d'inscriure's al **portal** de la borsa de treball de la facultat i omplir un formulari molt exhaustiu on es pregunta l'experiència personal, les aficions i els gustos... a més també poden adjuntar al final un currículum en format PDF. Tota aquesta informació servirà després a la facultat per fer un procés de **preselecció** quan apareix alguna oferta laboral, tot i que és la pròpia empresa qui té la darrera paraula i qui realment acaba fent la **selecció**.
- Val a dir que els ex alumnes es poden inscriure **sempre** en aquest portal, poden haver passat anys des de que es va acabar la carrera, però sempre tindran la oportunitat de fer servir aquest servei gratuït per ser ex alumne Blanquerna.

Treball de Fi de Grau

- Des de Blanquerna **filtren** molt les ofertes que reben per tal que siguin estrictament del camp de la comunicació.
- La facultat porta un **control** dels alumnes que s'acaben inserint al món laboral, cada any realitzen una memòria tot trucant a alumnes de promocions anteriors.

Per tant, a mode de conclusió:

- La facultat de comunicació de Blanquerna **separa** molt el que són les pràctiques i el que és la borsa de treball, tot i que hi ha sinergies entre ambdós serveis, el que s'ofereix és molt diferent. Les primeres són per estudiants, les segones són per ex alumnes i es veuen només ofertes laborals.
- Pel que han dit els responsables del servei en l'entrevista que ha fet possible aquest apartat, els arriben moltes **més ofertes de pràctiques que laborals**, i fins i tot arriben pràctiques al mateix servei de borsa de treball perquè no sempre les empreses entenen la diferència existent. Les empreses, pel general, prefereixen tenir un estudiant de quart de carrera en pràctiques que un que ja hagi acabat la universitat i que per tant, hagi de ser contractat.
- Tot això és possible perquè Blanquerna, comptant alumnes de les tres titulacions diferents, de graus, màsters i postgraus, només té 1.500 alumnes. Les **classes són molt reduïdes** i el contacte amb el docent és molt particular. Això permet fer un **seguiment exhaustiu** i rigorós del pas de l'alumne per la universitat i guiar-los més cap al món laboral.
- És important esmentar també que des de la universitat es diu que la principal via per trobar feina en el món de la comunicació són els **contactes**, seguit de les **pràctiques**, en aquest cas les de Blanquerna són molt efectives per les característiques del centre educatiu.

Aquest servei seria el que més s'acostaria a la filosofia MUNDËSI, de totes maneres, MUNDËSI és obert a totes les universitats i no es tanca a alumnes que encara tenen un expedient obert, si bé no és recomanable per estudiants de primer cicle de carrera, sí que és un servei idoni pels que estan a punt d'acabar o els que ja han tancat expedient.

És important esmentar, abans de les conclusions generals de l'apartat, que existeix una Xarxa de convenis entre les universitats catalanes i el Servei d'Ocupació de Catalunya. Aquest servei passa per oferir orientació professional i formació als joves.



AGENDA D'ACTIVITATS

| | | | |
|--|--|--|--|
| <p>Fins 03 Juny Millora el teu currículum i prepara't per a una entrevista de selecció. Sessió formativa amb l'objectiu de...</p> | <p>Fins 11 Juny Expresa les possibilitats que t'ofereix LinkedIn. Quina feina passa a LinkedIn? Com cerca feina? Passa totes les feines en...</p> | <p>Fins 11 Juny Conex els processos de selecció de personal. Sessió informativa on es treballaran les correctes estratègies per convalidar què l...</p> | <p>Josep figure that completes the set</p> <p>Fins 12 Juny Descobreix les proves psicotècniques. Saps la solució? Les empreses acostumen a utilitzar les...</p> |
|--|--|--|--|

| | | | |
|--|---|---|--|
| <p>per afrontar amb èxit una entrevista de treball.</p> <p>Fins 03 Juny Millora el teu currículum i prepara't per a una entrevista de selecció. Sessió formativa amb l'objectiu de...</p> | <p>digital de manera coherent als teus objectius professionals.</p> <p>Fins 11 Juny Expresa les possibilitats que t'ofereix LinkedIn. Quina feina passa a LinkedIn? Com cerca feina? Passa totes les feines en...</p> | <p>Josep figure that completes the set</p> <p>Fins 12 Juny Descobreix les proves psicotècniques. Saps la solució? Les empreses acostumen a utilitzar les...</p> | <p>en temps que t'ofereixen oportunitats i els seus recursos, practica amb els diferents models de proves psicotècniques, posant-te en situació de prova real.</p> <p>Fins 12 Juny Descobreix les proves psicotècniques. Saps la solució? Les empreses acostumen a utilitzar les...</p> |
| <p>Estàs preparada per afrontar una entrevista de treball? Com gestiones els nervis? Et prepares prèviament? Repasses el teu currículum perquè cap pregunta t'agafi desprevingut? Tallar pràctics per aprendre a superar entrevistes de feina. Les preguntes que et cal preparar i la convalidació del treball. Preparat per demostrar a qualsevol persona que vols cobrir el lloc de treball que desitges.</p> <p>Fins 16 Juny Supera amb èxit l'entrevista de treball. Estàs preparada per afrontar una entrevista de treball? Com gestiones els nervis? Et prepares prèviament? Repasses el teu currículum perquè cap pregunta t'agafi desprevingut? Tallar pràctics per aprendre a superar entrevistes de feina. Les preguntes que et cal preparar i la convalidació del treball. Preparat per demostrar a qualsevol persona que vols cobrir el lloc de treball que desitges.</p> | <p>Sessió informativa on es treballaran les correctes estratègies per convalidar els processos de selecció de personal i d'augmenta manera, poder afrontar amb èxit qualsevol entrevista de selecció.</p> <p>Fins 18 Juny Supera amb èxit les entrevistes de selecció. Sessió informativa on es treballaran les correctes estratègies per convalidar els processos de selecció de personal i d'augmenta manera, poder afrontar amb èxit qualsevol entrevista de selecció.</p> | <p>Aplica els millors recursos d'Internet a la cerca de feina. En aquest taller aprendràs a cercar ofertes més eficientment, organitzar el teu sistema d'informació, publicar el teu cv online i optimitzar el procés de cerca de feina.</p> <p>Fins 15 Juny Aplica els millors recursos d'Internet a la cerca de feina. En aquest taller aprendràs a cercar ofertes més eficientment, organitzar el teu sistema d'informació, publicar el teu cv online i optimitzar el procés de cerca de feina.</p> | <p>Les dinàmiques de grup faciliten l'absorció de les paraules, de les seves conductes, actituds i hàbitats, en un entorn laboral simulat. Per això, les empreses utilitzen cada vegada més aquestes eines. Participa en una dinàmica i identifica els teus punts forts i les possibles àrees de millora.</p> <p>Fins 22 Juny Les dinàmiques de grup com a eina d'avaluació. Les dinàmiques de grup faciliten l'absorció de les paraules, de les seves conductes, actituds i hàbitats, en un entorn laboral simulat. Per això, les empreses utilitzen cada vegada més aquestes eines. Participa en una dinàmica i identifica els teus punts forts i les possibles àrees de millora.</p> |
| <p>Alcalza les oportunitats de marxar a l'estranger. Busques feina o pràctiques a l'estranger? Plantegem-te una experiència internacional. A més, descobriràs els recursos i canals més adequats per fer l'entrada a l'estranger que desitges.</p> <p>Fins 30 Juny Alcalza les oportunitats de marxar a l'estranger. Busques feina o pràctiques a l'estranger? Plantegem-te una experiència internacional. A més, descobriràs els recursos i canals més adequats per fer l'entrada a l'estranger que desitges.</p> | <p>El coneixement personal com a eina d'èxit professional. Sessió formativa amb l'objectiu de donar informació als estudiants, sobretot, sobre els serveis d'orientació professional que ofereix la URV, coneixement, sobre les correctes estratègies i recursos per l'autoconeixement d'un mateix, com a eina clau per a la recerca d'ocupació i la promoció d'un mateix.</p> <p>Fins 26 Juny El coneixement personal com a eina d'èxit professional. Sessió formativa amb l'objectiu de donar informació als estudiants, sobretot, sobre els serveis d'orientació professional que ofereix la URV, coneixement, sobre les correctes estratègies i recursos per l'autoconeixement d'un mateix, com a eina clau per a la recerca d'ocupació i la promoció d'un mateix.</p> | <p>Entén el teu contracte de treball i la seva nòmina. Saps que són les deduccions o les retencions i l'IRPF? Conexes la diferència entre sou brut i sou net? En aquesta activitat practicareu als contractes més utilitzats a les empreses i et donarem recursos per navegar amb seguretat en el món de les relacions laborals.</p> <p>Fins 26 Juny Entén el teu contracte de treball i la seva nòmina. Saps que són les deduccions o les retencions i l'IRPF? Conexes la diferència entre sou brut i sou net? En aquesta activitat practicareu als contractes més utilitzats a les empreses i et donarem recursos per navegar amb seguretat en el món de les relacions laborals.</p> | <p>Servei d'Orientació Laboral al Campus EISEA. Ens desplaçarem al Campus per oferir el nostre servei.</p> <p>Fins 09 desembre Servei d'Orientació Laboral al Campus EISEA. Ens desplaçarem al Campus per oferir el nostre servei.</p> |

VEURE TOTES LES ACTIVITATS



3.2.6 Conclusions

D'aquesta recerca se'n deriva el següent:

- Actualment totes les universitats segueixen un **model molt semblant** per ajudar als estudiants en la inserció laboral. Tenen un tauler d'ofertes en línia on s'inclouen anuncis de tot tipus ja siguin pràctiques o contractes laborals, tot i que la gran majoria d'ofertes són de pràctiques.
- El que ofereixen està orientat als **alumnes de la mateixa institució universitària**.
- Gairebé cap facultat té una **borsa de treball pròpia** (excepció de casos com per exemple l'ARE de la UB que és per estudiants d'econòmiques), les borses inclouen totes les facultats de la universitat.
- Majorment la **selecció la fan les empreses** interessades, perquè les universitats no coneixen prou als estudiants. Es limiten a ser **mediadors de currículums**.
- Cap plataforma té en compte les **habilitats de l'estudiant** ni les potencia, tot i oferir cursos de formació d'àmbits generals, es considera que ja es potencien les habilitats a l'aula.
- Ofereixen orientació i formació, com a **complement**, però no són serveis tan complets com MUNDËSI que neix única i exclusivament per aquesta tasca. Les borses de treball de les universitats són un complement, no una prioritat.

En definitiva: cal un servei que sí que tingui en compte els trets específics de cada alumne, que els tracti d'una manera exclusiva i que els doni certa fiabilitat a l'hora de trobar feina. Si els alumnes no troben el que busquen en aquestes plataformes, igual de complicat ha de ser trobar un perfil per les empreses. Per tant: cal MUNDËSI.

Per acabar de donar força a la meva hipòtesi sobre que els alumnes no troben en aquestes plataformes el que busquen, s'ha realitzat una petita enquesta mitjançant les xarxes socials, d'entre els alumnes de classe. S'ha solucionat de la següent manera:

Hola a tots! Necessito fer-vos una pregunta: Heu utilitzat mai Treball Campus i us ha servit per solucionar-vos problemes o per ajudar-vos a trobar feina?



- Sí que he utilitzat Treball Campus però no em va servir de res, no em van ajudar 9 vots
 - No he utilitzat mai Treball Campus, perquè no m'ha fet falta. 8 vots
 - He utilitzat TC per practiques extracurriculars i va ser una lluita constant. 4 vots
 - No he utilitzat mai TC, perquè no m'ha fet falta però no descarto utilitzar-la 3 vots
 - Sí que he utilitzat Treball Campus i em va servir de molt. 3 vots
 - No he utilitzat mai TC perquè no hi crec i penso que no serveix per res. 1 vot
- + Afegeix una opció...

M'agrada · Comenta-ho · Comparteix

... treball campus la gent que hi treballa o nexus? a treball campus res persones mes inútils del mon, la pitjor manera per poder conseguir practiques extracurriculars i despres les vai perdre pel sistema q tenien muntat. despres preguntes no saben et fan donar voltes... etc...

25 maig a les 15:30 · No m'agrada · 1

Lo he usado dos veces y a cada cual peor que la anterior. La primera fue para ofrecerme unas prácticas extra curriculares que eran un trabajo encubierto y con un sueldo de risa y la segunda me toco usarlo para tramitar las prácticas obligatorias de este año. Lo hicieron tan bien que casi me quedo sin hacer las prácticas en el primer semestre..

25 maig a les 15:32 · No m'agrada · 2

... Yo como David, ha sido de risa

25 maig a les 16:18 · No m'agrada · 1

He tenido que recurrir a ellos para hacer extracurriculares (y tramitar las curriculares) y mi valoración de su gestión no es buena. Mucha burocracia y desorganización (varias personas mandando correos sobre lo mismo, correos semanas más tarde desdiciendo a los anteriores, balones fuera entre ellos y gestión académica con el riesgo de pasar plazos de admisión...). A la empresa donde trabajo los traian de cabeza. Bastante mal, la verdad.

Ahora bien, cuando me he personado allí siempre me han atendido rápidamente y bien. Eso, les falta buena coordinación en la gestión electrónica y telefónica.

Sobre su bolsa de trabajo, he mirado alguna vez y me ha parecido broza. Pero bueno, es un mal endémico en las empresas en los últimos años, más si tienen que contratar a gente joven sin experiencia laboral.

25 maig a les 16:51 · Editat · No m'agrada · 1

Jo vaig intentar fer practiques extracurriculars però m'ho vaig deixar correr perquè posaven més inconvenients que res més. Tot eren problemes, sobretot per l'empresa on volia fer practiques. Un desastre, clarament. No el personal sinó la gestió que s'ha de fer.

25 maig a les 21:00 · No m'agrada · 1

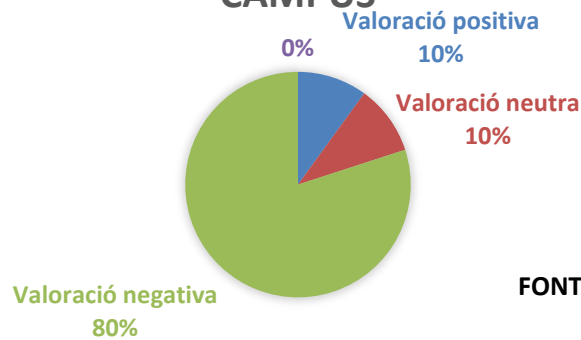
Escriu un comentari...

Preguntat per 28 vots

Aida Fuentes Picazo ▶ Comunicació Audiovisual UAB 4t

Abans de res, vull especificar que van ser els propis alumnes els que van afegir la resposta que més s'esqueia a la seva situació personal. De les 28 persones que han respost, 22 en fan una valoració negativa mentre que només 3 en fan una valoració positiva i uns altres 3 una valoració neutra.

VALORACIÓ DELS ALUMNES DEL TREBALL CAMPUS



FONT: Producció pròpia

Tancant aquest parèntesi en mig de les conclusions, aquesta és una mostra més que cal un canvi en les plataformes tipus borsa de treball de les universitats. No funcionen. A més, tot fent les entrevistes presencials, i d'altres telefòniques amb els responsables d'aquests serveis he pogut constatar que els resulta incòmode a les borses de treball parlar de totes aquestes dades, potser perquè en el fons saben que no tenen la bona presència d'entre els estudiants que els agradaria.

3.3 Eficàcia d'aquests serveis

3.3.1 Estudi de diferents gràfiques

A continuació es vol fer un exercici de mirar cap a un futur, per saber com s'han ocupat, si és el cas, els antics alumnes de facultats de comunicació de les universitats catalanes.

En la edició del 2014 de l'informe sobre la inserció laboral dels titulats en comunicació audiovisual per la universitat Autònoma (graduats/des del 2010-2011) se n'extreu el següent (s'han extret les dades referents a tot Catalunya):

- Un 83'40% dels enquestats (estudiants de comunicació) 3 anys més tard estan **ocupats laboralment**.
- De tots aquests graduats, només un 31'54% **es dedica** al món de la comunicació.
- La majoria de graduats cobra **menys de 9.000€ anuals**.
- Només un 24'78% realitza **tasques de direcció** en empreses, la majoria (39'13%) realitzen **funcions tècniques**.
- Un 85'77% treballa per **empreses privades**.

- Un 46'92% s'han ocupat amb **contactes**.

Amb això es conclou:

- La majoria d'enquestats tres anys més tard d'acabar la Universitat està en el món laboral, però només **3 de cada 10 estudiants** acaba ocupant-se en el sector pel qual s'ha preparat, cal treballar per millorar aquesta marca.
- La majoria d'enquestats s'acabaven ocupant en **empreses privades**, perquè són les que tenen més possibilitat de contractar gent nova, sobretot en el nou panorama que ha deixat la crisi. Doncs cal fer especial èmfasi en aquest tipus d'empreses.
- La majoria de graduats cobra de mitja **750€ al mes** i només **2 de cada 10 acaba dirigint empreses**. Aquestes dades són útils per rebatre l'informe de l'AQU, com es veurà més endavant.
- **Gairebé el 50%** dels que treballen en el sector de la comunicació hi han entrat gràcies als contactes: és a dir fonts properes i de confiança. Cal difondre la imatge del servei com una eina propera, efectiva i de prestigi per trobar feina en el sector: som el seu contacte.

Deixant de banda el futur dels graduats en comunicació, anem a veure l'evolució de l'ús de les borses de treball de les universitats i la seva eficàcia. Les dades s'extreuen de la memòria de l'evolució de gestió dels serveis que ofereix la borsa de treball de la universitat de Girona, amb dades actualitzades del curs 2013-2014. Aquestes dades no il·lustren el nombre de persones que han trobat feina, sinó els convenis i contractes que s'han anat tramitant.

- El curs passat es van oferir **menys ofertes de treball** que en edicions anteriors: 1.075, en el període anterior eren 2.025 ofertes i en l'altre 2.257. Per tant hi ha hagut una **disminució progressiva de les ofertes de treball**, molt marcada per l'arribada de la crisi al 08-09.
- També s'ha **reduït a la meitat** el nombre d'estudiants que requereixen convenis de cooperació educativa, passant dels 1.107 als 566, consegüentment el nombre de convenis ha passat dels 1.078 als 638.
- Aquest darrer any es van realitzar gairebé el **doble d'activitats** per orientar i formar estudiants per la ocupació (activitats que passen per tallers per fer

currículums, entrevistes de treball o tests psicotècnics). Es va passar de només 30 activitats a 58.

- Tot i haver doblat el nombre d'activitats, només han participat en les jornades **9 alumnes més**.
- El **nombre d'inscrits** en la borsa de treball ha disminuït considerablement passant dels 15.983 interessats als 8.809.

3.3.2 Conclusions

- És evident que hi ha **menys ofertes de treball** degut a la crisi.
- De totes maneres, tot i que les borses de treball treballen per oferir activitats que formin a l'estudiant en l'habilitat de trobar feina, la comunitat estudiantil **no respon**, no participa en aquests tallers.
- Fins i tot es **desvincula** de les borses de treball.
- Això significa que els estudiants **perden la confiança** en aquestes plataformes universitàries tot i l'esforç que aquestes fan d'auto promocionar-se i donar-se a conèixer amb les activitats i tasques que fan.

Heus aquí la importància de MUNDËSI: s'ha de diferenciar de les borses de treball convencionals. Cal donar un missatge clar: a pesar de tot és una eina útil.

3.4 *Estudi de mercat: les empreses*

Tot i que es fa més èmfasi en el paper de l'estudiant en aquest procés, ja que és un servei dedicat i dissenyat per a ell, també és important saber el paper dels becaris en les empreses i si realment aquestes estarien interessades en un servei com MUNDËSI.

Referent a les empreses la hipòtesi és: es fan servir becaris per cobrir llocs de treball i per economitjar recursos ja que no es paga cap sou a aquests treballadors o es paguen retribucions molt simbòliques (més endavant a l'apartat de Crítica s'ampliarà aquesta hipòtesi).

3.4.1 Entrevista a un mitjà local

L'entrevista amb Àlex Martí, director de la televisió local de Girona (Televisió de Girona), es va fer cara a casa. Va respondre:

- **Quin paper tenen els becaris en l'empresa?**

Els becaris en l'empresa són com un treballador més. No porten cafès, però tampoc fan la feina d'un professional, hi són com a suport, però són tractats com un més a casa.

- **S'utilitzen becaris per cobrir un lloc de feina?**

A Televisió de Girona no s'utilitzen becaris per cobrir llocs de feina, sé que a altres mitjans sí, però aquí no. És la manera que tinc jo com a director de conèixer els becaris i sempre que tinc la oportunitat els contracto, però només si han fet pràctiques abans a l'empresa. De fet de 12 persones que estan en plantilla, 10 han passat prèviament per les pràctiques i gràcies a això les he contractat. Difícilment agafo a algú només veient el currículum.

- **S'ha accentuat aquesta realitat des de la crisi?**

Cada empresa té un sistema diferent, a Televisió de Girona no l'hem canviat tot i la crisi, agafem els mateixos becaris que abans de la crisi. A més, agafar un becari és un problema: s'han d'ensenyar i formar, i fins que no s'han adaptat no aporten a l'empresa.

- **Si ens posem en la pell d'un becari, creus que hi ha empreses que concedeixen pràctiques abusives aprofitant la necessitat de trobar feina dels joves?**

Sobretot són empreses grans les que utilitzen de mala manera els joves, perquè no tenen intenció de contractar-los. Aquí els provem: veiem com s'integren amb els companys, com treballen, si són competents, quan hi ha un buit a la plantilla es truca a un ex estudiant de pràctiques. Però si l'estudiant no val, simplement no el truco i tampoc li demano que deixi un currículum.

- **Contractaries a algú sense haver passat abans per pràctiques?**

Difícilment, com deia, la manera que tinc de contractar gent nova és veient com treballen a les pràctiques.

- **Utilitzaries un servei que et donés la garantia que un treballador et funcionarà en el perfil que vols cobrir i a més t'estalvia el procés de selecció?**

En aquest punt hem parlat de les característiques de MUNDËSI. S'ha arribat a la següent conclusió: Jo no utilitzaria aquest servei per contractar nous treballadors, perquè m'agrada conèixer-los amb les pràctiques. Ara bé, compraria aquesta idea si les proves pràctiques (quan s'esmentava que MUNDËSI era un servei per potenciar les habilitats dels joves mitjançant proves pràctiques a mitjans concrets), les fessin en

mitjans locals per després incorporar-los i vendre'ls a grans empreses de l'estil TV3 que no tenen el mateix concepte de becari que nosaltres. Potser grans empreses sí que utilitzarien aquesta manera de contractar persones si les petites televisions i mitjans els donem el veredict que són professionals competents. Ara bé, també penso que es necessiten com a mínim 250 hores entre que la persona s'adapta, es treu la vergonya i tot plegat, per provar si un becari val o no val.

3.4.2 Entrevista a un mitjà nacional

A continuació reflectiré les respostes de l'entrevista amb Jaume Serra, director de continguts de la Cadena SER Catalunya. Ja que en aquest cas l'entrevista es va fer via correu electrònic, puc copiar textualment les respostes.

Primer de tot, l'entrevistat va creure oportú introduir les pràctiques que es fan a la Cadena SER.

Permet-me primer, que et contextualitzi el marc en el que rebem els alumnes a SER Catalunya.

Tenim beques d'estudiants per a dos períodes diferents de l'any: la temporada d'hivern i la d'estiu. A les d'hivern, sempre a Ràdio Barcelona, d'aproximadament 3 mesos i de mitja jornada, hi ha alumnes que han de fer pràctiques obligatòries i n'hi ha que no, que són voluntàries. Les d'estiu, tres mesos a jornada sencera, les convoquem a totes les emissores de Catalunya (Ràdio Girona, Ràdio Lleida i SER Tarragona-Ràdio Reus). Els becaris per a Barcelona són per les àrees d'informatius, esports i programes i els de la resta d'emissores per a informatius. Per la convocatòria d'estiu es fan unes proves (test d'actualitat, redacció i locució) i per les d'hivern estem incorporant les entrevistes prèvies per a poder destriar alumnes que tenen més interès i afinitat amb les característiques de la plaça ofertada. Les d'estiu estan retribuïdes i les d'hivern en funció del conveni amb cada universitat.

Si et cal algun detall tècnic més concret, hauria de demanar-lo. No obstant aquesta introducció no la faig pels detalls tècnics sinó per què crec que és imprescindible per a poder entendre les respostes a les preguntes que em fas. La gestió dels nostres becaris no és homogènia però et contesto a partir del model general que intentem aplicar.

- **Quin paper tenen els becaris en l'empresa?**

El de complement a la feina dels periodistes de la ràdio. Per exemple: cobreixen rodes de premsa a les que no assistirem o ajuden a la realització de reportatges que acabaran els periodistes. Mai fan feines de responsabilitat.

- **S'utilitzen becaris per cobrir un lloc de feina?**

No. Encara que podria haver-hi casos que sí (per exemple en una emissora on el becari suposa el 50% de la redacció un mes d'agost). En general, però, no. Sempre feines complementàries.

- **S'ha accentuat aquesta realitat des de la crisi?**

En el nostre cas, que la crisi ha comportat menys llocs de treball pels periodistes regulars, també ha suposat una racionalització del número de becaris. Però no hem incrementat les places de becaris per a cobrir la feina que abans feien periodistes.

- **Si ens posem en la pell d'un becari, creus que hi ha empreses que concedeixen pràctiques abusives aprofitant la necessitat de trobar feina dels joves?**

Desconec altres empreses. En els equips que jo he dirigit en els darrers 24 anys sempre he intentat que la pràctica sigui profitosa pels alumnes. Que acabin la seva beca havent après el màxim de coses possibles. I mai hauria tolerat que s'abusés d'un becari. Es tracta d'una transacció en la que hi han de sortir guanyant les dues parts. No podria ser que només hi guanyés una.

- **Contractaries a algú sense haver passat abans per pràctiques?**

Solem ocupar places vacants (abans de la crisi en teníem més que ara) amb alumnes que abans han fet pràctiques amb nosaltres. A SER Catalunya sempre hem cregut més en la incorporació de joves professionals, que creixin en el nostre entorn laboral, que no pas en fer fitxatges de periodistes consolidats. Els que han estat becaris tenen un perfil de candidat idoni.

- **Utilitzaries un servei que et donés la garantia que un treballador et funcionarà en el perfil que vols cobrir i a més t'estalvia el procés de selecció?**

Segurament sí. Caldria veure com es conformen els perfils.

3.4.3 Conclusions

Parlar amb un mitjà local i un de nacional era important per saber com influeix la magnitud de l'empresa en el paper dels becaris. Un cop obtinguda la informació, s'arriba a les següents conclusions:

- Generalment les empreses **neguen** que un becari faci tasques d'àmbit professional.
- Tot i així, com és el cas de la Cadena SER, casualment quan més necessiten becaris és a l'**estiu**, perquè hi ha moltes baixes per vacances. Aquest aspecte el denuncia el Sindicat de Periodistes de Madrid. És cert que aquesta empresa paga als estudiants que estan de pràctiques a l'estiu, però els horaris són molt extensos (de 6h a 14h; de 10 a 14h i de 16h a 20 generalment) i paguen 300 euros bruts, és a dir, un sou **simbòlic**.
- Per ambdós mitjans les pràctiques són una bona forma de conèixer **nous perfils** per després, si fos el cas, **contractar** gent nova. Això és un aspecte a tenir en compte perquè vol dir que és important que les proves pràctiques es facin en empreses.
- Pel que fa si les empreses utilitzarien o no el servei, interpretant les respostes, és més probable que utilitzi MUNDËSI un mitjà **nacional** com la Cadena SER, que pas un de local com Televisió de Girona.

Aquestes respostes es tindran en compte a l'hora de dissenyar i enfocar el servei. Les pràctiques poden fer-se sobretot a mitjans locals, per després introduir nous perfils a les grans empreses.

3.5 Crítica al sector

3.5.1 A l'informe de l'AQU

Aquest apartat neix a partir d'algunes dades que proporciona el darrer informe de l'AQU. De la mateixa manera que hi ha aportacions interessants i que fins i tot han conformat apartats del treball que aquí es presenta, també hi ha altres dades que s'haurien de justificar més perquè, des del meu punt de vista, no són creïbles.

A continuació exposo les cites de l'estudi que no em mereixen confiança:

- Pàgina 38: “El **28%** de les persones graduades desenvolupen, al cap de tres anys de finalitzar els estudis, funcions de direcció (empresa pròpia, direcció, producció financera, etc.)”.

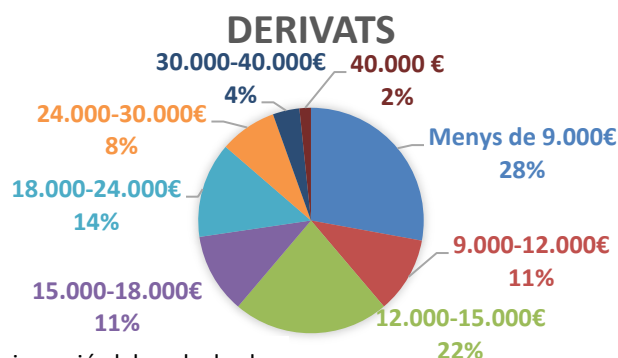
Aquesta dada és una mica sospitosa ja que es pot entendre malament: no és el mateix dirigir una empresa pròpia (emprenedoria) que dirigir segons quina altra empresa...

Tot i que l’AQU diu que “respecte de l’edició del 2011, hi ha hagut un descens d’uns 8 punts percentuals de les persones que guanyaven més de 2.000 euros mensuals (el percentatge més baix en les tres edicions) i de 2 punts percentuals de les que guanyaven uns 2.000€”, es fan les següents afirmacions respecte el salari:

- Pàgina 38: “El **45%** de les persones graduades ocupades a temps complet **guanyen més de 24.000 euros l’any**. El **22%** **guanya menys de 15.000 euros anuals**”.
- Pàgina 38: “El fenomen del **mileurisme** està associat a jornades laborals a **temps parcial**. Així, mentre que el 80% de les persones que treballen a temps parcial són mileuristes, aquest percentatge baixa al 22% entre les que treballen a temps complet”.
- Pàgina 38: “La mitjana de guanys mensuals bruts de les persones titulades és de **1.863 euros**”.
- Pàgina 40: “La mitjana de guanys de les persones que treballen a temps complet supera, a totes les àrees, els **1.500 euros mensuals bruts**”.

Tot i així, si es contempla l’informe sobre la inserció laboral de la llicenciatura de Comunicació Audiovisual fet per la UAB el 2014, es diu que la majoria de graduats cobra menys de 9.000€ a l’any, per tant, una mitja de 750€ mensuals.

SOU ANUAL DE GRADUATS DE COMUNICACIÓ I



FONT: Informe sobre la inserció laboral de la llicenciatura de Comunicació Audiovisual

Per tant aquest estudi hauria de ser més específic i potser diferenciar una mica més entre les diferents carreres i les professions. Hom pot pensar que el que passa és que fa la mitjana de totes les professions, però diu que en totes les àrees es cobra més de 1.500 euros mensuals bruts al mes. Així doncs dic: aquest informe està equivocat. La revista Luz y taquígrafos, del Sindicat de Periodistes de Madrid diu, i cito textualment:

Periodistas a la cola

El número 1.045 del dominical XL Semanal publicó a mediados de noviembre una clasificación de profesiones por salario medio. La de periodista sale muy mal parada. En cabeza están los pilotos, con 15.580€/mes. Cierran, en el puesto treinta, los pensionistas, con 843 euros. Los periodistas ocupan el puesto veintiséis con 1.190€/mes, inmediatamente por debajo de los contables (1.200€) y escasamente por encima de los camareros (1.166 euros). Muy alejados de los periodistas están, en la cumbre, los médicos (4.993), catedráticos (3.830), obreros cualificados (2.600), abogados (2.510), comerciales (1.840), camioneros (1.580) y, acercándose pero siempre por encima, albañiles (1.390), cocineros (1.335) y administrativos (1.320 euros/mes). No consta que estos profesionales trabajen sin cobrar, o que paguen por entrar en su profesión. En periodismo, sí.

Si es parla del temps que triguen els estudiants a trobar feina es diu:

- Pàgina 53: “**El 54%** de les persones enquestades **ja tenien una feina abans d’acabar els estudis**, bé a temps complet o a temps parcial”. Es refereix a una feina relacionada amb els estudis? Perquè de ser així, en l’enquesta de producció pròpia només un **11’4%** a quart de carrera, té una feina relacionada amb el sector escollit.
- Pàgina 53: “**El 76%** ja estaven **inserirdes** tres mesos després de finalitzar els estudis, 3 punts menys que en l’edició anterior de l’enquesta”.

Hi ha altres discordances com per exemple: a la pàgina 30 explica que un 17% de les persones troba feina gràcies a contactes, però a la pàgina 55 argumenta que “la principal via d’inserció són els contactes personals (39%)”. Unes pàgines abans el tan per cent era un 22% menor.

Reprement el fil de la feina que es troba mentre s’estudia:

- Pàgina 57: “El **67%** de les persones graduades que van treballar durant els dos darrers anys de la carrera (10.502) ja ho van fer en **feines relacionades** amb els estudis”. Com es deia, en la mostra presa poc més d’un 11% comparteix aquesta realitat.
- Pàgina 57: “El **15%** de les persones graduades ja estaven **inserides adequadament** durant els dos darrers anys de carrera, abans de finalitzar els estudis, en una feina a temps complet. (...) Aquest percentatge ha baixat 5 punts respecte de l’edició del 2011 (el 20% ja tenia una inserció adequada abans de finalitzar els estudis)”.

La meva intenció no és desacreditar aquest estudi que “ha esdevingut el de més representativitat sobre la qualitat de la inserció laboral de la població titulada” (AQU:8, 2014). Però crec que hi ha certs aspectes que s’haurien d’especificar millor, per tal de no crear un context fals als estudiants que busquen feina en el sector laboral. Per altra banda, l’informe que es cita en aquest apartat inclou estudiants de tots els rams i de promocions passades (2009-2010).

Podria ser que aquesta homogeneïtzació en les respostes no sigui representativa del sector de la comunicació, o bé podria ser que el panorama hagi canviat molt en els últims anys. La informació que extrec de les enquestes que he formulat jo mateixa a estudiants que estan acabant la carrera no mostra aquesta positivitats: un 62’2% dels joves depèn dels pares. Això no hauria de ser així si la majoria de persones que apareixen a l’estudi cobren 24.000€ anuals, i tampoc si un 67% de les persones enquestades per l’AQU tenen feina ja abans d’acabar el grau i a més una feina relacionada amb els estudis. Un pot pensar, potser no són feines de nivell universitari, però l’informe de l’AQU de nou desmenteix això:

- Pàgina 42: “El **78%** desenvolupa **funcions de nivell universitari** (fos o no fos el títol un requisit per a l’accés)”.
- Pàgina 42: “El **83%** de les persones graduades es troben en ocupacions que requereixen un **nivell de competències alt** (d’acord amb la Classificació Nacional d’Ocupacions)”.

Podria ser, i deu ser això, que jo he enquestat una part molt petita dels 13.942 joves que l’Agència per a la Qualitat del Sistema Universitari de Catalunya, no ha entrevistat i

que per tant, potser tots els joves que representen la meua humil mostra han quedat acumulats a aquest 45% que no queda representat a l'estudi.

O podria ser que l'estudi corri de la part del Govern Català i que es volgués mostrar una imatge millor del panorama laboral de la que realment és.

3.5.2 Al buit legal que hi ha entorn la figura del becari i l'estudiant en pràctiques

Hi ha un buit legal entorn el becari, la informació que argumenta la hipòtesi s'extreu de Luz y taquígrafos, citada anteriorment, revista del Sindicat de Periodistes de Madrid. Alguns arguments:

- Pàgina 1: "L'article 11 de l'Estatut dels Treballadors **no regula contractes de pràctiques** perquè aquests estan pensats per llicenciats i aquí estem parlant, en un 80% dels casos, de becaris que no han acabat els estudis". Hom podria pensar que les pràctiques s'han de fer un cop s'hagi acabat el grau, per fomentar la inserció laboral, però això és gairebé impossible ja que qui tramita els contractes són les pròpies universitats i només ho fan si l'expedient acadèmic és vigent. De no ser així, si un ja no és universitari, ha de rebre un contracte laboral i a això les empreses no sempre estan disposades.
- Pàgina 1: "Com es defineix la relació amb els becaris? Segons una sentència del novembre del 2005 i una de més antiga, del 98, es diu que l'element fonamental és que el becari realitza certes tasques, però no en qualitat de contraprestació sinó d'aportació d'un mèrit per fer-se **creditor d'una beca**. La beca té com a finalitat primària **facilitar l'estudi i la incorporació del becari (...)**". Aquí no hi ha beques pel mig: es paga per fer les pràctiques i l'empresa ni tan sols paga el transport.
- Pàgina 1: "El que no pot ser un becari, de cap de les maneres, és **realitzar una tasca que hagi de desenvolupar una categoria professional establida**, no pot realitzar tasques de redacció, ser un redactor, o qualsevol de les altres categories (...) si és aquest, estaríem davant d'un **massiu frau de llei** per considerar una beca una relació laboral plena encoberta". Personalment estic dins del 80% de persones que ha realitzat pràctiques abans d'haver acabat els

estudis, i no precisament una o dues vegades. Sempre he realitzat tasques d'una categoria professional establerta.

- Pàgina 2: “Arbitrarietat estructural vol dir que des de que s'entra en la professió, i durant gran part del seu exercici, hi ha una gran **inestabilitat normativa**, no hi ha normes clares, una gran jerarquització i , sobretot, una gran vulnerabilitat d'aquells que no tenen posicions rellevant a l'ofici (...)”. Això vol dir que no només els becaris estan en crisi, ho està tot el sector!
- Pàgina 2: “El becari per tant, és **mà d'obra barata, gratis**. En definitiva, es converteix en la manera generalitzada d'accedir a l'ofici”. I segueix uns paràgrafs més enllà, a la pàgina 3: “Els estudiants creuen que assumint-ho tot, fent 10 hores diàries millor que 4, treballant caps de setmana, nits, etc., aconseguiran quedar-se en aquell mitjà de comunicació. **És fals**. No és cert que callant i acceptant-ho tot hagin d'aconseguir un lloc de treball. Fins quan s'ha de tolerar?”
- Pàgina 3: “Treballen com si cobressin i a més les empreses s'estalvien la seguretat social, les pagues extres, dietes i tots els **beneficis socials** que té un treballador.”
- Pàgina 3: “ Els estudiants heu de saber que en els mitjans heu de tenir **tutors**. L'horari no hauria de sobrepasar les **4 o 5 hores** que contempen els convenis que es firmen amb les universitats. No haurien de ser en torns de nit, ni en festius. No haurien de fer-se pràctiques **a l'estiu ni per Nadal**, precisament quan més interès tenen les empreses en suplir al personal que agafa vacances”.
- Pàgina 4: “crec que hi ha m és de **3.000 llicenciats** a l'any i no hi ha més de **3.000 periodistes** treballant en condicions laborals dignes a Espanya, com a molt 4.000, així que cada any surten tants periodistes com n'hi ha treballant i això ho posa molt senzill a les empreses a l'hora de dir que no s'accepten les condicions perquè al dia següent hi ha uns altres 40, 50 o 100 entrant per la porta. (...) Les empreses fan el que fan perquè **poden fer-ho**”.
- Pàgina 6: “Els comitès d'empresa, que s'abstenen normalment perquè els becaris **no són estrictament treballadors**. En el cas de la Federació de Sindicats de Periodistes i en concret, en el del Sindicat de Periodistes de Madrid, estem

entestats en que això sí que sigui assumpte dels comitès d'empresa i que aquests problemes es contemplin en els **convenis col·lectius**".

- Pàgina 6: "Que les pràctiques no excedeixin els **quatre mesos**; que el número d'estudiants no superi el **10% de la plantilla** ni de cada departament en concret; que els estudiants rotin per diferents seccions; que les empreses firmin plans de formació; que els posin a disposició dels comitès d'empresa i que formin part dels convenis col·lectius, etc."
- Pàgina 6: " Responsables també, els propis estudiants que **accepten** totes aquestes situacions quan, reitero, no és veritat que vagin a aconseguir un lloc de treball i és clar, si als vint i tants anys no es diu prou, quan es dirà. A mi em sembla que la passivitat general no és bona".

3.5.3 Conclusions

- L'informe de l'AQU és **cert parcialment**, està influït en gran mesura al fet de ser un estudi de la mà de la Generalitat. Mostra una realitat més optimista de la que realment és.
- Una de les moltes proves que no tot el panorama és tant positiu és la crítica que fa el **Sindicat de Periodistes de Madrid** sobre la situació dels becaris. Tot i que aquest apartat és molt dens, el trobo molt rellevant per la claredat amb la que denuncia la situació actual. No només és el sindicat el que formalitza la reivindicació, també són altres plataformes, com el moviment #yogratisonotrabajo, que fan visible la problemàtica.

4 C. Desenvolupament del projecte

4.1 *Concreció de les especificitats*

4.1.1 La diferència de MUNDËSI en el sector

Seria fals si anunciés que MUNDËSI no és un servei tipus borsa de treball. Ho és. El seu principal objectiu és trobar feina als joves. Ara bé, és una borsa de treball especial. Com s'ha anat dient en apartats anteriors, el que la fa diferent és:

- **S'especialitza** en el sector de la comunicació.
- Està adreçada a estudiants i ex estudiants de **totes les universitats** catalanes.

- **Ven seguretat:** garantia als alumnes que trobaran feina perquè es millora la seva ocupabilitat i garantia a les empreses que el professional que contracten té un gran potencial.

1. **ocupabilitat**

Font Diccionaris terminològics del TERMCAT

Àrea temàtica Treball

Probabilitat que té un treballador de trobar un lloc de feina o de conservar el que ja té.

4.1.2 Oferta formativa

La seva oferta formativa és una altra especificitat que fa diferent el servei.

MUNDËSI té el següent perill: que englobi un nombre molt gran d'usuaris que volen treballar i molt poques ofertes de treball perquè, com s'ha dit anteriorment, no es poden oferir ofertes si no n'hi ha.

Per aquest motiu, i paral·lelament al servei principal l'objectiu del qual és oferir feina als joves comunicadors, hi haurà una oferta de formació extra acadèmica. Una oferta especial que permeti desenvolupar les habilitats de cada estudiant per tal que trobi el lloc professional més adequat.

En què consisteix aquesta oferta formativa?

- Són cursos molt assequibles dissenyats per **professionals** del sector i adreçats exclusivament als usuaris de MUNDËSI.
- Aquests cursos s'oferiran al llarg dels mesos amb una **oferta variada**: des de com preparar una bona carta de presentació, l'autopromoció o el "pitxing" fins a com fer un bon currículum audiovisual, així com cursos de reciclatge de diferents aspectes específics de la professió: per exemple la redacció informativa en les noves eines tic.
- Podria ser que els usuaris no s'interessessin per aquesta oferta formativa, però es tindrà en compte la **participació** en aquestes jornades. Igual que en una borsa de treball hi ha un ordre de preferència, dels més preparats als que no ho estan tant, aquest ordre s'establirà a MUNDËSI en funció de la preparació de cada un dels inscrits. Una major formació sovint és sinònim de **major preparació**. Tots aquells coneixements que es puguin acreditar serviran per

crear una llista de preferències que servirà per escollir als candidats idonis per oferir a les empreses quan tinguin una oferta de treball.

- És molt important que aquests cursos estiguin sotmesos a una **avaluació crítica**: han de ser cursos de profit, coordinats per professionals reals i competents (que alhora coneixeran els nous perfils que busquen feina), cursos que siguin interessants per participar-hi i que marquin un abans i un després en la formació i l'experiència del professional. Han de ser jornades que realment contribueixin en enaltir les facultats de la persona per trobar feina.
- A més aquesta oferta serà una manera més de **finançar el projecte**. Seran preus simbòlics. Per exemple seran cursos que durin un mes, amb sessions dos cops per setmana. Tindrien un preu de 80 euros, amb ofertes segons la contractació d'un o varis cursos. Un curs 80 euros, dos 150 i tres 210 euros, per exemple.

Llista que exemplifica possibles tallers i formacions, amb el seu reclam/explicació:

- **Com fer que el teu currículum no es quedi al fons del calaix?** Tècniques per fer més atractiu el teu currículum, perquè és sovint la primera presa de contacte entre l'empresa i tu, és el teu reflex!
- **Com demostrar seguretat en una conversa sota pressió?** Les entrevistes de feina són tenses, és cert: són com un examen. Però és en aquests moments que hem de fer aflorar totes les nostres qualitats. Ens hem de mostrar segurs i necessaris per l'empresa: ens han de contractar! T'ensenyarem com donar aquesta impressió als teus futurs caps!

Segons l'AQU 2014 un 3% de persones treballen a l'estranger i és una proporció que va en augment. De fet es diu que la qualitat d'inserció a l'estranger és positiva per alumnes de Publicitat i Relacions Públiques i de Comunicació Audiovisual, tot i que no tant pels estudiants de Periodisme. Per als possibles interessats és el següent curs:

- **Aplica el teu anglès als mitjans!** Per aquells que teniu un alt nivell d'anglès però el voleu aplicar encara més a la vostra carrera professional. Ara pots sentir-te segur treballant també en anglès (formació adaptable a altres idiomes).

Segons l'AQU 2014, un 1'7% dels joves decideix emprendre la seva pròpia empresa.

- **Llança't a la piscina!** Empren la teva pròpia aventura empresarial, no et donen feina? Auto ocupa't! Et donem el secret perquè el teu negoci funcioni.

Segons l'AQU 2014 el que més valoren les empreses són la solució de problemes, la presa de decisions, el treball en equip, la capacitat de gestió i l'expressió oral.

- **Sabies que el que més valoren els teus futurs caps és la capacitat per prendre decisions i solucionar problemes?** Posa't a prova resolent conflictes que et podrien sortir un dia qualsevol a la feina! A més, milloraràs el treball en equip, ets un bon líder?
- **Passa't al 2.0!** El sector digital és l'únic que fins i tot en temps de crisi crea llocs de treball. Vols perdre't aquesta oportunitat? T'ensenyem el que cal!

El món de la interactivitat i altres feines relacionades amb el món del Web és el sector que ha continuat creant llocs de treball tot i la crisi. És un sector emergent molt poderós relacionat amb el terreny digital, la comunicació corporativa i les relacions públiques. És una afirmació feta pel resum d'Eudald Coll, que s'ha citat en repetides ocasions, sobre l'estudi dirigit per Josep Lluís Micó.

- **Per triomfar a la vida és clau tenir les coses clares, però amb això només no n'hi ha prou! Ho saps transmetre?** Vine a millorar les teves qualitats dialèctiques.

Aquest últim curs està adreçat a aquest 32% de persones enquestades que creuen que s'acabaran ocupant mitjançant l'emprenedoria. Ja que el nostre servei no exclou ningú, també es contempla aquesta possibilitat. Aquest tipus d'oferta està inspirada en el servei Tic Laude que s'ha comentat més amunt.

4.1.3 Potencialitat de les habilitats

4.1.3.1 Proves pràctiques

A banda d'aquesta formació complementària tan específica i completa que no ofereixen els altres serveis (ofereixen formació de temes més generals), també s'oferirà als estudiants un estudi pràctic específic de les seves capacitats per tal de determinar quines són les seves habilitats i en quin camp els és més fàcil trobar feina.

Si es té en compte l'evolució de les vies d'inserció, "s'incrementa lleugerament l'eficiència de les pràctiques a les empreses, però disminueix també lleugerament, la proporció de persones que troben la primera feina mitjançant les borses de treball de les universitats" (AQU: 55, 2014). Ja que tenir una base pràctica també és important a l'hora de trobar feina i contribueix en fonamentar la seguretat d'un mateix i la seva ocupabilitat, també hi haurà exercicis pràctics.

Com funcionaran aquestes proves pràctiques?

- Hi haurà un llistat d'empreses col·laboradores seleccionades en les que els joves podran fer-hi pràctiques. Després d'haver parlat amb Televisió de Girona, molt probablement es seleccionarien **mitjans locals**.
- Les estades seran **més curtes** del que és habitual (100 hores per exemple: serien estades d'un mes) i seran **més concretes** per tal de poder avaluar la seva tasca i determinar el seu valor com a professionals. Per exemple: si es fan pràctiques en una ràdio, el candidat haurà de desenvolupar en el temps pactat un reportatge d'unes característiques molt concretes. Un cop acabada la tasca s'avaluarà el resultat final i el graduat es podrà endur la pràctica com a part del **portfoli** per mostrar juntament amb el seu currículum. Com més petites estades faci, més ric serà el seu portfoli, i més habilitats haurà posat a prova.

4.1.3.2 Proves psicològiques

Són moltes les empreses que acostumen a utilitzar proves psicotècniques per avaluar capacitats, habilitats, destreses i trets de personalitat. Per tal de que MUNDËSI i el propi estudiant tinguin una visió realista del perfil que s'ofereix a les empreses, es faran aquestes proves psicològiques, per orientar correctament la cerca de feina.

- Serà un **requisit** a l'hora de posar-se en mans de MUNDËSI.
- Les proves psicològiques, que passaran per diferents tipus de test, seran gairebé el **primer** que es faci un cop un professional s'inscriu al servei.
- Aquestes proves les faran **consultors externs** a l'empresa, és a dir, psicòlegs totalment objectius a l'entorn de l'estudiant. Degut al tracte proper del servei amb el candidat, podria ser que factors extra professionals intervinguessin en l'avaluació. Per això seran consultors externs.

4.1.4 Les empreses

Un pot pensar, i les empreses, no es parlarà d'aquesta part important del projecte? És un servei principalment adreçat a estudiants i graduats, perquè ells són la preocupació. Però les empreses també es troben en el punt de mira. També es vol que aquest servei sigui de referència en la contractació de nous perfils dins d'un mitjà. Per això és fonamental tractar bé les empreses, conèixer-les, saber què necessiten i què demanen, la seva dimensió... La intenció és documentar a les empreses dels nous perfils que surten de la universitat i assessorar-los en l'acollida de nous professionals a la casa. A més se'ls estalvia el procés de selecció de personal. Podria ser que, pel que se n'ha derivat de la televisió local, les empreses que contractin als nostres professionals siguin grans empreses de la comunicació, mentre que els mitjans locals servien més per desenvolupar les proves pràctiques.

4.1.5 Conclusions

És molt important que els inscrits en el servei sentin que estan acompanyats en el seu procés, que algú es preocupa realment per la seva situació. Nosaltres, amb tota aquesta oferta procurarem que no es sentin sols en cap moment: volem ser útils i accessibles! Així tan bon punt s'inscriguin se'ls realitzaran aquestes proves i s'informarà de tota la oferta formativa així com del procediment d'inscripció i seguiment.

Quines són les claus del bon servei?

- Es comptarà amb una **base de dades** sòlida, tant d'estudiants (i professionals) com d'empreses.
- Serà un **servei obert** a tots els professionals del ram, independentment de fronteres universitàries.
- S'oferirà **consell i formació** des d'una manera propera.
- També s'oferirà un **seguiment als inscrits**.
- I **eines** per desenvolupar les seves habilitats: proves mentals i pràctiques així com formació extra.

Tot plegat amb una única voluntat: construir un servei útil realment! Perquè les borses de treball de les universitats no ajuden als estudiants com sí vol fer-ho aquest servei.

4.2 Parts implicades

4.2.1 Organització

MUNDËSI és un projecte complex i ambiciós, cal que hi hagi diferents departaments coordinats i que treballin conjuntament per fer funcionar tot l'engranatge. Ha de ser una empresa solvent, útil pels estudiants, i fidel a la seva filosofia i essència. Seria un fracàs si els trets definitoris s'anessin desdibuixant amb el temps. Els departaments que entren en acció per fer realitat MUNDËSI tal com ha estat dissenyat són:

- **Departament informàtic**: gestionarà el big data, tot el banc de dades amb els estudiants que surten de les facultats, estat de les plantilles dels mitjans, nombre d'estudiants inscrits i possibles clients potencials... També seria el departament encarregat de dissenyar i mantenir la Web.
- **Departament comercial**: serà el que capti noves empreses per invertir en el servei, i nous alumnes que surtin de la universitat i no tinguin feina, o d'altres que, desgraciadament, hagin volgut provar sort i no se n'hagin sortit: tenim lloc per tothom!
- **Departament de recursos humans**: és el que tindrà contacte directe amb els estudiants i clients i el que mourà tota la massa de clients. Han de ser persones empàtiques i agradables, amb voluntat d'ajudar als estudiants i professionals a trobar feina i les empreses a trobar el professional ideal. Són persones properes, que tinguin la total confiança dels inscrits i que els coneguin personalment i de manera propera per tal de poder-los ajudar i comprometre's amb la causa. Quantes més persones siguin, més estudiants es podran atendre i millor.
- **Departament formatiu**: on es gestionaran tots els cursos que s'oferiran als joves que surten de la universitat sense feina. S'hauran d'encarregar d'elaborar la oferta de formació, de comprovar que sigui de qualitat, de difondre-la d'entre els joves, tot i que d'aquesta tasca de difusió i per tant de contacte directe amb els joves és competència del departament humà. També han de buscar els docents idonis per impartir aquests cursos...
- **Consultors externs**: serà un departament constituït per especialistes extern del sector psicològic on es dissenyaran i es duran a terme totes aquelles proves

que avaluïn els joves per tal de descobrir el seu talent innat, o aquella facultat idònica per potenciar les seves habilitats. És allà on es posen a prova els joves per després inserir-los en una empresa amb la total seguretat i garantia que el perfil encaixarà, perquè el que es ven també és això: garantia de seguretat.

Per començar l'aventura calen 8 persones. Estaria bé que fossin més persones les implicades en el projecte, però per començar i per quadrar pressupostos cal limitar el nombre de treballadors a 8 per tal que tots puguin cobrar un sou (es compta que treballaran 40 hores, és a dir jornada completa).

4.2.2 Recursos humans

Seran, de moment, vuit les persones que s'encarregaran de fer funcionar MUNDËSI.

- Pel departament informàtic i pel departament comercial es requeriran **dues persones**, una per cada tasca.
- En el sector de recursos humans, que és on es diferenciarà a simple cop d'ull el servei, hi haurà **tres persones** treballant.
- Al departament formatiu, que és l'altre pilar de MUNDËSI, hi hauran **dues persones** més.
- Per últim es contractaria **un consultor extern** per realitzar les proves teòriques i psicotècniques.

Val a dir, que es contempla engegar l'empresa amb tres socis inversors que també es trobarien d'entre l'equip. Aleshores caldria buscar quatre treballadors més i un vuitè que treballaria eventualment per fer la tasca concreta de les proves.

4.2.3 Consultors externs

Els consultors externs es contractarien d'un bufet de psicòlegs de confiança. Serien professionals del sector psicològic els que avaluarien les capacitats mentals i els trets definitoris de cada personalitat. És positiu que siguin persones totalment alienes a l'empresa per tal que no interfereixi cap estímul en l'avaluació dels pacients i clients.

4.3 Tipus d'empresa que engegarà el servei

A continuació, les característiques de l'empresa que engegarà el servei:

- MUNDËSI serà una entitat totalment **autònoma** a qualsevol universitat: no tindrà lligams amb cap institució acadèmica perquè vol trencar amb la mala praxis de totes les plataformes estil Treball Campus, borses de treball i derivats que existeixen. Aquest fet és independent a les col·laboracions que poden haver-hi entre aquest servei i les diferents universitats.
- Es crearia en un principi una **Societat de Responsabilitat Limitada (SL)**. La inversió inicial correria per part dels socis fundadors i d'alguna empresa patrocinadora (que tan de bo es trobi per abaratir costos i fer realitat el projecte). De moment, però només es compta amb la inversió dels socis.
- Què cobriria aquesta **inversió inicial**? La creació d'una plataforma online, amb una base de dades sòlida que s'aniria enfortint amb el temps i el treball dels implicats. També cobreix les despeses bàsiques de la instal·lació on s'assenti el projecte si cal alguna petita reforma i les despeses de creació d'una nova entitat empresarial (enregistrament del nom i burocràcia).

Durant el primer període de funcionament del servei tot plegat tindria pèrdues: això compren els primers mesos de vida. Si tot va bé, arribarà un moment en que els guanys i les despeses s'equilibraran fins arribar a tenir beneficis. Tot plegat es veurà més ben representat més endavant en el pla de negoci.

- Tot i que evidentment els diners són molt necessaris per plantar la llavor, MUNDËSI valdria molt més del que ha costat posar-la en marxa, perquè bona part del seu **valor** seria **no dinerari**, és a dir, compost per l'esforç i les hores de treball dels socis fundadors.

4.4 Pla productiu

4.4.1 Infraestructura

Cal una seu del projecte, però en aquest cas es disposa d'un local propi a Girona, pel que això ja no seria una despesa. En aquest espai hi ha d'haver:

- Ordinadors amb connexió a Internet
- Material d'oficina
- Telèfon
- Personal

Tot això val diners, diners que es contemplen dins la inversió inicial.

La feina que engendrarà tot el que es vol aconseguir passa per la recerca i la solidificació d'una base de dades a partir de la qual es podrà treballar per buscar clients potencials: persones que suportin econòmicament el projecte des de les facultats (estudiants que busquen feina) i des de les empreses (mitjans que busquen treballadors). El més important de tot: cal mà d'obra que faci totes aquestes tasques, com es deia, es compta amb vuit persones: tres socis inversors, 4 contractats i 1 consultor extern.

- La **infraestructura online** també s'ha de contemplar. És molt important tenir una plataforma web on sigui fàcil contactar amb el servei i que es converteixi en una primera presa de contacte, s'optaria per una web autogestionable que resulta més assequible.

Aquest és un projecte inicial. S'ha de tenir en ment que aquest projecte es pot extrapolar a qualsevol estudiant català d'arreu del territori.

- Per tant, començaríem amb un web com a punt de trobada de tots aquests estudiants. Es podria començar assentant la seu a Girona, on es disposaria d'un local propi per estalviar aquesta despesa. Després es podrien anar **incorporant nous centres** a mesura que el projecte fos conegut i demandat, de manera que les infraestructures anirien creixent. Podrien ser les mateixes universitats amb les seves respectives borses de treball les que ens podrien ajudar en aquest aspecte (ésser a tot arreu) un cop haguessin vist que realment el servei ajuda i és necessari per als joves. Tot i això, aquest aspecte no es desenvolupa, només és una idea.

4.4.2 Model organitzatiu

Com s'ha esmentat anteriorment, el projecte s'organitza i s'estructura a partir de diferents departaments:

- Departament informàtic
- Departament comercial
- Departament recursos humans
- Departament formatiu
- Consultors externs

Tot i que es presentin departaments distingits, és molt important la cohesió entre les diferents parts per tal d'aconseguir l'objectiu: ajudar als joves a trobar feina.

4.4.3 Necessitats de personal propi i característiques contractuals

La idea és que els treballadors puguin viure de la seva feina: és a dir, de treballar en el servei. Des del moment que es critica en aquestes pàgines la feina no remunerada com a modus vivendi per intentar trobar una feina millor, seria impensable que aquest servei es basés en l'altruisme de les persones. Tothom té les seves responsabilitats en aspectes diversos de la vida, i el temps de la gent val diners, més o menys en funció d'aquestes responsabilitats, però tot això s'ha de pagar: no es pot viure de l'aire! Que és el que pretenen certs contractes de pràctiques.

Deixant de banda la crítica social, l'objectiu és:

- Contractar treballadors a **jornada completa**. Per fer això possible cal tenir guanys: consegüentment és important la correcta difusió del projecte, perquè s'escampi viralment d'entre els joves i es converteixi el més aviat possible en una plataforma necessària i un pas gairebé obligat per qualsevol jove que surt de la facultat. Tothom ha de voler saber quina oferta formativa tenim, com els podrem oferir feina i quin és el nostre sistema per avaluar les seves competències.

Com bé es veurà en el pla de negoci, els primers mesos hi haurà pèrdues, però l'estabilitat econòmica dels treballadors implicats en el servei, juntament amb la recerca de feina pels joves és una prioritat.

4.4.4 Sistema de funcionament

Quin serà el procés que farà que un graduat trobi feina?

1. Primer de tot el graduat **s'inscriurà** al nostre servei de forma gratuïta.
2. El nostre personal realitzarà una **entrevista presencial** amb l'usuari per conèixer-lo i mostrar-li el suport i garanties de confiança.
3. Un cop guardat el perfil del professional se li proposaran els **cursos formatius** a un preu assequible que serveixen per tenir una major possibilitat de trobar feina.
4. Un cop l'alumne s'ha allistat o no a aquests cursos (són optatius, però molt recomanables) se li faran unes **proves psicotècniques** per tenir una primera presa de contacte amb el seu nivell. Aquestes proves són gratuïtes.
5. Se li explicarà també, la **filosofia MUNDËSI** i se li recomanarà un lloc de pràctiques per dur a terme la part pràctica de les proves.
6. **S'escollirà l'empresa** en funció de les preferències del jove i del resultat de les proves psicotècniques.
7. També se l'informarà del **panorama actual**, on podria tenir cabuda i en qüestió de quant de temps podria trobar feina. En cas que en trobi el servei es quedarà un tant per cent del seu sou mentre formi part de la plataforma MUNDËSI (és a dir, mentre té un contracte indefinit).
8. L'estudiant i el personal estaran en **contacte gairebé diari** per tal de convertir aquesta especialització en el subsector de la comunicació en un servei proper i digne de confiança.
9. Un cop es tinguin els **resultats de l'avaluació pràctica** es citarà a l'interessat per comentar-ho i es definirà el proper pas.
10. Continuar amb **un altre curs formatiu, una altra prova pràctica, etc.** L'avaluació d'aquestes competències pràctiques es realitzarà entre el professional de l'empresa i l'especialista de MUNDËSI.

4.5 Pla de negoci

És important dissenyar un bon pla de negoci per preveure les despeses i saber si el projecte serà o no serà rendible. El rèdit econòmic no és un objectiu, de fet, com s'ha comentat a la introducció, la principal voluntat és ajudar als joves, però això només es pot fer amb el sistema en actiu pel que calen beneficis.

4.5.1 Inversió

Un càlcul de les inversió inicial és indispensable per saber quant líquid haurà d'aportar cada soci inversor que, com es deia, en són tres. A continuació una llista orientativa de tots els costos inicials:

| CONCEPTE | INVERSIÓ |
|--|----------------------------------|
| <i>Lloguer local</i> | 0€ |
| <i>8 ordinadors</i> | Entre 4.000 i 6.000€ |
| <i>Contractació Internet i telèfon</i> | 60€ |
| <i>Mobiliari (8 taules i cadires)</i> | 150€ per conjunt x 8 = 1.200€ |
| <i>Material d'oficina</i> | 200€ |
| <i>Web autogestionable</i> | 1.400€ |
| <i>Imprevistos</i> | 1.000€ |
| <i>Constitució empresa</i> | 5.000€ |
| TOTAL | 13.860€ |

No es contempla cap inversió inicial pel local perquè es compta amb un local de propietat privada. De moment, tampoc es contempla la publicitat, que és un cost important.

Es podria acordar que cada soci aportés 5.000€ per fer realitat el servei, de manera que s'arribarien a acumular 15.000€ que servirien per fer front a totes aquestes despeses inicials, als requisits que demanen els bancs per fundar una empresa del tipus SL, i altres imprevistos que s'englobin dins la primera inversió.

4.5.2 Ingressos

Els principals ingressos s'obtindran de:

- Inserció laboral dels alumnes
- Cursos de formació

Referent a la inserció laboral, quin és el tracte que fa MUNDËSI amb el jove i l'empresa?

- El sou brut serà de 1.200€ per realitzar una jornada completa
- El treballador rebrà aquest import menys:
 - o 6'4% que es tributarà
 - o 8'6 % que es queda pel servei, ja que l'empresa contracta el servei d'un professional que treballa per MUNDËSI.

És a dir: 1.200€ – 15%=1.020€

- El sou net serà 1.020€.
- Aquest tracte es mantindrà els primers sis mesos mentre duri el contracte temporal.
- Un cop l'empresa vulgui contractar al treballador haurà d'abonar una paga extra per quedar-se amb els drets (1.200€).

El principal ingrés mensual l'obtindrem amb la inserció al món laboral dels alumnes. S'han definit els números d'aquesta manera seguint el grup e cotització en qüestió, que és el número 6. Si tot va bé, a partir dels primers sis mesos s'estabilitzaria el servei i s'equilibrarien les despeses i els beneficis.

El sou que es percep va en concordança amb el grup de cotització, que és el 06.

A partir d'aquestes dades s'ha calculat que després dels sis primers mesos començaria a estabilitzar-se el servei i s'equilibrarien els costos amb els beneficis.

Així doncs, per persona es rebria un líquid de 103€. Si es col·loquen 10 persones al mes es percebran 1.030€. Amb les bonificacions i el cicle iniciat, l'import a percebre augmentaria mes rere mes fins equilibrar-se:

Treball de Fi de Grau

| MES | Nº INSERITS LABORALS | BENEFICIS |
|-----------------|----------------------|--|
| <i>Gener</i> | 10 | 1.030€ |
| <i>Febrer</i> | 20 | 2.060€ |
| <i>Març</i> | 30 | 3.090€ |
| <i>Abril</i> | 40 | 4.120€ |
| <i>Maig</i> | 50 | 5.150€ |
| <i>Juny</i> | 60 | 6.180€ + bonificació X (12.000€ màx.) |
| <i>Juliol</i> | 60 | 6.180€ + bonificació X |
| <i>Agost</i> | 60 | 6.180€ + bonificació X |
| <i>Setembre</i> | 60 | 6.180€ + bonificació X |
| <i>Octubre</i> | 60 | 6.180€ + bonificació X |
| <i>Novembre</i> | 60 | 6.180€ + bonificació X |
| <i>Desembre</i> | 60 | 6.180€ + bonificació X |

S'ha marcat la fita d'inserir una mitja de 10 treballadors al mes perquè és una xifra assequible⁷.

Si pensem en els cursos de formació, seran al segona font d'ingrés.

| | CURS 1 | CURS 2 | CURS 3 | CURS 4 | CURS 5 |
|----------------------------------|----------------|--------|--------|--------|--------|
| <i>Nº alumnes</i> | 20 | 20 | 20 | 20 | 20 |
| <i>Mitja de quota per alumne</i> | 75€ | 75 | 75 | 75 | 75 |
| <i>Total</i> | 1.500€ | 1.500€ | 1.500€ | 1.500€ | 1.500€ |
| | 13.680€ | | | | |

Cada curs podria tenir uns 20 alumnes i al mes (perquè tindrien aquesta durada)es realitzarien cinc cursos diferents. Hi ha una promoció de formació.

- 1 curs: 80€
- 2 cursos: 150€

⁷ Tenint en compte el target "Orientativament la promoció del 2012-13 va llençar al mercat laboral 1504 graduats. De tots aquests joves un 11% podrien ser aturats (segons les dades del 2014 de l'AQU). Aquest tant per cent suposa 165 persones. Aquest és el públic potencial al qual ens dirigim." (A.Fuentes:11, 2015)

Treball de Fi de Grau

- 3 cursos: 210€

Cada persona pagaria una mitja d'uns 75 euros Aleshores al mes s'obtindrien per curs 1.500€, si es fan 5 cursos al mes es guanyarien 7.500€.

En total hi ha uns beneficis orientatius de **13.680€** més bonificacions a part.

4.5.3 Despeses

Les despeses s'han de tenir molt presents i cal fer un càlcul molt acurat per tal que MUNDËSI tingui nivell prou elevat però mantenint el pressupost a ratlla.

A continuació les despeses:

| DESPESES | IMPORT |
|-------------------------------|---|
| <i>Docent cursos formació</i> | (15€ x 16 h mensuals= 240 x 5 cursos:)1.200€ |
| <i>Sou treballadors</i> | 1.200€ per 7 treballadors: 8.400€ |
| <i>Sou consultor extern</i> | 500 € |
| <i>Subministrament</i> | 300€ |
| TOTAL | 10.400€ |

4.5.4 Resultat

Si es contempen tots els ingressos i les despeses al cap del mes la situació seria la següent:

| | INSERCIÓ LABORAL | BONIFICACIONS | CURSOS DE FORMACIÓ | TREBALLA DORS | SUBMIN ISTRAM ENT | TOTAL | |
|------------------|-----------------------------|--------------------------|-------------------------------|--------------------------|----------------------------------|--------------|--------|
| <i>Ingressos</i> | 6.180€ | Fins a 12.000 € màxim | 7.500€ | | | 13.680€ | 3.280€ |
| <i>Despeses</i> | - | - | 1.200€ | 8.400€ + 500€ | 300€ | 10.400€ | |

Amb el sistema que aquí es proposa es començarien a guanyar beneficis ben aviat (al cap de sis mesos de començar a trobar feina als joves). Cada mes hi hauria uns guanys de 3.280 €.

4.5.5 Ajudes i subvencions

Ara bé, si és cert que un cop engegat el projecte la inversió inicial és important i l'empresa ha d'assumir aquesta despesa. Per això, com s'ha dit a les primeres pàgines, es buscarà finançament a la Generalitat de Catalunya o al Consell Audiovisual Català, així com a d'altres empreses que puguin estar interessades en invertir. De moment es demanaria una ajuda de la Generalitat per a emprenedors que reduiria la inversió inicial 10.000€.⁸

Per tant, si s'havia dit de posar 15.000€ en conjunt només caldria posar-ne 5.000.

És a dir: 15.000€ – 10.000€ = 5.000€

També es podria mirar d'aconseguir altres dotacions, com per exemple la que donaria el CAC. Es podrien obtenir fins a 5.000€, però en aquest cas cal aportar una investigació que segurament s'allunyaria de la raó de ser del projecte, així doncs queda descartada.

De totes maneres, per tal de no comptar amb un capital que no és segur, per si finalment no concedissin l'ajuda o no es trobessin empreses interessades en invertir, la inversió inicial podria quedar-se amb els 15.000€ acordats. Ja que de moment MUNDËSI és una suposició, es podria dir que es tenen els diners necessaris per la inversió.

⁸ Emprenedors, autònoms i comerços disponible a: [http://icf.gencat.cat/ca/01 - productes i serveis/prestecs per a empreses/autonoms i comercos/](http://icf.gencat.cat/ca/01_-_productes_i_serveis/prestecs_per_a_empreses/autonoms_i_comercos/)

4.6 Pla de màrqueting i comercial

Que es difongui el projecte d'entre els estudiants i les empreses és vital perquè tingui èxit.

4.6.1 Accions per les empreses

Per les empreses es realitzaria el següent:

- Una campanya que passés per publicitar-se en diferents **publicacions específiques** del sector de la comunicació.
- Entrevistes presencials amb els directors dels grans mitjans i dels més petits.

Se'ls oferiria:

- A les **grans empreses** se'ls enfocaria el projecte des del punt de vista que poden obtenir mà d'obra amb potencial estalviant-se el procés de selecció.
- A les **petites empreses**, tot i que també s'explicaria que hi ha aquesta possibilitat de contractar nous professionals, se'ls encararia més la campanya per acollir als estudiants per realitzar les proves pràctiques.
- Enviament de **dossiers informatius** que exposin en diferents formats en què consisteix el servei. Hi constaria:
 - **Característiques** del servei
 - Composició del seu **equip** humà
 - Aspectes **financers**
 - **Altres** dades d'interès
 - Versió de la **web**
 - **Inquietuds** dels joves amb les enquestes formalitzades i ampliades per fer palès que MUNDËSI té un fonament contundent i que és susceptible de tenir èxit.

4.6.2 Accions pels estudiants

Els estudiants han de saber que existeix MUNDËSI.

- Es faria una **campanya de publicitat 360**. Hi hauria publicitat a diferents suports i mitjans:
 - o **Mitjans** de comunicació
 - o **Publicacions** i diaris
 - o **Mobiliari urbà** de les universitats i entorns propers
 - o **Xarxes socials** i Internet
 - o **Fulletons** en mà als propis estudiants i penjats als plafons de la universitat
 - o **Xerrades** als centres educatius

4.6.3 Conclusions

Tot això val moltíssims diners, ja que no es sap el preu estimat d'aquesta campanya i MUNDËSI ara per ara només és el disseny d'un servei, es deixa aquesta variació en el pressupost i pla de negoci en interrogant, però és imprescindible realitzar una campanya publicitària tant amb les empreses com pels estudiants. Si el servei no es coneix, no tindrà èxit.

5 Disseny de la plataforma web

La plataforma web que s'ha creat i que es pot visitar és:
<http://aidafuentes.wix.com/mundesi>

A l'hora de dissenyar la plataforma web s'ha procurat:

- Fer un **disseny** atractiu i intuïtiu.
- Donar un **missatge** molt juvenil, clar i expressiu. Això s'ha buscat amb el **llenguatge**, procurant que sigui clar; amb els **colors** vius de la pàgina; amb la força de les **imatges**; amb una **tipologia** de lletra que no és previsible ni monòtona: això fa que l'usuari tingui ganes de seguir explorant la pàgina, els ulls no es cansen.
- Oferir un espai tant pels **graduats** com per les **empreses**.
- Potenciar les eines socials com **Skype**, que afavoreixen un contacte més proper.

- Donar la oportunitat als joves d'omplir un **blog** amb les pròpies experiències. D'aquesta manera es podrien enriquir amb altres entrades i seria una manera que el personal de MUNDËSI conegués més de prop els joves que sol·liciten el servei.
- S'ha intentat donar una **visió totalment transparent del servei**: mostrant els inicis, permetent la descàrrega de documents, fent fàcil el contacte, etc.

Si s'analitzen les seves característiques se n'extreu el següent:

- **Disseny**: el disseny de la web és senzill, molt intuïtiu i s'ajusta a les necessitats del target: els joves. Transmet optimisme, i una idea molt clara: que trobar feina és possible i amb MUNDËSI és fàcil!
- **Estructura**: L'estructura que presenta és adequada perquè els **menús** estan ben diferenciats. El menú principal es troba al costat del títol de la web, seguint l'ordre lògic de lectura (els ulls comencen a llegir a l'esquerra per seguir cap a la dreta) i s'indica perfectament a qui va adreçada la categoria (a estudiants, a empreses, etc.) El menú de la part superior de la dreta és un menú ràpid, més curt que també dirigeix al usuari a les pàgines principals de la web. És per això que la web de MUNDËSI facilita la **navegació** de l'usuari, perquè té una estructura clara i intuïtiva.
- **Contingut**: el contingut de la web està en concordança amb la voluntat de MUNDËSI. S'explica, amb un **llenguatge** fàcil, què han de fer les empreses per participar, què han de fer els estudiants per inscriure's al servei, d'on va sorgir la idea, és a dir els inicis; es dona **veu** als joves i ofereix, ja a la pàgina d'inici facilitats per posar-se en **contacte** amb la organització. Perquè el tracte personal és fonamental per MUNDËSI. És per això que s'ofereix la possibilitat de **contactar via Skype**. Aquesta eina normalment no s'utilitza en les pàgines web de borses de treball. És una novetat.
- **Versió mòbil**: de moment la web de MUNDËSI **no disposa** d'una versió per dispositius mòbils. Seria interessant, si el projecte tirés endavant poder crear-ne una. Ara es pot consultar la web amb el telèfon, però es modifica l'estructura de la pàgina web.

- **Visites:** es fomenta que hi hagi un **feedback** de la visita a la pàgina web. Hi ha un espai al marge dret per deixar el **comentari** sobre el tracte rebut a MUNDĒSI, dubtes, aspiracions, pensaments... qualsevol cosa que els joves vulguin transmetre quedarà publicat directament a aquesta part de la web destinada a donar veu als joves. Els usuaris també poden participar en el **blog** que es pot trobar al menú, a l'apartat **Comparteix**. Aquesta eina està pensada per comentaris més llargs i fins i tot comentaris amb algun arxiu adjunt.
- **Social Media:** A la web hi ha presència de **xarxes socials**. A baix a la dreta, juntament amb la col·laboració d'altres empreses, es pot accedir a les xarxes socials (de moment, ja que el servei no existeix no estan vinculades les xarxes amb la web). De totes maneres, la xarxa social que més s'ha volgut destacar i per això és més visible és **l'Skype**. Tot i així, i com no podria ser d'altre manera, MUNDĒSI està present a les xarxes.

A continuació unes captures de la pàgina web, tot i que els convido a visitar-la i a interactuar.



Prendre el control de LA TEVA VIDA.

Treballar hauria de ser un dret, no un privilegi! Vols treballar? Doncs pots! Nosaltres t'ajudem!

Estàs esperant EL MOMENT PERFECTE ARA?

deixa de lamentar-te, **TROBA FEINA.**

No tens res a perdre, el servei és gratuït, t'oferim la possibilitat de créixer com a persona i com a professional a més et coneixem les empreses del sector, vols empreure el teu projecte? també t'ajudem! consulta la nostra oferta formativa.

Demana informació sense compromís

Nom:

Email:

Telèfon:

Messatge:

Enviar

ets una empresa? TENIM EL PERFIL QUE ESTAS BUSCANT.

Testatvem el procés de selecció. Les nostres proves psicològiques i pràctiques et donaran la total garantia que el perfil que t'oferim és el que estàs buscant!

Informa't de la nostra formació!

II

Pensava que mai trobaria feina. Estava segura que amb el meu currículum un cop acabés la universitat ningú em contractaria. Pagar-me a les mans de MUNDËSI ha estat el millor que m'ha passat mai.

Alexandra Vidal II

II

Ja no creia en un servei així. No't van venir a presentar a casa i ho heu fet clar. He trobat companyes que començar a explicar-me les oportunitats de treballar amb MUNDËSI. Ara estic molt contenta.

Nil Nadal II

II

Et que més m'agrada de MUNDËSI és el servei personalitzat. Et fan sempre preguntes especials!

Clara Garrido II

II

Gràcies per tanta oportunitat i pacència quan vaig sortir de la universitat. Amb les proves de MUNDËSI he crescut com a professional i ara sóc feina!

Carla Verduguer II

deixa de lamentar-te, TROBA FEINA.

No tens res a perdre, el servei és gratuït, t'oferim la possibilitat de créixer com a persona i com a professional a més et coneixem les empreses del sector, vols empreure el teu projecte? també t'ajudem! consulta la nostra oferta formativa.

ets una empresa? TENIM EL PERFIL QUE ESTAS BUSCANT.

Testatvem el procés de selecció. Les nostres proves psicològiques i pràctiques et donaran la total garantia que el perfil que t'oferim és el que estàs buscant!

Descobreix el millor de tu.

Diem que per triomfar calen tres coses: esforç, talent i sort. Estem disposats a buscar aquesta sort amb tu, amb tot el nostre esforç i a potenciar tot el talent que tens i fer-lo créixer. Aquesta és l'essència de MUNDËSI. Pot sonar molt ambiciós tot plegat, però només volem ajudar a persones com tu a trobar feina, una feina en aquest món que ens fa viure. Al capdavall, d'això va la vida. De fer el que realment ens omple.

truca'ns : 931 123 456 >>

[Inici](#)
[La teva oportunitat, servei a graduats](#)
[La teva oportunitat, servei a empreses](#)
[Inici](#)
[Contacte](#)
[Compenx](#)

LA TEVA OPORTUNITAT, SERVEI A GRADUATS

Formació/Carrera/Família/Diners/Estabilitat / Felicitat i Benestar/Comunicació

Molts coincidireu en que la felicitat personal passa sovint pel benestar laboral. El món de la comunicació no és un món fàcil, és una vocació. L'estabilitat emocional passa per tenir una feina que ens ompli i ens faci feliç. Potser la feina encara no arriba, però tu ja estàs a punt per agafar-la!

- >> Oferta formativa
- >> Proves psicotècniques
- >> Proves pràctiques
- >> Consulta les ofertes de feina actuals

La OFERTA FORMATIVA et permetrà assolir més competències i millorar professionalment. Està comprovat científicament que com més s'estudia més possibilitats hi ha de trobar feina!
 Les nostres PROVES PSICOTÈCNiques fetes per especialistes faran que coneixis quines són les teves habilitats i en quin perfil laboral escolliràs millor tenir en compte la teva personalitat.
 Les PROVES PRÀCTIQUES et permetran vestir el teu portafoli per ensenyar a les empreses a més d'obtenir la valoració d'un professional del sector que haurà vist com treballes i et podrà ajudar a millorar.

mundësi [Inici](#) [La teva oportunitat, servei a graduats](#) [La seva oportunitat, servei a empreses](#) [Inicis](#) [Contacte](#) [Compareix](#) truca'ns : 931 123 456 >>

LA SEVA OPORTUNITAT, SERVEI A EMPRESES

Objectiu Clar/CV i Procès de Selecció/Com escollir el millor candidat/Perfil de qualitat/ Garantia de seguretat/ MUNDËSI

Dirigeixes un mitjà de comunicació i necessites un nou professional. no saps per on començar a buscar. Últimament has tingut mala sort. A MUNDËSI t'asseguem l'èxit! Deixa'ns a nosaltres el procés de selecció, t'ajudem?

  [Bases i funcionament](#)
[Consulta el perfil dels nostres graduats](#)
[Proves pràctiques](#)

Si ets un mitjà local, a més de consultar el perfil dels nostres graduats, per què no t'informes de com ajudar-nos a potenciar les seves habilitats mitjançant proves pràctiques? Pot ser un bon intercanvi per la teva empresa i pel nostre servei. I tot de franc!

mundësi [Inici](#) [La teva oportunitat, servei a graduats](#) [La seva oportunitat, servei a empreses](#) [Inicis](#) [Contacte](#) [Compareix](#) truca'ns : 931 123 456 >>

INICIS I FUNCIONAMENT

Tot va començar amb un projecte de final de grau. El context social, la dificultat de trobar feina i la incompetència d'algunes borses de treball ens van fer reaccionar...

La **ocupabilitat** és la capacitat d'una persona per trobar feina o per conservar la que ja té. Des del principi som conscients que no podem oferir-te un lloc de treball si no n'hi ha, però sí que millorarem les teves competències perquè en el moment oportú no deixis escapar cap oportunitat. Et donem la garantia a tu, graduat, que el teu potencial et servirà per aconseguir allò que et proposis. Et fem la garantia a tu, empresa, que el professional que contractis a MUNDËSI et funcionarà i no et fallarà.

  [Dossier dels graduats](#)
[Dossier per les empreses](#)

Potenciem les habilitats dels graduats mitjançant:

- Una oferta formativa específica
- Proves psicològiques i psicotècniques
- Proves pràctiques

A més serem un més de la família! S'ofereix un seguiment exhaustiu i personalitzat de cada cas en concret.

Treballem amb: 

© 2015 per MUNDËSI SL. Creado con Wix.com

mundësi [Inici](#) [La teva oportunitat, servei a graduats](#) [La seva oportunitat, servei a empreses](#) [Inicis](#) [Contacte](#) [Compareix](#) truca'ns : 931 123 456 >>

CONTACTE

Parlem? No entès que MUNDËSI és un servei especialitzat. Et volem escoltar. Pots parlar amb nosaltres a través del següent formulari, per correu electrònic, per telèfon o per skype!

Formulari:

Nom:

Email:


Telèfon:


Assumptes:

Message:

Ctra, Barcelona 93
17002, Girona.
info@mundësi.com

Tel: 931- 123-456



Treballem amb: 

© 2015 per MUNDËSI SL. Creado con Wix.com



6 Conclusions finals

De tot aquest estudi se n'extreuen diferents conclusions:

- Més de la meitat dels joves afronta amb **ganes** el seu futur laboral tot i **dependre** dels pares i no creure en el seu **currículum** per trobar feina.
- Els serveis tipus borsa de treball que ofereixen les empreses són poc **efectius**, de fet, fins i tot hi ha estudiants que es **desvinculen** d'aquests serveis perquè no hi confien. Tot i això, pel que s'ha estudiat, potser **l'excepció** és Blanquerna.
- El context de **crisi** ha canviat el **panorama** que ha fomentat que hi hagi menys ofertes de treball. Aquesta situació n'ha forçat d'altres. Per exemple s'han disparat els convenis de **pràctiques** com a contractes laborals encoberts.
- Entre la descripció que La Generalitat fa en l'estudi d'inserció laboral (AQU 2014). i la realitat que aquí s'ha estudiat hi ha una gran diferència. Es podria dir que aquesta institució pren una posició poc realista.
- En el context actual MUNDËSI es posiciona com un servei **diferent**, dissenyat pensant en totes aquestes característiques i pensant exclusivament en els **joves** que surten de les **facultats de comunicació**.

- La **personalització** del servei, la manca de **fronteres** institucionals i les eines que s'ofereixen per desenvolupar les habilitats de cada un són els seus trets definitoris.
- El disseny de MUNDËSI és **innovador** per la seva capacitat d'adaptar-se al context canviant.
- Vol aportat **garantia** de futur als joves, un millor **nivell professional** a les empreses, el que s'ha de traduir en una major **competència** dels serveis.
- Es tracta d'oferir a les empreses el **professional ideal** i als estudiants els dóna una **oportunitat** per inserir-se al món laboral. En conclusió, MUNDËSI per sobre de tot vol projectar **seguretat**.

MUNDËSI ara només és un projecte, un disseny, una llavor. Si es pogués transformar en r

realitat canviaria el panorama comunicatiu: els joves estarien més segurs d'ells mateixos i les empreses tindrien millors professionals. A part, el context de crisi ha de canviar tard o d'hora. Positiva com sempre, estic segura que el temps de bonança ha d'arribar tard o d'hora i quan arribi, estarem preparats.

7 Bibliografia

La informació per fer realitat aquest treball ha estat extreta de:

- **Entrevistes** presencials i telefòniques
- **Enquestes** de producció pròpia

7.1 Llistat de referències

- *De l'escola al treball: ensenyar a trobar feina: una aplicació dels "programes transició" de la CEE a un institut d'EEMM.* ROURA ORIOL, Núria. Bellaterra, Institut de Ciències de l'Educació de la Universitat Autònoma de Barcelona. 1986.

- *Mòdul per a la gestió d'una borsa de treball a un centre universitari, memòria del projecte d'Enginyeria en Informàtica.* FERRER I BELLÉS, Lluís. Barcelona, Universitat Autònoma de Barcelona, 2008
- *Borsa de treball on-line: memòria del projecte d'Enginyeria Tècnica en Informàtica de Gestió.* TERRADELLAS FONTCUBERTA, David. Barcelona, Universitat Autònoma de Barcelona, 2006
- *Disseny i desenvolupament d'una aplicació web per gestionar una borsa de treball: memòria del projecte d'Enginyeria Tècnica en Informàtica de Sistemes.* VILA MUSTÉ, Albert. Barcelona, Universitat Autònoma de Barcelona 2006
- *Borsa de treball Labor.* TORRES, RIBAS, Anna. Barcelona, Universitat Autònoma de Barcelona 2004
- *Història del periodisme: notícies, periodistes i mitjans de comunicació.* GUILLAMET Jaume. Bellaterra, Universitat Autònoma de Barcelona, 2003
- *Triunfó la libertad de prensa: 1977-2000, la transición sin ira del periodismo en España.* CRESPO DE LARA, Pedro. Madrid, La Esfera de los libros, 2014
- *Siempre llega la noche: momentos estelares de medio siglo de periodismo.* PALOMARES, Alfonso S. Barcelona, Ediciones B, 2014
- *El nuevo periodismo.* WOLFE Tom. Barcelona, Anagrama, 2012
- *El Periodismo catalán: prensa e identidad: un siglo de historia (1879-1984).* FIGUERES, Josep Maria. Madrid, Fragua 2012
- *Història de la comunicació a Catalunya: apunts i guia didàctica.* MORENO Amparo. Bellaterra. 1996
- *La Comunicación a través de la historia.* Madrid, Visión Libros, 2013
- *Informe de la comunicació a Catalunya 2011-2012.* Bellaterra, Institut de la Comunicació. Universitat Autònoma de Barcelona, Generalitat de Catalunya, 2012
- *Communicatio: un itinerari històric.* MURCIA Nausicaä. Bellaterra Universitat Autònoma de Barcelona.
- *La orientación profesional y currículum universitario. Una estrategia educativa para el desarrollo profesional y responsable.* GONZALEZ MAURA, Viviana. Laertes 2004.

- *Reflexió: El testimoni dels primers becaris Huertas*. RUIZ Sergio. Capçalera, revista del Col·legi de Periodistes de Catalunya nº 145 (pàg. 4-11), 2010.
- *Dossier especial. Crítiques, mites i tòpics al voltant dels becaris*. ORTIZ Sònia. Capçalera, revista del Col·legi de Periodistes de Catalunya nº 145 (pàg. 76-79), 2010.
- *Universitat i treball a Catalunya 2014, Estudi de la inserció laboral de la població titulada de les universitats catalanes*, Agència per la Qualitat del Sistema Universitari de Catalunya, 2014.
- *Ponència per a la diagnosi i l'elaboració de recomanacions sobre els estudis de Periodisme a Catalunya*, Universitat Pompeu Fabra, juny 2013.
- *Informe sobre borsa de treball i convenis de cooperació educativa de la UdG*. Consultat l'1 de febrer del 2015 a: <https://www.udg.edu/Portals/11/Users/118/10/33910/8%20BORSA%20DE%20TREBALL.pdf>
- *Informe sobre la inserció laboral. Edició 2014 UAB*. Consultat l'1 de febrer del 2015 a: <http://www.uab.cat/servlet/BlobServer?blobkey=id&blobnocache=true&blobw here=1345680648679&blobheader=application/pdf&blobcol=urldocument&bl obtable=Document>
- *Campanya gratis no Trabajo*. Consultat el 10, 12 i 15 de març a: <http://www.redactorfreelance.com/2013/11/ha-servido-para-algo-la-campana-gratis.html>
- *Guia d'informació i documentació per trobar feina*. Consultat el 19 de març del 2015 a: <http://www.mataro.cat/web/portal/contingut/document/originals/pasapas.pdf>
- *Guia per trobar treball d'Adecco*. Consultat el 20 d'abril del 2015 a: <http://www.barcelonesjove.net/sites/default/files/filelibrary/adecco.pdf>
- *Observatori de l'APM per la Observació de la crisi*. Consultat el 28 d'abril del 2015 a: http://www.apmadrid.es/images/stories/Observatorio_APM_10oct14.pdf


- *El retrat més precís de la professió*, COLL Eudald 2013, Col·legi de periodistes de Catalunya consultat el 10 de maig del 2015 a: <http://www.periodistes.org/ca/article/el-retrat-mes-precis-de-la-professio-53.html>
- *Luz y taquígrafos*, Sindicat de Periodistes de Madrid, desembre del 2007. Consultat el 10 de maig del 2015 a: http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:zHBnkCgBWrlJ:www.fesp.org/index.php/noticias/item/download/44_16601e6dd22a0b5542d779cc9f0e977f+&cd=2&hl=es&ct=clnk&gl=es
- *Comentarios de la Federación de Sindicatos de Periodistas (FeSP) a la Propuesta de diez puntos para armonizar las Prácticas Externas de las Facultades de Ciencias de la Comunicación y de la Información aprobada por la Conferencia de Decanos*. Consultat el 28 de maig del 2015 a: http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:nsxbMDb9mkMJ:www.fesp.org/index.php/template/item/download/42_4d2a7552c9cba02a83a3e831933e2a75+&cd=1&hl=es&ct=clnk&gl=es
- *Cómo analizar una página web de alguien que no tiene ni idea, y que te entienda*. Consultat el 31 de maig del 2015 a: <http://www.notantomarketing.com/2013/10/29/como-analizar-una-pagina-web-de-alguien-que-no-tiene-ni-idea-y-que-te-entienda/>
- Per realitzar el Pla de Negoci:
 - Ajuts del CAC a Projectes de Recerca en Comunicació. Consultat el 10 de maig del 2015 a: <https://www.cac.cat/web/premis/detall.jsp?Mjk%3D&MQ%3D%3D&>
 - Emprenedors, autònoms i comerços Consultat el 10 de maig del 2015 a: http://icf.gencat.cat/ca/01_-_productes_i_serveis/prestecs_per_a_empreses/autonomos_i_comercos/
 - Cotització i recaptació dels treballadors, Seguretat Social, consultat el 10 de maig de 2015 a: <http://www.seg->

social.es/Internet_5/Trabajadores/CotizacionRecaudaci10777/Basesytiposdecotiza36537/index.htm

- ¿Cómo constituir una Sociedad limitada? Consultat el 10 de maig del 2015 a: <http://www.notariofranciscorosales.com/como-constituir-una-sociedad-limitada/>

8 Annex

No volia donar per finalitzat aquest treball sense adjuntar una còpia de les enquestes repartides per conèixer més de prop les inquietuds dels joves.



Missió: trobar feina després de la universitat

* Required

A quina universitat estudies? *

- UAB
- UPF
- UB
- UDG
- UIC
- UVIC
- URL
- UAO
- URLL
- UOC

Què estudies? *

- Comunicació Audiovisual
- Periodisme
- Publicitat i relacions públiques
- Other:

Un cop acabada la carrera *

- Continuaré estudiant
- Treballaré, però d'alguna cosa lluny del que he estudiat
- Vull provar sort en el meu sector
- Ja tinc feina en el meu sector

Com és la teva situació econòmica? *

- Depenc dels pares
- Em puc mantenir (tinc una feina que em dona prou diners)
- Tinc estalvis per viure i estudiar

Com és la teva situació econòmica? *

- Depenc dels pares
- Em puc mantenir (tinc una feina que em dona prou diners)
- Tinc estalvis per viure i estudiar
- Altres

Com afrontes el teu futur professional? *

- Por
- Desànim
- Esperança
- Ganes

Com creus que t'acabaràs ocupant? *

- Amb un contracte laboral
- Empenta pròpia i emprenedoria

De què t'agradaria treballar? *

- Càmera
- Mesclador/a
- Muntador/a
- Tècnic/a de so i vídeo
- Fotoperiodista
- Redactor/a
- Presentador/a
- Loctuor/a
- Guionista
- Director/a de cinema
- Productor/a
- Realitzador/a
- Publicista
- Relacions públiques
- Other:

Què faràs per trobar feina en el teu àmbit? *

- Faré practiques a molts llocs perquè em coneguin
- Enviaré CV
- Preguntaré a ETT
- Other:

Creus que amb el teu CV actual trobaries feina del que has estudiat? *

- Sí
- No

Director/a de cinema

Productor/a

Realitzador/a

Publicista

Relacions públiques

Other:

Què faràs per trobar feina en el teu àmbit? *

Faré practiques a molts llocs perquè em coneguin

Enviaré CV

Preguntaré a ETT

Other:

Creus que amb el teu CV actual trobaries feina del que has estudiat? *

Sí

No

No n'estic segur/a

T'inscriuries en un servei que et potenciés el teu perfil i habilitats i que et busqués feina en el teu camp? *

Sí

No

Depén

Quan pagaries per aquest servei? *

Posem que aquest servei existeix. És una plataforma que serveix de pont entre l'estudiant i les empreses. Aquest servei, a més, potencia les millors qualitats de cada estudiant per assegurar a les empreses el bon fixatge, i al futur treballador una futur laboral prometedor. Comprén proves per desenvolupar la teva millor habilitat i poder-la potenciar, i la recerca de la teva feina ideal.

Pagaria només si em troben feina. I pagaria un 20% del meu primer sou.


Pagaria només si em troben feina. I pagaria un 10% del meu primer sou.

Prefereixo pagar un preu fix, em trobin o no em trobin feina. 100 euros per exemple.

Prefereixo pagar un preu fix, em trobin o no em trobin feina. 150 euros per exemple.

Jo no pagaria, no m'interessa un servei així

Never submit passwords through Google Forms.

Powered by  Google Forms

This content is neither created nor endorsed by Google.
[Report Abuse](#) - [Terms of Service](#) - [Additional Terms](#)