



**PERFIL PROFESIONAL
DE LA
LICENCIATURA
DE
PUBLICIDAD Y
RELACIONES PÚBLICAS**

coie

UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID

CONSEJO SOCIAL

VICERRECTORADO DE ALUMNOS

LICENCIATURA DE PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

Los datos contenidos en este documento proceden del estudio de los perfiles profesionales realizado por el Centro de Orientación e Información de Empleo (COIE). Estos datos están disponibles en internet y en el propio Centro. Dicho estudio ha sido elaborado a partir de las solicitudes de empleo y de prácticas realizadas por las empresas.

Una vez analizadas las 73 ofertas de empleo y de prácticas recibidas en el COIE desde julio de 1999 hasta mayo de 2002 de la titulación de Publicidad y Relaciones Públicas, hemos obtenido los datos que nos permiten alcanzar las siguientes conclusiones.

En relación con el **perfil ocupacional**, observamos que el área **“comercial/marketing”** es la que presenta mayor porcentaje de representación tanto en las ofertas de empleo con un 34,88 % como en las de prácticas con un 32,56 %, ocupando el primer lugar en ambos tipos de ofertas. Hay que señalar que el 30,23 % de las ofertas de esta área se refieren a tareas puramente comerciales.

El área de **“publicidad”** aparece dentro de las ofertas de empleo en el segundo puesto con un 27,91 % de representación, mientras que esta misma área ocupa el cuarto lugar en las ofertas de empleo con un 10,69 %.

Podemos observar que en el área **“tratamiento de la información”** existe bastante diferencia en el porcentaje de representación entre las ofertas de prácticas, donde aparece en segunda posición con un 27,29 %, y las ofertas de empleo donde ésta área se encuentra en última posición con un porcentaje del 4,65 %.

El área de **“redacción”** aparece en las ofertas de empleo con un 15,12 % de representación ocupando el tercer lugar, mientras que en las ofertas de prácticas ésta área ocupa la quinta posición con un porcentaje del 5,43 %.

En las ofertas de empleo el área de **“comunicación”** se presenta en cuarta posición con un porcentaje del 11,63 %, mientras que en las ofertas de prácticas se muestra con un 19,38 % de representación.

En cuanto al **perfil requerido** observamos que los requisitos que las empresas demandan son mayores en las ofertas de empleo que en las de prácticas, cuando se trata de formación complementaria y experiencia.

Respecto a la **formación complementaria** podemos destacar que lo más valorado por las empresas son los conocimientos de **informática**. Observamos que analizando las ofertas de empleo y prácticas conjuntamente, el programa DB2 es el más solicitado seguido de Excel, Office y Word, que se valoran casi con igual porcentaje. Estos mismos programas son los más solicitados en las ofertas de prácticas si analizamos los datos por separado. Podemos señalar que en las ofertas de empleo los programas de bases de datos (DB2, Dbase, Access) y tratamiento de imágenes (HTML/Xpress) son los más demandados por las empresas.

El **idioma** es solicitado por las empresas en un 26,27 % de las ofertas analizadas conjuntamente. Si se analizan los datos de forma separada comprobamos que en las

ofertas de empleo las empresas demandan idiomas en un 52,33 % de las ofertas, mientras que en las de prácticas es solicitado en un 22,79 %. Como puede observarse el idioma es menos demandado en las ofertas de prácticas, puesto que en general, las empresas requieren menos complementos formativos a los estudiantes que a los titulados.

El inglés es el idioma más solicitado tanto en el análisis conjunto de las ofertas de empleo y de prácticas, donde presenta un porcentaje del 84,23 %, como en el análisis de las ofertas por separado, donde muestra un 93,62 % en las de empleo y un 81,71 % en las de prácticas. Es solicitado como imprescindible en el 80,33 % de las ofertas de empleo y en el 57,44 % de las ofertas de prácticas; este porcentaje disminuye hasta el 11,48 % en empleo y el 12,80 % en prácticas si se solicita como preferente.

Los ***cursos de especialización*** más solicitados por las empresas, teniendo en cuenta las ofertas de empleo y de prácticas conjuntamente son los de marketing (investigación y técnicas de mercado) seguidos de los cursos de diseño gráfico.

La **experiencia profesional** es solicitada por las empresas en un 15,26 % de las ofertas, valorándose especialmente la experiencia en el área de comunicación, comercial y marketing; seguida de comunicación externa y relaciones públicas.

Comprobamos que las empresas valoran y requieren de los candidatos una serie de **habilidades y competencias** concretas no técnicas referidas a las actitudes que el candidato muestra frente al trabajo, además de las aptitudes necesarias para el desarrollo del mismo. Para esta titulación hemos observado que lo que más valoran las empresas son capacidad de comunicación, dotes comerciales, buena presencia, creatividad, dinamismo, capacidad de trabajo, vocación..., todas ellas cualidades muy relacionadas con la profesión.

Analizando cualitativamente los datos relativos a **disponibilidad** de los candidatos a las ofertas de empleo y de prácticas por separado, comprobamos que las empresas solicitan a los candidatos principalmente disponibilidad horaria tanto en empleo como en prácticas; en las ofertas de empleo también se les solicita disponibilidad para viajar y cambiar de residencia.

La **edad** requerida a los candidatos en las ofertas de empleo es superior a la solicitada en las ofertas de prácticas, puesto que las primeras son personas que ya han finalizado sus estudios, mientras que las segundas están en los últimos años de carrera.

Respecto a las **condiciones laborales** para las ofertas de empleo, las empresas ofrecen habitualmente **contratos** temporales con posibilidades de renovación, con un **salario** medio de 2.425.910 pesetas (14.580,01 euros) bruto/año. El 84,33 % de las ofertas de prácticas son remuneradas, ofreciendo becas con una cuantía media de 45.684 pesetas (274,57 euros) bruto/mes.

Analizando los **datos de las empresas participantes** cabe señalar que en el análisis conjunto de las ofertas de empleo y de prácticas, el 94,96 % de las empresas son de **tipo** privada. Lo mismo sucede con las ofertas analizadas de forma separada, donde las empresas privadas aparecen con un 96,51 % de representación en las ofertas de empleo y con un 94,75 % en las ofertas de prácticas.

En cuando al *tamaño de las empresas* podemos señalar que las más representadas son las pequeñas empresas (1 – 50 empleados) con un porcentaje del 56,08 % en las ofertas analizadas conjuntamente, seguidas a bastante distancia de las grandes empresas (más de 1000 empleados) con un porcentaje del 11,59 %. Si analizamos los datos de forma separada podemos observar que en las ofertas de prácticas se mantiene el modelo anterior, pequeñas empresas (54,23 %) seguidas de las grandes empresas (12,69%), y en las ofertas de empleo el mayor porcentaje lo obtienen las pequeñas empresas (69,77 %) y a gran distancia le siguen las empresas de 51 – 100 empleados con un porcentaje del 9,30 %.

Los *sectores productivos* más representados en el análisis conjunto de los datos son en primer lugar Medios de Comunicación y Agencias con un 43,78 % y a bastante distancia el sector de Telecomunicaciones con un 10,77 %. Si tomamos los datos de forma separada, observamos que en las ofertas de prácticas la distribución de los sectores con mayor representación sigue siendo Medios de Comunicación y Agencias con un 44,04 % y Telecomunicaciones con un 11,29 %. De las ofertas de empleo podemos destacar que el sector dominante sigue siendo Medios de Comunicación y Agencias con un 41,86 % seguido del sector Editorial y Artes Gráficas con una representación del 12,79 % y de Servicios a Empresas con un porcentaje del 11,63 %.

Estos datos vienen a señalar que en esta titulación el sector que tiene un mayor peso es el de Medios de Comunicación y Agencias, tanto en las ofertas de empleo como en las de prácticas.

Una vez concluido el estudio de los datos se puede señalar que las empresas son más exigentes con los titulados para las ofertas de empleo que con los estudiantes para las ofertas de prácticas, especialmente en lo referente a complementos formativos.

Las empresas también valoran en esta titulación la experiencia profesional previa de los titulados; por ello, las posibilidades que tienen los estudiantes de realizar prácticas son muy ventajosas para su futuro profesional, una vez que inician el proceso de búsqueda de empleo, ya que les permite mejorar sus condiciones de acceso al mercado de trabajo. Además, hemos de tener en cuenta que algunos de los requisitos más valorados por las empresas se adquieren con mayor facilidad en el entorno real de trabajo.

Cabe destacar la importancia que tiene la realización de prácticas en empresas para mejorar las posibilidades de empleo de los titulados universitarios.

TITULACIÓN: PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

REQUERIMIENTOS DE LAS EMPRESAS

➤ FORMACIÓN COMPLEMENTARIA

✓ Informática		(30,51 %)
× DB2	⇒	13,25 %
× Excel	⇒	8,69 %
× Office	⇒	8,54 %
× Word	⇒	8,39 %
× Access	⇒	7,20 %
× Otros	⇒	53,93 %
✓ Idiomas		(26,63 %)
× Inglés	⇒	84,23 %
× Francés	⇒	9,01 %
× Alemán	⇒	2,25 %
× Otros	⇒	4,51 %
✓ Cursos de Especialización		(7,63 %)
× Marketing (Inv. y Tec.Mercado)	⇒	21,82 %
× Diseño Gráfico	⇒	16,36 %
× Publicidad y Rel. Públicas	⇒	10,18 %
× Comercial	⇒	9,09 %
× Otros	⇒	42,55 %

➤ **EXPERIENCIA**

(15,26 %)

- × Comunicación ⇒ 28,18 %
- × Comercial ⇒ 23,64 %
- × Marketing ⇒ 13,64 %
- × Comunicación Externa ⇒ 10,91 %
- × Relaciones públicas ⇒ 10,91 %
- × Otros ⇒ 12,72 %

➤ **COMPETENCIAS Y OTROS REQUISITOS**

✓ **Habilidades y otras competencias**

- × Capacidad de comunicación
- × Dotes comerciales
- × Buena presencia
- × Creatividad
- × Dinamismo
- × Capacidad de trabajo
- × Vocación
- × Capacidad de aprendizaje
- × Capacidad de trabajar en equipo
- × Capacidad de organización
- × Don de gentes

✓ **Disponibilidad**

- × Para viajar y cambiar de residencia ⇒ 29,07 %

✓ **Edad**

- × Empleo: Intervalo ⇒ 23 - 29 años ⇒ 55,81 %
- × Prácticas: Intervalo ⇒ 21 - 25 años ⇒ 17,21 %