



INFORME Fira UdL Treball
III FIRA DE L'OCUPACIÓ DE LA UNIVERSITAT DE LLEIDA
16 de març de 2016
Campus de Cappont

1. Empreses

Número total d'estands: **47**

Número total d'empreses: **65** (algunes empreses han estat representades i/o comparteixen estand)

AGRO I DISTRIBUCIÓ ALIMENTÀRIA (15)

Grup Alimentari Guissona, Vall Companys Grupo, Flower, Grup Borges, SUPSA-Plus Fresc, Grup Pons, InfoPorc, Albesa Ramadera, Fruits de Ponent, Indulleida, Actel Grup, Fito, Grupo Cafès Batalla, Gremi Forners Terres de Lleida, Promisol.

BUFETS D'ADVOCATS, CONSULTORIES, ASSEGURANCES (4)

Centre Gestor, Montañés i Solé, Òptima, Mapfre.

CADENES COMERCIALS I ALTRES SERVEIS (9)

General d'Estudis, Ilerna Formació, Inlingua Lleida, Mister English, Securitas, Unipreus, Wala, Hostaleria de Lleida, Ilerda Serveis.

CONSTRUCCIÓ (4)

Arnó, Cobra, Sorigué, GLS.

ENGINYERIA I MEDI AMBIENT (9)

Taurus Group, Sallen, Brausa, Ecostudi, Equiptank, Sauffer, Ros Roca, Ecostudi, Alqui.envas Medi Ambient.

NOVES TECNOLOGIES (9)

IFR Group, Semic, INDRA, GFT, Lleida.Net, Factory Data, Saltó, Quonext, Clibb a Birchman Company.

OCI I CULTURA, MITJANS DE COMUNICACIÓ (4)

Grup Segre, Pagès editors, Iltrida Viatges, Xtratègics.

SALUT I ESPORT (3)

Activa Mútua, Federació Allem, Vithas Lleida Hospitales.

TRANSPORT (2)

Serveto, TROTA.

INSTITUCIONS (6)

PIMEC, Ministerio de Defensa, GLOBALleida, Servei d'Ocupació de Catalunya, Agència Catalana de Turisme, Centre Informació Europe Direct (La Paeria).

COL·LEGIS PROFESSIONALS (9)

Col·legis Professionals Associats, Col·legi Professional d'Infermeres i Infermers de Lleida, Col·legi d'Agents de la Propietat Immobiliària de Lleida, Col·legi de Graduats Socials de Lleida, Col·legi d'Economistes de Catalunya, Col·legi d'Enginyers Tècnics Industrials de Lleida, Col·legi Oficial d'Enginyers Tècnics Agrícoles de Catalunya, Col·legi Oficial de Gestors Administratius de Catalunya, Col·legi Oficial de Treball Social de Lleida.

ÀMBITS PROPIS DE LA UdL (5)

Associació Alumni, Consell de l'Estudiantat, Càtedra Santander d'emprenedoria universitària, Servei d'Informació i Atenció Universitària, IAESTE.

2. Activitats formatives per a estudiants i titulats

En aquesta edició, els tallers s'han inclòs dins de l'oferta formativa de matèria transversal, amb el valor d'1 crèdit.

A diferència de l'edició de 2015, es va decidir fer una única sessió formativa durant el matí, per tal de facilitar als estudiants l'accés als estands en aquesta franja horària. Al final del matí, es va dur a terme la conferència central. Tanmateix, per completar aquest apartat, es van programar també dues sessions formatives a la tarda.

a) Conferència central

Conferència que porta per títol *De la idea a la televisió*, impartida per l'emprenedor Christian Rodríguez, fundador i CEO de l'empresa *Byhours.com*, la primera plataforma de reserves hoteleres per hores.

Assistents: al voltant de 250 persones, a l'Auditori de Cappont.

b) Tallers

Amb inscripció prèvia; 3 sessions, de 9:30h a 10:30h, de 15:30h a 16:30h, i de 17h a 18h.

- *LinkedIn o el poder de les xarxes*: A càrrec de l'Albert Polo (Xtràtègics)
- *Vinc a buscar feina*: El que cal saber per tenir èxit a les entrevistes amb directors de recursos humans. A càrrec de l'Alba Mauri (Grup Pons)
- *Vols descobrir les teves fortaleses per buscar feina?*: A càrrec de Gorka Bartolomé (Do-Ceo Training)

Persones assistents i inscrites per reconèixer la matèria transversal: 314, de les quals, 129 homes i 185 dones. Cal afegir les persones no inscrites però que també van assistir, tot i que no disposem de la dada exacta en no estar inscrits. El nombre d'assistents als tallers ha tingut un lleuger creixement respecte a l'edició anterior.

c) Presentacions corporatives

Al matí es van dur a terme tres presentacions corporatives:

- Empresa INDRA. Assistència d'uns 50 estudiants i 8 professors de l'EPS
- SOC. Treballar a Europa (Xarxa Eures) i SOC. Garantia Juvenil. Escassa assistència, degut a què es van afegir a la Fira pocs dies abans motiu pel qual no van tenir prou difusió prèvia.
- Global Lleida. Programa Singular Talent, projecte de Garantia Juvenil del SOC. Empresa Aim-Solo. Al llarg del dia al propi estand.

3. Difusió en mitjans de comunicació (premsa, ràdio i TV)

En aquesta edició de 2016, s'ha incidit en fer protagonistes a les empreses durant la promoció de la fira, de manera que s'han activat les següents accions en aquest sentit:

a) Televisió – TV Lleida

- Es van realitzar 6 reportatges de 5 minuts a empreses que tenen estudiants de la UdL ja sigui en pràctiques curriculars, extracurriculars o contractats via Borsa de Treball de la UdL o Fira UdLTreball. Així com un reportatge sobre l'organització.

Aquests reportatges es van emetre la setmana abans de la fira.

Empresa	Observacions
Segre	Tres estudiants en pràctiques i tres persones contractades, de les quals 2 hi van fer les pràctiques i en acabar es van incorporar a la plantilla.
Pagès Editors	Tres estudiants en pràctiques.
Serveto	Dos persones contractades en plantilla després de la Fira <i>UdLTreball</i> de 2014 i de 2015, i una persona contractada en plantilla a partir de l'oferta de la Borsa de Treball.
GFT	Estudiants contractats, en pràctiques curriculars i màster dual.
Fruits de Ponent	Estudiants en pràctiques curriculars d'ETSEA
Activa Mútua	Un estudiant contractat després de publicar oferta a la Borsa de Treball .

- Programa “Lleida Activa” amb J.M. Sanuy. Emès el dissabte 5 de març. L'enregistrament va tenir lloc l'1 de març per la tarda, amb una entrevista a la vicerectora Neus Vila i una taula rodona posterior amb els següents convidats:
 - Estudiant: Albert Calderó, graduat en Dret, treballant a Activa Mútua, a partir de la UdLTreball del 2015.

- Representants d'empreses: Alfonso Martín, responsable de finances y RRHH de l'empresa Flower, i Francesc Soldevila, Gerent de Gràfiques Bobalà.

Retransmissions del programa:

- Dissabte 5 de març , 15 h.
 - Diumenge 6 de març, 22 h. (Redifusió)
 - Dijous 10 de març, 17 h. (Redifusió)
- El dia de la fira es va retransmetre a TV Lleida un programa especial de 30 minuts.
 - També va assistir TV3 Comarques, que va emetre la notícia..

b) Premsa escrita

- Als diaris *Segre* i *La Manyana*: un anunci el dia abans amb la relació d'empreses que hi van participar.
- Als diaris *Segre* i *La Manyana*: un anunci d'agraïment el dia després amb els logos de les empreses que hi van participar.
- 5 notícies en premsa escrita a l'endemà de la fira als diaris *Segre*, *La Manyana*, i *El Punt Avui Lleida*.

c) Ràdio

- Falques de ràdio prèvies a la fira: COPE, SER, RAC 105
- Difusió en directe el mateix dia de la fira a l'emissora COPE, SER i Ràdio Rosselló.

4. Novetats respecte a l'edició de 2015

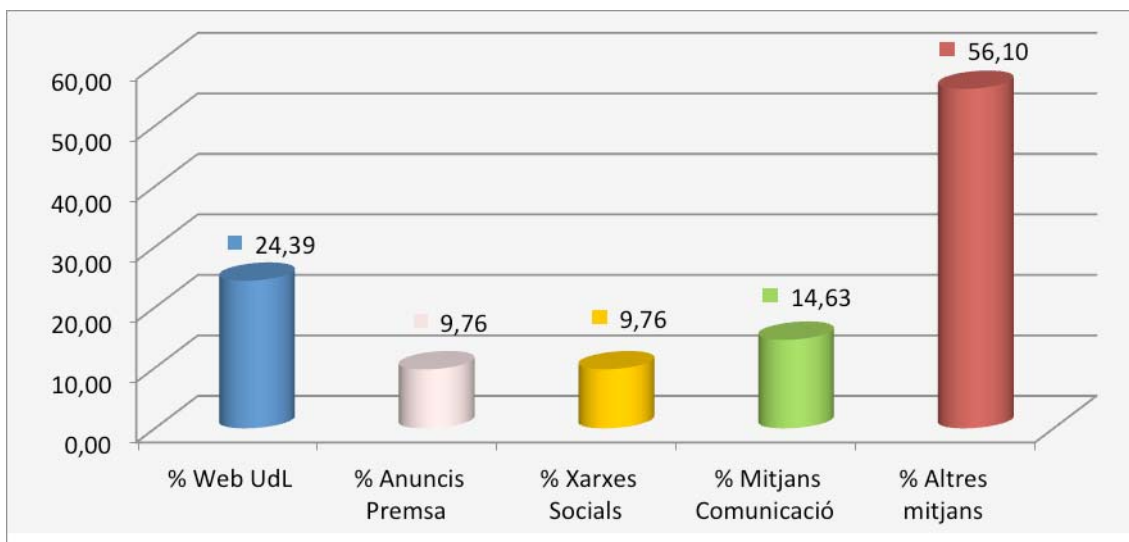
- Contractació d'un bus per tal de facilitar l'assistència de l'alumnat dels campus allunyats del Campu s de Cappont, on es va celebrar la Fira.
- Focalització en un àmbit temàtic de la Fira, fent-lo coincidir amb un dels tallers de formació: Les xarxes socials.
- Presència de Pimec Lleida per primera vegada.
- Canvi en l'organització dels tallers i xerrades del matí: enlloc de dos xerrades només se'n va fer una per tal de facilitar als estudiants el contacte amb les empreses. A la tarda es van mantenir dos tallers de formació. Amb una conferència central al final del matí.
- Alta demanda per part de les empreses, de manera que en van quedar quatre en llista d'espera, ja que van contactar amb el Servei després del termini d'inscripció.

5. Estudi de satisfacció

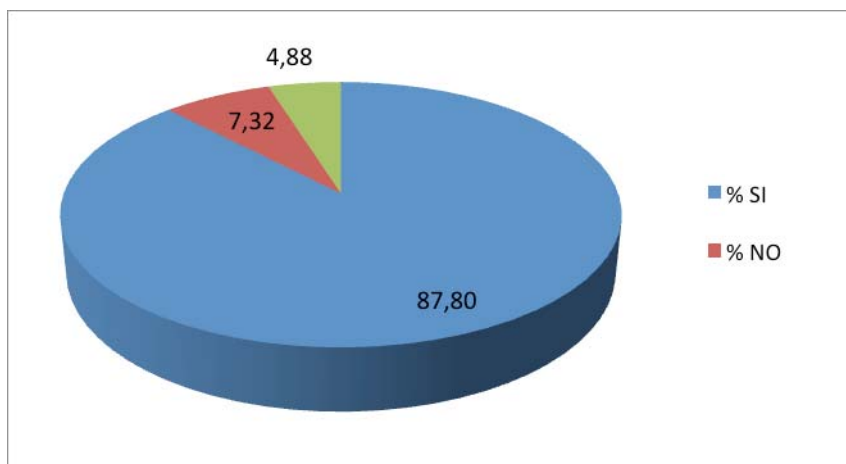
a) Enquestes a les empreses

A la finalització de la fira, les empreses van retornar un qüestionari de satisfacció i informació referent a la seva participació. Tot seguit indiquem les preguntes i els resultats.

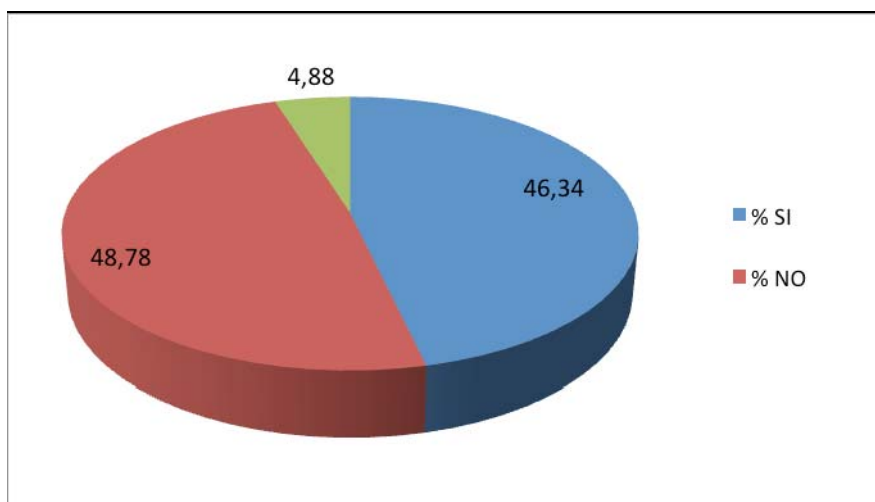
➤ A través de quin mitjà heu tingut informació de la Fira UdLTreball?



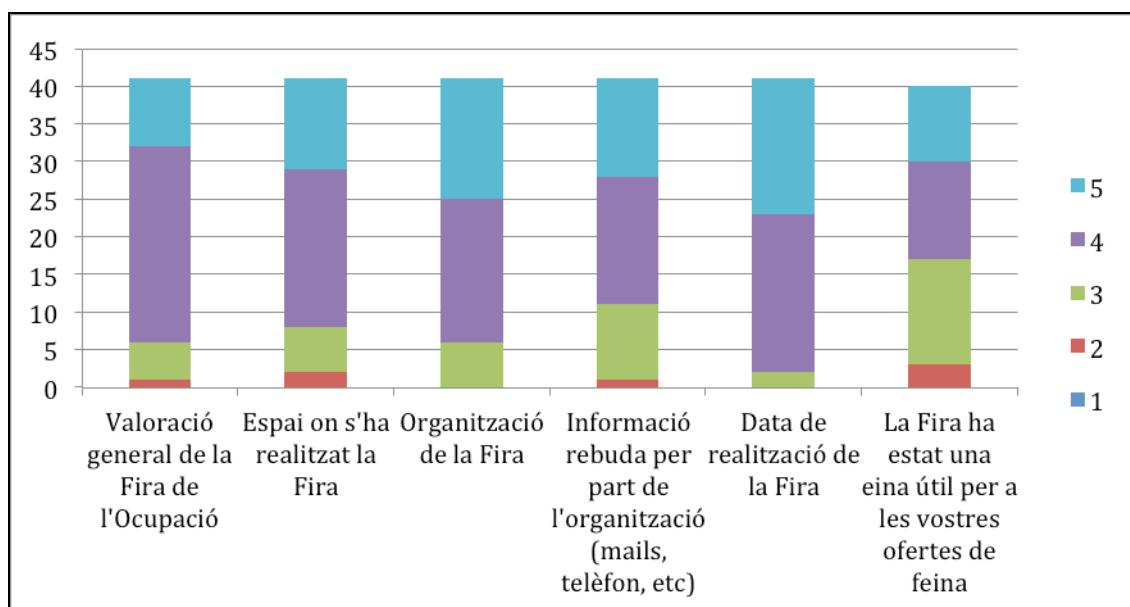
➤ Heu recollit currículums dels estudiants?



➤ **Heu fet entrevistes de feina?**



➤ **Valoració de la Fira UdLTreball**



b) Enquestes als estudiants i titulats

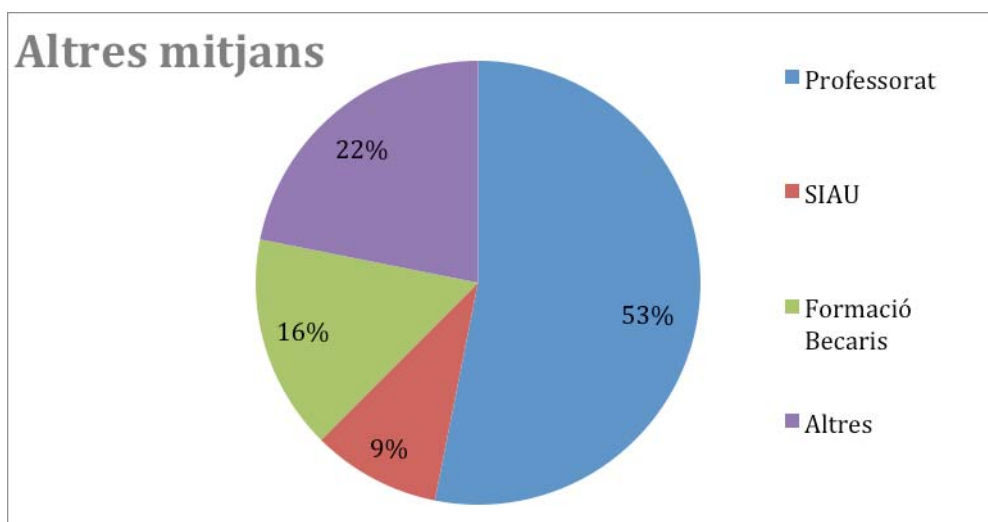
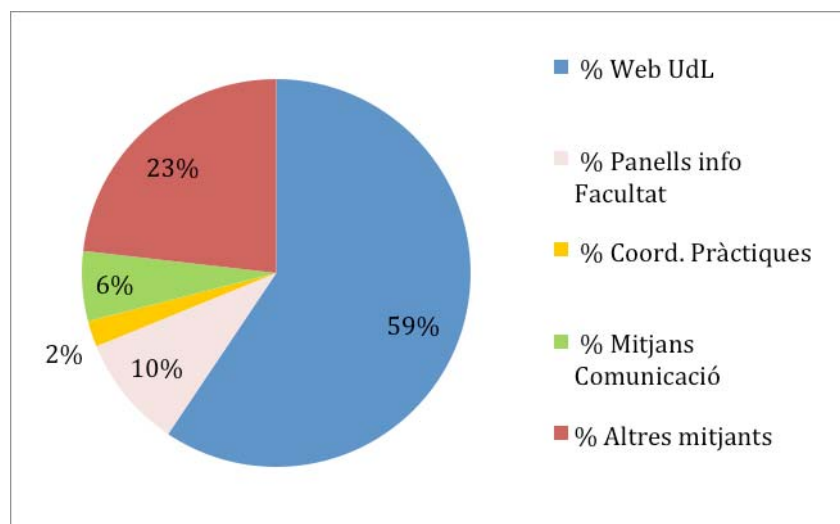
L'estudi es fa a partir de les enquestes entregades de forma voluntària pels assistents a la fira, per la qual cosa no representa el total que hi va haver. En total es van recollir 115 enquestes, 24 més que a l'edició anterior..

Distribució de les enquestes per facultats/escoles

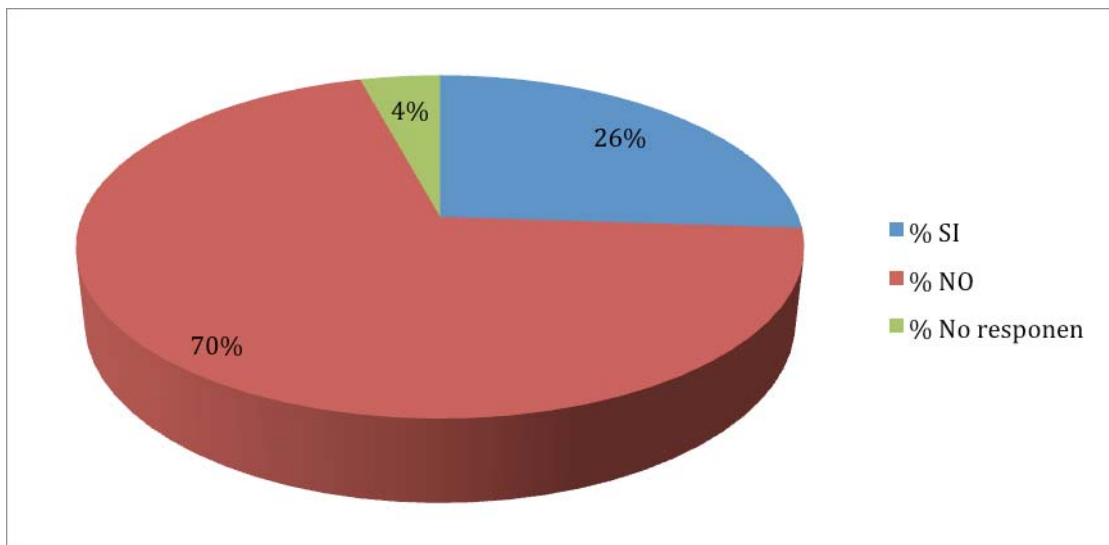
Facultat/Escola	Assistents
EPS	13
ETSEA	19

FDE	49
FEPTS	19
FL	7
FM	8

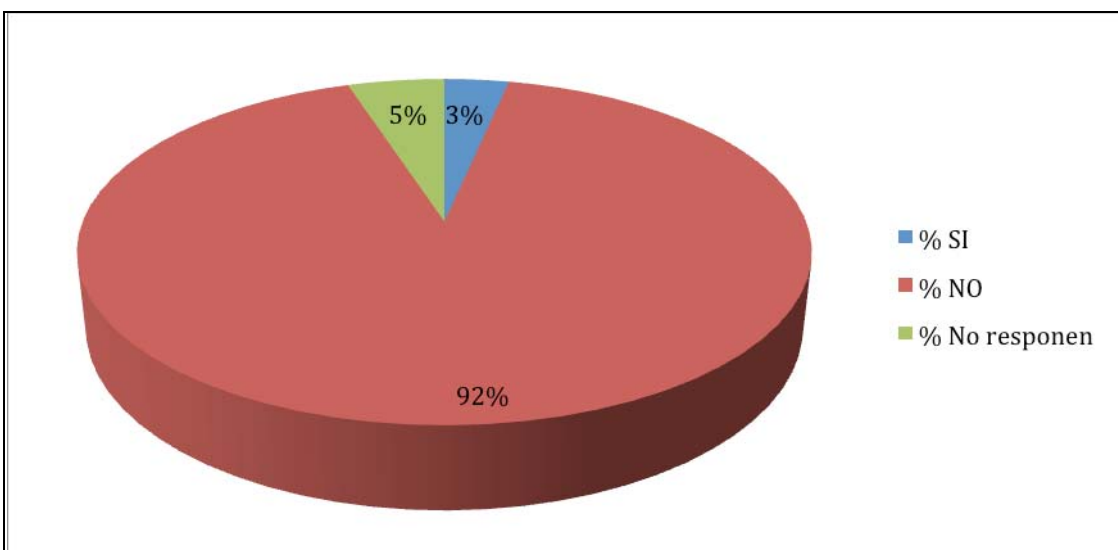
➤ **A través quin mitjà vas rebre informació de la Fira d'Ocupació**



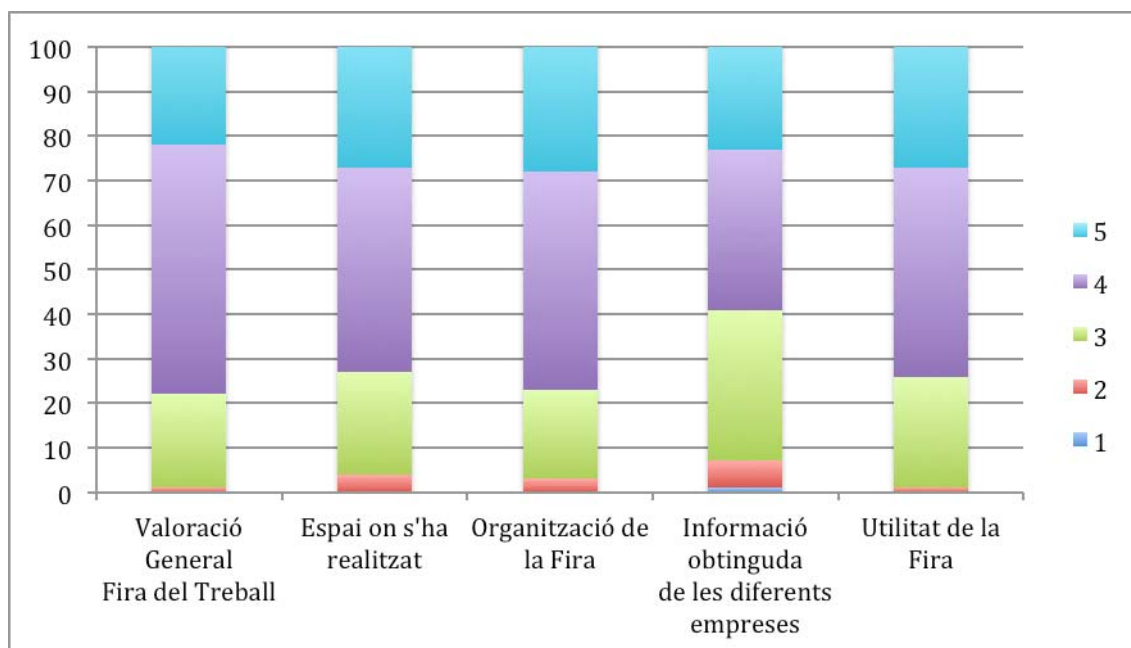
➤ **Has deixat el teu CV a alguna empresa?**



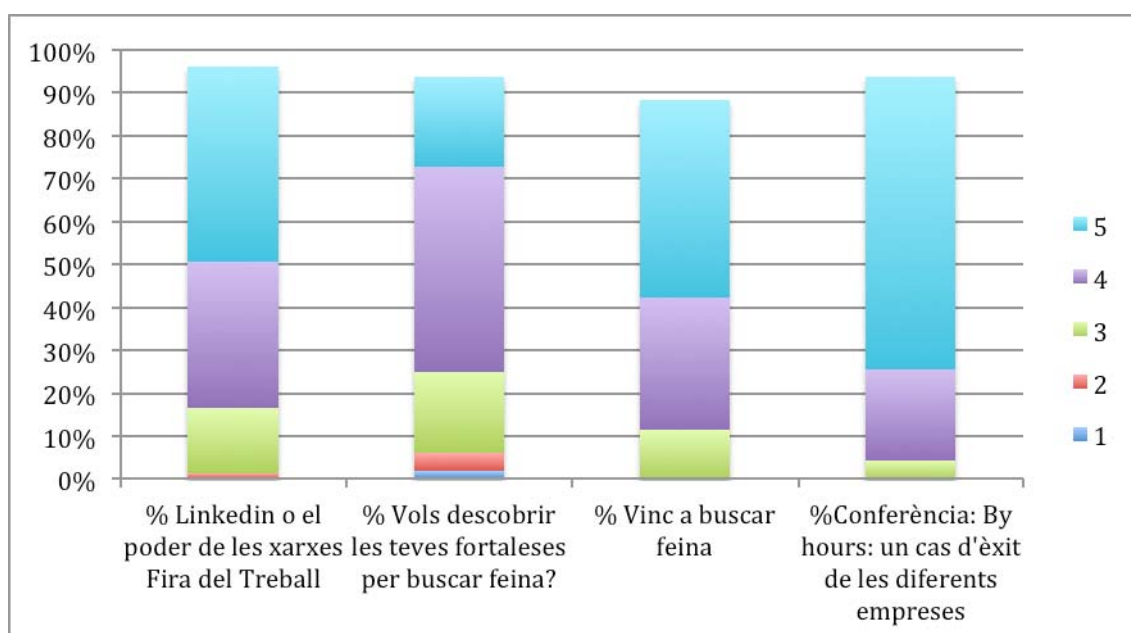
➤ **T'han realitzat alguna entrevista a la Fira?**



➤ **Grau de satisfacció de la fira**



➤ **Grau de satisfacció dels tallers de formació**



6. Comentaris finals

Des del punt de vista de les empreses, l'edició 2016 ha permès consolidar-se i la percepció que es rep és que les empreses tenen un interès creixent en accedir-hi. Aquest factor es mostra clar amb el fet que empreses de fora del

territori (exemples: COBRA i Quonext) hagin volgut accedir i que d'altres no hagin tingut opció quedant en llista d'espera per falta d'espai.

Tanmateix, aquest últim factor, la falta d'espai, ens planteja la problemàtica del creixement. Possibles solucions són moure la fira cap a d'altres campus, o fins i tot fer-la en format de carpes (i en unes altres dates) al jardí interior del campus de Cappont. També pot ser interessant plantejar la fira en format itinerant entre els diferents campus la qual cosa facilitaria donar-la a conèixer a tota la comunitat universitària.

En general es detecta una certa manca de coneixement per part dels estudiants i titulats, i fins i tot, entre el professorat de la UdL. Es proposa treballar especialment aquest apartat a la propera edició.