



PROJECTA'T: Informe de resultats

Perfil professional: Comerç i Màrqueting

Unitat de Prospecció i Anàlisi Laboral (UPAL)
Gener 2024

Propòsit de l'informe

- L'objectiu d'aquest informe és presentar les troballes principals de les entrevistes realitzades per la Unitat de Prospecció i Anàlisi Laboral de la UOC en el marc del programa PROJECTA'T del Consorci per a la Formació Contínua de Catalunya.
- La Unitat de Prospecció i Anàlisi Laboral de la UOC neix per a generar coneixement científic sobre un món laboral que canvia ràpidament. Per això, cerca connectar la Universitat amb les empreses, organitzacions i professionals.
- La informació que es presenta en aquest informe es va obtenir a través de l'anàlisi d'entrevistes realitzades a representants d'empreses i professionals dels sectors objectiu del programa PROJECTA'T al llarg de 2023.

Quin tipus d'informació proveeix l'informe?



Descripció de característiques i necessitats relacionades amb els perfils professionals del sector



Identificació de les competències més valorades i maneres de desenvolupar-les i demostrar-les



Percepcions sobre canvis i influència de tendències i fenòmens en el sector



Valoració dels perfils i de la seva formació (alternativa, llarga o curta)

Índex de continguts



01

PUNTS CLAU

02

ANÀLISI DEL PERFIL
EMPRESSES

03

ANÀLISI DEL PERFIL
PROFESSIONALS

04

NOTES
METODOLÒGIQUES



1 Punts clau

- **Soft skills: factor diferencial per a la contractació**
Les empreses van mostrar una forta valoració de *soft skills* en els candidats de l'àmbit del comerç i màrqueting. En alguns casos, es prioritzen per sobre les seves habilitats tècniques.
- **Perfils en demanda**
Alguns representants d'empreses van manifestar dificultats per a trobar perfils de product manager, ciències de dades i comercials en sectors específics (com a Hotels, Restaurants i Cafeteries, "HORECA").
- **Creixement responsable**
Els professionals tenen interès per aconseguir un ascens i generar impacte social a través de les seves activitats. En general, consideren que tenen les habilitats necessàries per a aconseguir els seus objectius.

- **Analitzar, entendre i predir**
Analitzar dades destaca com una competència ben valorada per les empreses, per a poder obtenir major comprensió sobre les característiques del mercat.
- **Soft skills en tendència**
Bona comunicació i voluntat d'aprendre van ser les habilitats més esmentades per les empreses. També es va ressaltar la importància de mostrar iniciativa per a desenvolupar l'autonomia i creativitat.
- **Reconeixement de soft skills**
Les empreses identifiquen aquestes habilitats en els aspirants, principalment, a través d'entrevistes “no tècniques” en les quals observen les seves respostes, reflexions i maneres d'expressar-se.



Canvis que impliquen més soft skills

La majoria dels representants d'empreses considera que les modalitats de treball híbrides i remotes han impulsat una major valoració d'habilitats interpersonals i de gestió.



Humanitzar la innovació

Alguns professionals ressalten la importància que tindrà l'ètica i el raïocini com a mitjans per a incorporar, apropiadament, la intel·ligència artificial (IA) en les seves funcions.



Fi de les tasques repetitives?

Gran part de les empreses espera que les optimitzacions que suposarà la IA permetin als professionals desenvolupar la seva creativitat, millorar la presa de decisions i els processos.



Formació en coneixements amb èmfasis en l'aplicació pràctica

La meitat de les empreses exigeix o valora les formacions tradicionals ja que reflecteixen la possessió de coneixements i habilitats. Unes altres, prioritzen el “saber fer” per sobre els títols.



Formacions alternatives sobre tradicionals?

Professionals consideren que els títols són necessaris però no suficients. La majoria d'ells va declarar haver participat en alguna mena de formació en l'últim any.



Micro-credencials: bona valoració

En general, la valoració de les empreses és positiva ja que consideren que proporcionen coneixements específics i demostren interès dels professionals per mantenir-se actualitzats.

2 Empreses



Data de tall:

30

novembre

2023



18

Empreses

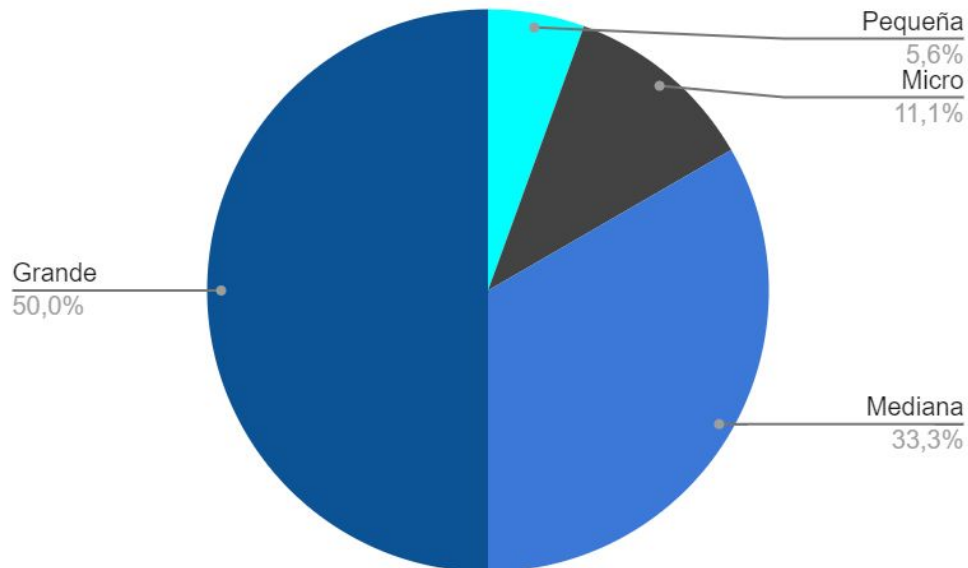
Presència a Catalunya
(per província):

100%

Barcelona



Grandària de les empreses



Nota. Classificació d'empreses d'acord amb la tipologia del programa PROJECTA'T: Micro (menys de 10 treballadors), Petita (10 a 49 treballadors), Mitjana (50 a 249 treballadors) i Gran empresa (250 o més treballadors).

➤ Alguns dels tipus de perfils més sovint esmentats són aquells que es relacionen amb el **màrqueting digital, el maneig de xarxes socials i el posicionament web:**

“La part del màrqueting online està en creixement constant i **és un mercat a l'alça i això difícilment canviarà**, ni tan sols amb la incorporació d'intel·ligència artificial.” - People & operations manager

“La persona de YouTube és una persona que domina de SEO, perquè entén perfectament com funciona YouTube com a canal de recerca, entén molt bé els formats de vídeo (...) tot el que és optimització de vídeos. YouTube al final funciona com una web, va per keywords, va per la durada òptima del vídeo (...) Llavors, **aquest perfil és un perfil que per a nosaltres va ser molt important.**” - Mitjà social director



- Algunes de les empreses entrevistades van expressar dificultat per a trobar certs perfils professionals que consideren que tenen o tindran creixement en la seva demanda, com:

**COMERCIALS DE
SECTORS ESPECÍFICS**

PRODUCT MANAGERS

**ESPECIALISTES EN
CIÈNCIES DE DADES DEL
SECTOR**

Comercials orientats a sectors específics

“Unes vacants que ens costen bastant són comercials, tant **HORECA com en l'àmbit de farmàcies, o delegats mixtos**. Ho comentava l'altre dia amb una experta i em deia que hi ha una alta demanda d'aquests perfils” - Talent acquisition & global mobility manager

Product manager

“We constantly search for **good engineers who would be product managers**. (...) People able to manage from A to Z the development of a product and mixing both square and engineering mindset with a strong sensitivity to product and consumers. **That's hard to find**” - Executive coach & headhunter

Especialistes en ciències de dades del sector

“**Es parla molt ara de ciència de dades**. Nosaltres tenim posicions que són de data scientist en màrqueting, experiència de models predictius relacionats amb pricing” - Talent acquisition & global mobility manager

UOC Quines competències tècniques es valoren en els perfils professionals del sector?

➤ Els atributs que van ser més sovint esmentats pels participants d'entrevistes són:

ANALITZAR DADES	
Idiomes (especialment, anglès)	Utilitzar programes informàtics específics per a l'anàlisi de dades
Tècniques de màrqueting digital	Treballar amb dispositius i aplicacions digitals

Nota. Les competències s'ordenen jeràrquicament segons la seva freqüència d'esment, mostrant les més esmentades en la part superior de la taula i, les menys esmentades, en la part inferior.

➤ A causa de la necessitat d'obtenir permanent informació sobre el mercat, l'**anàlisi de dades** i el **maneig d'eines digitals** destaquen en el sector:

“Entendre molt bé el tema d'analítica i dades, conèixer el rendiment dels campanyes que s'implementa, i poder identificar patrons i tendències. Has de poder captar si el perfil del teu públic està canviant, si estan sortint corrents noves que faran que el teu producte estigui obsolet d'aquí a 3 anys.” - Màrqueting & Digital Innovation Director

“A [nom empresa] tot el que és fa ha d'estar analitzat, perquè si funciona és continua fent i si no funciona és deixa de fer. Per tant, és superimportant l'anàlisi de dades, o sigui, persones que sàpiguen analitzar, que entrin a Google Analytics i sàpiguen entendre, calcular, etc.” - Mitjà social director

- Alguns representants d'empreses, van ressaltar la importància del conèixer la **rúbrica o sector econòmic de l'organització**:

“Has de tenir coneixement del sector, i si no tens coneixement del sector com a mínim, avui dia a internet ho pots trobar absolutament tot. Si al teu et contracten per fer negoci en els mitjans de comunicació, hauràs de tenir clar quins són els principals grups mediàtics que actuen en l'univers de comunicació d'Espanya” - Responsable de Comptes i Projectes

“Necessitem, moltes vegades, algú que tingui un **background tecnològic** o, almenys, que hagi treballat en indústria tecnològica **perquè entengui el producte amb el qual treballem** i les tecnologies i el framework amb el qual treballem” - Human Capital Director



Què soft skills es valoren en els perfils del sector?



Nota. L'escala de color i la grandària reflecteixen la freqüència de cada valoració: tons foscos i grandàries més grans indiquen major freqüència; tons més clars i grandàries més petites, representen una menor freqüència.

➤ Una de les competències més sovint esmentades en les entrevistes va ser la **comunicació**, important per a transmetre missatges i idees dins i fora de l'organització:

“Ser capaços d'establir **missatges molt clars i concrets**, cada vegada la gent destina menys temps a llegir, menys temps a sentir, cada vegada [més] volem immediatesa” - Màrqueting & Digital Innovation Director

“Ha de ser gent que sàpiga comunicar-se, perquè **han de vendre internament el projecte o el producte** i també han de conèixer **eines de comunicació per a arribar al públic**” - Founder & CEO



**MOSTRAR
INICIATIVA**



A més de ser una de les més valorades per les empreses, aquesta competència va ser ressaltada com a indispensable o complexa de trobar a l'hora d'incorporar un nou talent.

“Veig, moltes vegades, en els perfils que molta gent pot estar una mica com a l'espera que els diguis què han de fer quan jo crec que això és un treball com una miqueta més creatiu” -

Analista web i consultora digital

“No sé si és pot ensenyar, per exemple, aquesta cosa de proactivitat, d'estar pensant més, de no esperar que et demanin els cuses sinó de proposar, per fi, com més executor, transformar-el.” - Head of Digital



➤ **Demostrar voluntat d'aprendre** també es va descriure com una competència clau en els perfils del sector, principalment en candidats junior:

“En el tema de ser capaç d'aprendre constantment, no hi ha tanta gent que sigui capaç, però molta gent ens diu, no, “és que sóc molt inquiet”. I li comences a preguntar i ho enganxes molt ràpid. És molt fàcil valorar això a nivell de màrqueting” - Màrqueting & Digital

Innovation Director

“Una de les coses les que sí que valorem moltíssim en les quals s'incorporen ara, que és una mica els estudiants que estan ara formant-se, és que tinguin, ganes d'aprendre i treballar.

És molt important” - Head of human capital



UOC Contractarien a un perfil amb més habilitats soft que hard?

➤ 7 de 8 representants d'empreses van respondre que **SÍ QUE** contractarien a perfils amb més habilitats soft que hard.

“Serien les soft skills les que pesarien i no tant tècnicament. Sí que necessitaríem un mínim de formació i d'experiència comercial, però el que prevaldria més són les altres habilitats” - Human capital director

“Et diria que si una persona és un 25% hard i un 75% és soft, em serveix. (...) És a dir, que no vull a algú 75% hard i 25% soft. Valoro més el soft, perquè estem en un món super canviant i ara pot ser una crack utilitzant una eina que aquí tres anys no serveixi per a res” - Founder & CEO



Segons alguns entrevistats, les modalitats de treball online i híbrides han impulsat una major valoració en la **possessió de certes soft skills**:

“For hybrid work, remote work, cross-cultural work, ‘read’ like **being able to like empathy**, for example, it’s absolutely essential. Because these days we work virtually, we connect across cultures. You need to **read, understand the politics and the cultural bias of certain conversations, interpret them**” - People, culture and services lead

“**Time management has become a really important skill**. Because before we said, okay, I have a job from nine to five and then at five I’m going back home. Now they are fully remote, you need to have the ability to say, okay, I’m working from 9 to 17, not from 9 to 22 because I am in my place.” - Regional director



INTEL·LIGÈNCIA ARTIFICIAL (IA)

→ Els participants consideren que la IA reduirà temps de treball i ajudarà, cada vegada més, als professionals del sector a prendre decisions eficients

→ En alguns casos, es reconeix que algunes activitats o posicions podrien ser reemplaçades per la IA

→ Es ressalta la importància de adaptar-se, aprendre i dominar la IA, ja que és i serà una eina clau en les activitats dels professionals del sector



“Una sola persona serà capaç de gestionar 100 ofereixis diàries perquè, senzillament posant els dades, [l'IA] ja li farà fins i tot una proposta de comunicació per una companyia. Crec que **tendrem a una reducció dels equips**” - Responsable de comptes i projectes

“[La IA] ens ajudarà a **afegir valor al treball**. Perquè hi ha una part del nostre treball que és molt automàtic. Poder eliminar-ho i que la gent es dediqui a ser creativa, a millorar processos, a prendre decisions, a aconsellar al client en comptes d'estar picant factures i revisant, és **essencial**” - Head of human capital



Algunes generalitats dels processos de selecció que es van reconèixer a partir de les entrevistes són:

Per a la identificació de candidats:

Cerca de talent en LinkedIn

Cerca de talent jove en escoles i universitats

Candidatures en el portal de l'empresa

Candidatures de l'equip intern

Valoració d'entrevistes

Revisió de curriculum vitae (CV) o perfil de LinkedIn

Proves

Referències

Per a l'avaluació dels aspirants:

A l'hora de contractar perfils de comerç i màrqueting, les **entrevistes** constitueixen el principal mitjà per a valorar les postulacions dels candidats

- **9 representants** d'empreses van indicar que apliquen **entrevistes tècniques** en les quals contrasten els seus coneixements i experiència.
- **13 representants** d'empreses van esmentar la realització de **entrevistes “no tècniques”** en les quals s'avalua al candidat per les seves habilitats toves i la seva compatibilitat amb la cultura organitzacional. En alguns casos, aquestes entrevistes es basen en el mètode STAR o inclouen avaluacions situacionals

Com s'avalua sí els candidats posseeixen les competències necessàries per al lloc?

“Una part [de l'entrevista és] per a jo saber que realment té coneixements, les hard skills. I després una part més de skills, de com es comunica, el creatiu que pugui ser a l'hora de resoldre un repte, més també de la sensació, el feeling que em dóna la persona” - Founder & CEO

“I spend most of the time in an interview to assess the soft skills, thanks to the STAR methodology. And that's exactly the skills I check on the right, the change management, program solving, teamwork” - Executive coach & headhunter

“I'm analyzing their competences through competence based interview. So I look at people individually, but then I put them into situations where they don't talk about themselves, but I let them actually experience something” - People, culture and services Lead



La meitat d'entrevistats, van indicar que **exigeixen o valoren la possessió de graus, màsters o postgraus** pel fet que són un signe dels coneixements i visió que posseïx el professional:



“If I see that they study **business or ADE**, or you want to call it, that's a good sign. If they've done an **MBA**, that's an even better sign. Because that means that they have the entry knowledge and the specific knowledge for our customers” - Vice president operations

“Un màster o un postgrau et donarà una **visió més transversal, més estratègica**. Que al final l'altre [el grau] és més aplicat a un mitjà concret” - Màrqueting & Digital Innovation Director





D'altra banda, 5 entrevistats van indicar que, en les seves empreses, **no és imprescindible comptar amb una formació universitària**. Es valoren els seus coneixements i interès per la formació contínua:



“Jo ho entrevistaria i estaria veient què sap i què no sap. Al final el que compta és la persona. Jo **potser no tinc estudis, però sé un munt. I això es veu**” - Founder & CEO

“Nosaltres **ja no demanem titulacions** de res, no som mèdics, no som advocats, per tant no requerim titulacions. Al final això és una formació contínua i constant i avui dia la pots adquirir en infinitat de mitjans” - People & operations manager



- 10 representants d'empreses van indicar que **valoren positivament** que els candidats posseïxin certificacions, ja que mostren coneixements específics, actualització i interès per continuar aprenent.

“Sota around certify, **it's good to add a refreshing training**, which is linked with your initial background or menges to compliment, for instance” - Executive coach & headhunter

“Et diré que jo, aquests anys, he fet microcursos d'aquests i ho valoro un munt en un candidat. Per dos motius. Em **demostra interès en què vol continuar aprenent**. I després també em **demuestra que és expert en aquesta matèria**” - Director of Màrqueting and Communication





“Per el meu, avui en dia el més important no és el títol. **El més important són certificacions**, que pugui tenir que estiguin relacionades a aquesta eina. Temes de certificació de Google, temes de fins i tot LinkedIn, certificacions realment molt aplicades” - Màrqueting & Digital Innovation Director

“**Un grau et dona una experiència 360**, on t'assegures que l'experiència s'entén i que l'alumne té tots els coneixements que necessita. **Un curs** hi haurà coses que tocarà, coses que se solaparan, coses que no tocarà (...) Encara que sigui la mateixa quantitat d'hores, no és el mateix perquè **no està pensat com una experiència holística**” - Founder & CEO



UOC Què opinen els entrevistats sobre el perfil de “alumnes UOC”?



Bona valoració del

PERFIL DE
“ALUMNES UOC”

“Per a mi els estudiants de la UOC, sempre ho he pensat, és gent que ja, d'entrada, demostra una força de voluntat extraordinària, perquè la majoria estan combinant el treball amb els estudis” -

Founder & CEO

“[La valoració és] positiva (...) a vegades l'únic hàndicap que pot haver-hi és que, potser, pot haver-hi una barrera salarial si vol mantenir la posició salarial que té, actualment, en un altre sector on tenen una trajectòria consolidada” - Human capital director



3 Professionals

Composició i característiques de la mostra



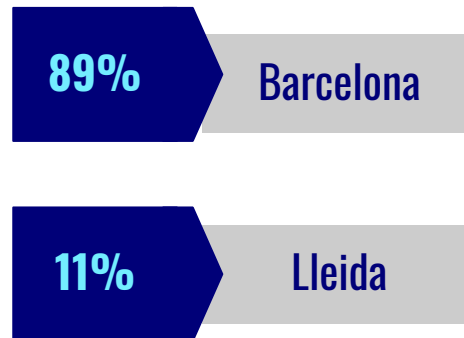
Data de tall:		
30	novembre	2023



9	Professionals
---	---------------

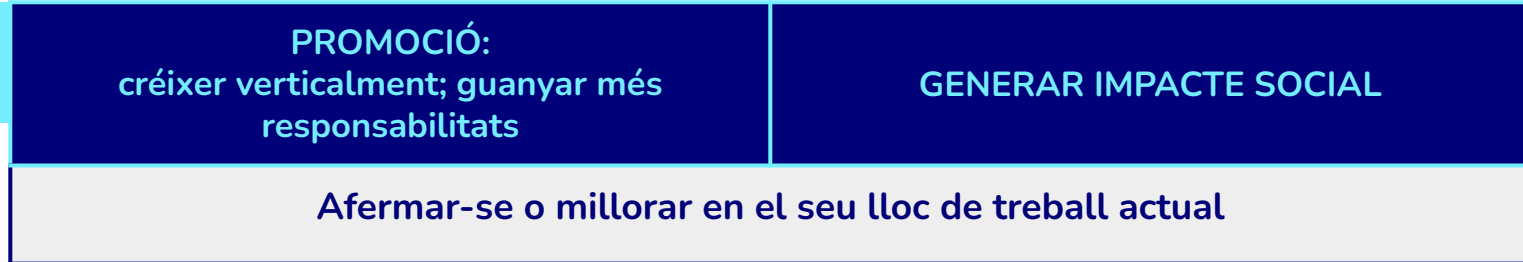


Presència a Catalunya
(per província):





Els principals objectius de desenvolupament professional esmentats pels professionals van ser:



Dos dels participants van declarar no saber o no tenir ben definits els seus objectius professionals.

- Es va destacar l'interès per aconseguir una **promoció** (dins o fora de l'organització actual) que permeti desenvolupar una visió estratègica i aconseguir un major creixement professional:



“Ara mateix **m'agradaria treballar en una altra posició més elevada** en la qual puc treballar a una visió més mini perquè ara estic treballant molt en el dia a dia. Ara, per sort jo tinc la possibilitat de mirar més enllà de 3 mesos vistes, 6 mesos vistes. I això és el que jo volia fer, **tenir una visió més llarga i estratègica**” - Digital account manager



- A més, una tercera part dels entrevistats va mostrar motivació per **generar un impacte positiu** en la societat a través del seu treball:

“El que em motiva en el meu treball és que és un treball que, des del meu punt de vista, és una cosa positiva per a la societat. Així que, diguem, un objectiu actual seria seguir en aquesta línia, que el que faig en el meu treball continuï sent alguna cosa que aporta alguna cosa més enllà de la meva empresa i a mi personalment, sinó **que tingui un impacte més enllà**” - Màrqueting manager



UOC Consideren que disposen de les competències per a aconseguir els seus objectius professio

1

2

En general, els participants consideren que **tenen les competències necessàries** per a aconseguir els seus objectius de desenvolupament professional, encara que creuen que podrien reforçar-les o adquirir unes altres que ajudin a millorar el seu perfil

UOC Consideren que disposen de les competències per a aconseguir els seus objectius professionals?

1

2

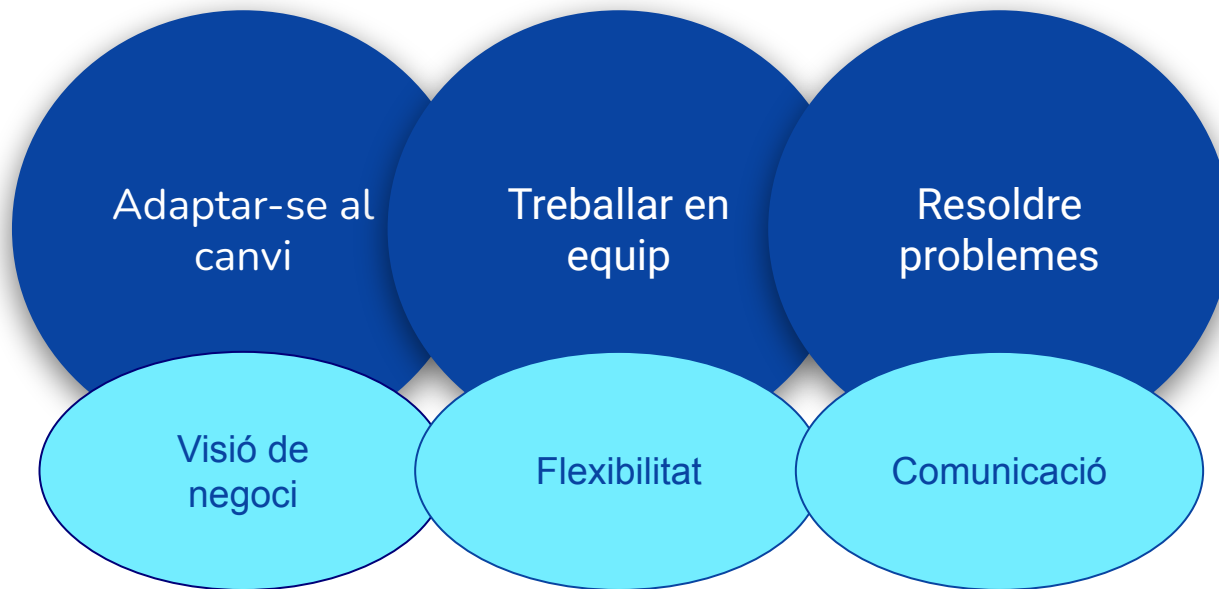


“A nivell d'eines, seria bo que jo sàpigués de **HubSpot**, de **Salesforce**, que són eines que no conec i que hauria, però a dins de la empresa no les treballo, doncs les descarto i no les estudio. Després, a nivell d'analítica, **Google Analytics**, me va bé. Que després tindria que saber eines de **ML, Marketing**” - Digital account manager

“Crec que sí que tinc les competències bàsiques requerides per al lloc, després sé que **en cadascuna d'aquestes competències puc pujar el nivell**” - Màrqueting manager



➤ D'acord amb els entrevistats, algunes de les habilitats més ben valorades en els perfils professionals del sector són:





“Si vols sobreviure aquí **has de ser molt piles**, estar connectat, estar al dia de tot, adaptar-te, tenir un ull més, és a dir, anar una miqueta més enllà sempre” - Account manager

“Per a mi, les competències més importants serien **tenir una actitud positiva, ser súper resolutive**, això em sembla fonamental. Quan treballes en equip, no anar amb els teus problemes, sinó que si tens un problema, haver treballat ja la solució i posar la proposta en pla, tenim aquest problema, però proposo 1, 2, 3” - Màrqueting strategy specialist





Un dels canvis que els professionals han transitat en els últims anys és la **digitalització**. En general, es destaca com un canvi positiu però, en alguns casos, es van esmentar certes dificultats associades:

“En l'empresa són molts canvis i crec que **repercuteix molt al nivell d'estrès** per la càrrega de treball. **Estem en un temps de transició** (...) una mica en la tempesta. Després passarà, però és veritat que es nota molt comparat a fa 3, 4 anys, va haver-hi moltíssims canvis quant a la part de digitalització, per exemple.” - Commercial excellence manager



- Malgrat els beneficis de la incorporació de la IA identificats pels entrevistats, també es va assenyalar la importància que tindrà el **desenvolupament de raïocini i ètica professional** per al seu ús conscient:

“**És com tenir un assistent que no has d'ensenyar-li**, perquè ja ve ensenyat i damunt t'ensenya a tu amb l'eina o la resposta correcta. Més que un copilot, és una guia (...)

Dins de sis mesos no sé quines respostes ens donaran i és important tenir aquest coneixement que ens donen les universitats per a continuar sent coherents amb els nostres valors i amb el món en general”

- Màrqueting strategy specialist



En general, SÍ

La majoria dels participants van afirmar haver participat en alguna mena de formació en l'últim any. Les tipologies i temàtiques són variades.

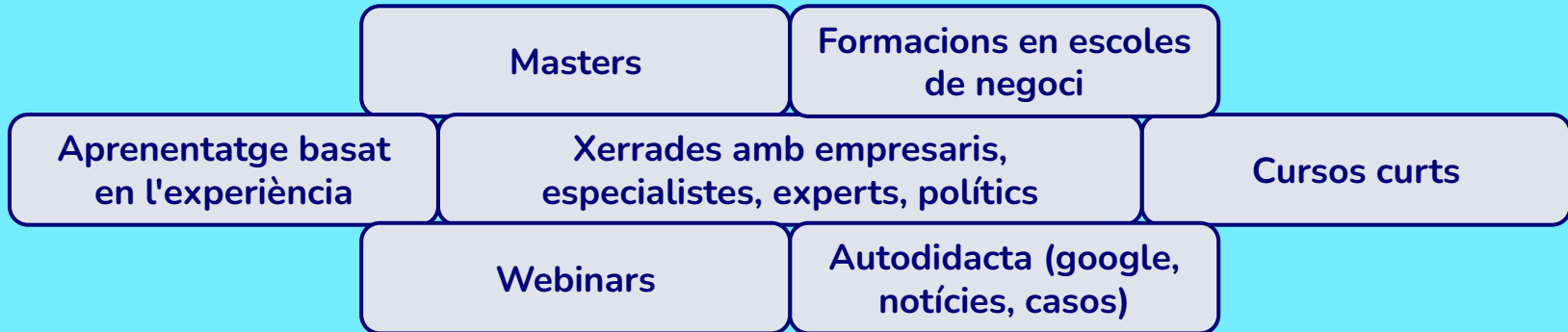
“[En la meua empresa] m'està tocant ara una de metodologies de Agile. (...) A més, tenim unes sessions internes en què el de la seva àrea explica a la resta de l'agència. Llavors, igual per aquí alguna cosa vas aprenent, et va sonant, almenys, almenys coses que no tenia idea” - Strategic planner

“M'he apuntat que he acabat fa un mes i són els de Product Hackers. (...) Ells llancen una formació que és un bootcamp, que és un parell de mesos treballant online i jo faig aquesta formació perquè tenen una credibilitat i un bagatge” - Digital account manager





Els professionals van esmentar diverses tipologies formatives que consideren rellevants per a mantenir-se actualitzats amb les necessitats del seu sector. Algunes d'elles són:



- Una de les característiques que els participants valoren positivament és la **flexibilitat**, tant en termes d'horaris com de modalitat, per a poder compatibilitzar la formació amb el seu treball i vida personal:



“En aquests moments seria **flexible**, és a dir, **híbrida**, presencial i online o totalment online. Online, **asíncrona i síncrona**, és a dir, perquè potser una hora de videotrucada i unes hores de treball personal a casa o pel meu compte” - Independent (periodista de màrqueting de continguts web i posicionament SEU)

“Per a mi l'ideal o el més útil normalment és el **presencial**, però és més **complicat de gestionar amb la conciliació familiar**” - Màrqueting manager





La majoria dels participants té una **valoració positiva** dels graus i màsters com a mitjans per a adquirir una basi professional i coneixements teòrics:

“Per a mi **ha d'haver-hi una mínima formació**. Sobretot el meu equip (...) que arma la base perquè després vingui la pràctica o l'execució. La teoria has de saber, ha d'haver-hi coneixement i crec que això [s'adquireix] amb almenys un grau” - Strategic planner

“Sempre hi haurà eines que haurem d'aprendre constantment. No obstant això, **un grau et dona una base de coneixement perquè puguis prendre les decisions** una vegada coneguis aquestes eines. És a dir, el valor afegit que tu dones com a graduat no és saber utilitzar Photoshop, sinó és com utilitzes Photoshop” - Independent (periodista de màrqueting de continguts web i posicionament SEU)



UOC Creuen que les empreses valoren les formacions tradicionals dels professionals?

- Alguns participants perceben que les empreses valoren la **experiència per sobre la formació** dels professionals. Uns altres, consideren que els **títols són importants però no suficients**.

“I think **industry knowledge and industry experience trumps a degree**, hands down”

- Product manager

“Crec que sí, que [un grau] continua sent important, però tal vegada el que després farà la diferència entre un candidat i l'altre poden ser, tal vegada, **formacions complementàries**” - Commercial

excellence manager

4 Notes metodològiques

Descripció del programa PROJECTA'T

- El programa **PROJECTA'T**, promogut pel Consorci per a la Formació Contínua de Catalunya, impulsa actuacions d'orientació i de prospecció dirigides a persones treballadores de Catalunya.
- En el marc d'aquest programa, la **UPAL** desenvolupa un conjunt d'activitats de prospecció que busca aconseguir una major comprensió de les característiques del mercat laboral a Catalunya així com difondre el programa i les **accions d'orientació** que aquest impulsa.
- Aquest document forma part d'una sèrie de tres informes que comprenen una anàlisi qualitativa sectorial a partir d'entrevistes realitzades a perfils professionals relacionats amb l'Administració i Gestió, el Comerç i Màrqueting i la Informàtica, seguint els lineaments del programa PROJECTA'T.

Perfils de participants de l'estudi

- Cada informe es va enfocar en dos tipus de perfils, vinculats amb el seu respectiu sector:



EMPRESSES



PROFESSIONALS

<p>Representants que han participat en processos de selecció de personal o en l'estudi o desenvolupament de competències professionals en la seva organització o en el seu sector professional</p>	<p>Professionals amb certa experiència i trajectòria professional</p>
<p>Amb seu, activitat o actuació territorial a Catalunya</p>	<p>Residents a Catalunya / treballant per a organització amb activitat a Catalunya</p>
<p>Perfils professionals relacionats amb informàtica, comerç i màrqueting i/o administració i gestió</p>	

Estratègies de captació de participants

- Per a accedir a les poblacions sota estudi es va implementar una sèrie d'estratègies de reclutament que va incloure:



Connexions professionals i personals, utilitzant un mètode de mostreig en bola de neu virtual i la “desk research”

Difusió i captació d'empreses i professionals amb vincle amb la UOC, a través de la col·laboració de diverses àrees institucionals

Cerca i contacte amb professionals vinculats amb la UOC (alumnes, alumni, professors de temps parcial o ex professors o antics treballadors) a través de LinkedIn

Entrevistes i anàlisi de la informació




- Es va realitzar una anàlisi qualitativa d'un conjunt d'entrevistes realitzades entre el 10 de maig i el 30 de novembre del 2023.
- Les entrevistes es van desenvolupar en modalitat online, a través de la plataforma Blackboard Collaborate, amb una durada mitjana de 45 minuts.
- La informació capturada es va sistematitzar utilitzant el programari Atlas.ti, mantenint l'idioma original en el qual es va realitzar l'entrevista. Posteriorment, es va realitzar una anàlisi temàtica que va comprendre quatre eixos alineats amb l'enfocament i els propòsits de l'estudi.
- Tota la informació ha estat tractada de manera confidencial i anònima.

Des de la UPAL, agraïm al Consorci per a la Formació Contínua de Catalunya i a totes les persones que van participar en les entrevistes així com als qui van col·laborar en el procés de difusió i captació. Especialment, a les Àrees de Serveis d'Orientació, Carrera Professional i Alumni de la UOC, a la UOC Corporate i a la Cambra de Comerç de Terrassa

Com citar aquest informe:

PROJECTA'T program reports © 2024 by Unitat de Prospecció i Anàlisi Laboral de la UOC (UPAL) is licensed under CC BY-NC-ND 4.0

Contacta amb la Unitat de Prospecció i Anàlisi Laboral [a través d'aquest enllaç](#)

 UOC.universitat
 @UOCuniversitat
 UOCuniversitat

