

## RESUM EXECUTIU

### Anàlisi de resultats

- L'any 2019, el *Pràcticum Odisseu* s'ha tancat amb unes xifres força similars a les de l'any passat, consolidant el creixement del programa respecte les dues primeres edicions.

Quadre resum de l'evolució del Pràcticum Odisseu i resultats 2016-2019

	2016	2017	2018	2019
Nº d'ofertes publicades	24	80	137	136
Evolució d'ofertes publicades		(+330%)	(+170%)	(-1%)
Ràtio d'ofertes sol·licitades respecte les publicades	54%	55%	50%	49%
Empreses beneficiàries	11	33	39	51
Ajuts aprovats/atorgats	13/13	44/43	45/43	66/57
Estudiants als quals se'ls ha prorrogat el contracte*	3 (25%)	9 (21%)	8 (19%)	8 (12%)
Estudiants que han mantingut la relació laboral 1 any després**	3 (25%)	6 (14%)	6 (13%)	-

\* Segons confirmació telefònica per part de les empreses beneficiàries un any més tard.

\*\*Segons la informació recollida en l'enquesta d'avaluació i/o trucades telefòniques

- El nombre d'**ofertes en campanya** (136) s'ha mantingut gairebé igual que l'any passat, la qual cosa es valora de forma molt positiva, ja que aquest any cada empresa no podia presentar més de 2 ofertes, de manera que el manteniment d'aquesta xifra s'ha aconseguit a partir de la participació d'un major nombre d'empreses (30% més que l'any anterior).
- Tot i així, la ràtio d'ofertes sol·licitades respecte les ofertes en campanya se segueix mantenint al voltant de la meitat, la qual cosa indica que caldria **incrementar l'esforç per trobar candidats més adequats per les ofertes**, especialment si tenim present que el 83% de les ofertes no sol·licitades tenien candidats, mentre que només un 17% han quedat desertes per manca de candidats.
- Aquest any, **totes les ofertes sol·licitades van ser aprovades**, gràcies a l'increment de pressupost del programa respecte l'any anterior. Malgrat tot, de les 66 ajudes aprovades, finalment només se n'han acabat concedint 57, per circumstàncies variades i sempre alienes a la gestió del Pràcticum Odisseu. Tot i així, de cara al futur caldria intentar que totes les empreses per les quals s'ha aprovat l'ajut acabin realitzant les pràctiques.
- Pel que fa a la distribució territorial de les ofertes de pràctiques, encara **es perceben certs desequilibris**. Concretament, caldria intensificar la difusió del programa a la demarcació de Girona, així com en d'altres comarques plenament rurals, com el Priorat o les Garrigues.
- D'altra banda, pel que fa a la distribució de les ofertes per àmbits professionals, existeix una **diversitat prou elevada de temàtiques**, tot i que escassegen les ofertes dels àmbits de les ciències socials i humanitats.

## Empreses beneficiàries i ofertes

- El perfil majoritari de les empreses beneficiàries és de **microempreses d'entre 2 i 10 treballadors** (52%) i segons tipologia d'entitat beneficiària **predomina l'empresa privada (47%)**, seguit de l'administració pública (40%) i d'entitats del tercer sector (12%).
- És destacable que per un 64% de les empreses beneficiàries **és la primera vegada que acullen estudiants en pràctiques**, que un 62% no s'haguessin inscrit sense el suport tècnic d'Odisseu i un 80% participarien al programa d'ajuts l'any vinent.
- L'aspecte més destacat per a la participació en el programa és el fet d'obtenir un **ajut econòmic per a acollir els estudiants**, així com **l'oportunitat de contactar amb candidats amb formació superior i originaris del territori**.
- El principal canal de difusió dels ajuts ha estat el correu electrònic (54,1%), i dels grups GAL (27,9%).
- Les comarques més actives en la presentació d'ofertes són **l'Alt Urgell, el Montsià, la Noguera, Osona, el Pallars Sobirà i el Ripollès**.
- Un 51,5% de les ofertes en campanya no han trobat el candidat adequat, malgrat que la majoria d'elles tenien un o més estudiants apuntats. Els factors principals de desestiment són **la dificultat per trobar el perfil adequat** (els perfils més tècnics són els més difícils de trobar) i **la renúncia per part de l'estudiant o de la pròpia empresa**.
- **Els perfils professionals més sol·licitats** són els **vinculats a ADE-Econòmiques-Dret, Turisme i Màrqueting-Comunicació-Publicitat**.

### **PROPOSTES DE MILLORA:**

- Incrementar l'esforç de difusió per empreses en els territoris amb molt poques ofertes presentades (de 0 a 4); mitjançant els Grups d'Acció Local i focalitzant sobre els perfils professionals amb més possibilitat de trobar candidats.
- Incrementar l'esforç de difusió en els territoris més metropolitans amb un gran número d'estudiants universitaris.
- Promoure la disponibilitat d'allotjament per estudiants en les ofertes de territoris més allunyats de zones metropolitanes.

## Estudiants i Universitats

- **La difusió a través del "boca-orella" ha jugat un paper clau** per a la inscripció dels estudiants en el programa, així com també les universitats.
- L'aspecte del programa més valorat pels estudiants participants ha estat la possibilitat de **realitzar pràctiques en el propi territori** i que aquestes siguin remunerades. Així mateix, a un 64,8% els agradaria participar al programa en properes edicions.

- El 63,3% dels estudiants enquestats consideren que el seu nivell d'estudis ha estat adequat per la feina realitzada en les pràctiques.
- Les comarques amb una **ràtio més alta d'ofertes publicades i estudiants originaris són el Pallars Sobirà, l'Alt Urgell i l'Alta Ribagorça**, tant pel baix nombre d'estudiants matriculats com, en el cas de les dues primeres, per l'alt nombre d'ofertes publicades.
- **Les universitats on més ha crescut el nombre d'inscripcions han estat la UPF i la UAB**, i la universitat on ha disminuït més ha estat la UdL, mentre que a la resta s'han mantingut força similars. Pel que fa als CCE, tanmateix, la UdL ha tornat a ser la universitat amb la qual s'han tramitat més convenis, seguida de la UPF i la UB. **Les universitats que aquest 2019 han mostrat una millor relació d'inscripcions en relació al seu volum d'alumnes d'origen rural són la UdL, la UPF i la UAB**, mentre que la UOC i la UdG destaquen pel contrari.
- Els àmbits professionals amb més demanda són ADE-Econòmiques-Dret, Turisme, Màrqueting, comunicació i publicitat i Agrònoms-Forestals-Ciències naturals.
- Un 6% dels estudiants inscrits estan cursant estudis de màster, mentre que el 94% restant cursen estudis de Grau.

#### **PROPOSTES DE MILLORA:**

- Millorar la difusió de les ofertes a estudiants mitjançant les Universitats.
- Incrementar la tasca de difusió de les ofertes en universitats amb una ràtio baixa d'estudiants inscrits respecte als estudiants matriculats d'origen rural.
- Revisar el perfil de les pràctiques ofertes per a que s'adeqüi al nivell d'estudis dels estudiants participants.
- Cercar la via per poder oferir allotjament als estudiants que ho requereixin.
- Elaborar un vídeo/càpsula, sobre bones experiències del pràcticum.

### **Incorporació laboral**

- Per l'annualitat 2019, **8 empreses (12%) han manifestat que incorporaran als estudiants en plantilla** i 8 més (12%) que encara no ho saben. La resta (76%) han manifestat que no contractaran a l'estudiant, majoritàriament perquè l'estudiant encara no ha finalitzat els estudis o no té disponibilitat.
- El **63,3% dels estudiants enquestats manifesta que, independentment de si pot o no, li agradaria** incorporar-se a treballar a l'empresa on ha realitzat les pràctiques.
- Un any després de la finalització del Pràcticum Odisseu 2018, s'ha confirmat que a **8 estudiants (19%) se'ls va prorrogar el contracte/conveni de pràctiques** i 6 d'aquests (13%) continuen mantenint la relació laboral un any després de la finalització de les pràctiques.