

Josep Lluís DEL OLMO ARRIAGA

ELS FACTORS D'ELECCIÓ D'UNIVERSITAT
El cas de la demanda a Catalunya

Memòria de tesi doctoral
dirigida per
Dr. Francisco J. Guillén Martínez

Universitat Abat Oliba CEU
FACULTAT DE CIÈNCIES SOCIALS
Departament de Ciències Econòmiques i Socials

2009

A la meva dona, Pilar, i als meus fills, Marc, Pau i Bernat.

1.3.5.6. Les activitats extra-acadèmiques.....	85
1.3.5.7. Les activitats socials	85
1.3.5.8. La disponibilitat d'allotjament	86
1.3.5.9. Els programes <i>practicum</i> i borsa de treball.....	87
1.3.5.10. El seguiment tutoritzat dels programes d'estudi	88
1.3.5.11. La seguretat personal dels estudiants	88
1.3.6. ELS COSTOS I L'AJUT FINANCER ASSOCIAT A L'ASSISTÈNCIA A LA UNIVERSITAT	89
1.3.7. L'ESTATUS SOCIO-ECONÒMIC	91
1.3.8. LA UBICACIÓ DE LA UNIVERSITAT	92
1.4. LA RECERCA D'INFORMACIÓ	94
1.4.1. COMPORTAMENT DE L'ESTUDIANT EN LA RECERCA D'INFORMACIÓ	95
1.4.2. RECERCA ACTIVA <i>VERSUS</i> RECERCA PASSIVA	95
1.4.3. LES PREFERÈNCIES DELS ESTUDIANTS.....	97
1.4.4. ANTECEDENTS A L'ACTIVITAT DE RECERCA D'INFORMACIÓ	97
1.4.5. LA COMPLEXITAT EN LA RECERCA D'INFORMACIÓ.....	99
1.4.6. FONTS D'INFORMACIÓ.....	101
1.4.6.1. Fonts empíriques d'informació.....	101
1.4.6.2. Fonts interpersonals d'informació	104
1.4.6.2.a. Fonts informals d'informació	107
1.4.6.2.b. Fonts formals d'informació.....	109
1.4.6.3. Fonts independents d'informació	113
1.4.6.4. Fonts comercials d'informació.....	114
1.5. MODEL DE PRESA DE DECISIONS.....	116
1.6. ESTUDIS D'INVESTIGACIÓ A CATALUNYA SOBRE FACTORS DE DECISIÓ	118
2. METODOLOGIA	121
2.1. OBJECTIUS DE LA INVESTIGACIÓ	122
2.2. VARIABLES DE L'ESTUDI.....	123
2.3. RECOLLIDA D'INFORMACIÓ.....	127
2.4. DISSENY I SELECCIÓ DE LA MOSTRA.....	129
2.5. TREBALL DE CAMP	132
2.5.1. VALIDACIÓ I DEPURACIÓ DEL TREBALL DE CAMP	133
SEGONA PART. FACTORS D'ELECCIÓ D'UNIVERSITAT	135
3. PERFIL DELS ESTUDIANTS DE LA MOSTRA	137
3.1. GÈNERE.....	138
3.2. EDAT	138
3.3. LLENGUA MATERNA	140
3.4. LLOC ON ES TROBA EL DOMICILI FAMILIAR	140
3.5. EXISTÈNCIA DE CENTRE UNIVERSITARI A LA POBLACIÓ FAMILIAR	141
3.6. TIPUS DE CENTRE UNIVERSITARI A LA POBLACIÓ FAMILIAR.....	142
3.7. LLOC DE RESIDÈNCIA DURANT EL CURS	143
3.8. MITJÀ DE TRANSPORT UTILITZAT	144
3.9. FINANÇAMENT DELS ESTUDIS.....	145
3.10. PROFESSIONI DELS PARES	146
3.10.1. PROFESSIONI DEL PARE.....	146
3.10.2. PROFESSIONI DE LA MARE.....	146
3.11. REALITZACIÓ DE TASQUES REMUNERADES.....	147
3.12. TIPUS DE TASQUES REMUNERADES.....	148

3.13. INTENCIÓ D'ANAR A LA UNIVERSITAT	149
3.14. LLISTAT DE FREQUÈNCIES I NOTA MITJANA DEL PRIMER CURS.....	153
4. CANALS D'INFORMACIÓ	163
4.1. ASSISTÈNCIA A ACTES INFORMATIUS DE LES UNIVERSITATS	164
4.1.1. TIPUS D'ACTE INFORMATIU A QUE HA ASSISTIT	170
4.1.1.1. Visita personal a la/les universitat/s	171
4.1.1.1.a. Universitat/s visitada/es personalment	174
4.1.1.2. Jornada de portes obertes a la/les universitats.....	182
4.1.1.2.b. Universitat/s visitada/es en Jornada de portes obertes	187
4.1.1.3. Xerrada a l'escola de la/les universitat/s.....	195
4.1.1.3.c. Universitat/s que ha/n fet alguna xerrada a l'escola	198
4.1.1.4. Altres actes informatius	205
4.1.1.4.a. Tipus d'actes informatius	209
4.2. FONTS D'INFORMACIÓ EMPRADES.....	214
4.2.1. REFERÈNCIES	215
4.2.2. VISITES	221
4.2.3. MITJANS DE COMUNICACIÓ.....	228
5. FACTORS DE DECISIÓ PER ESCOLLIR UNIVERSITAT (MITJANES).....	233
5.1. CONEIXEMENT DE LA UNIVERSITAT	236
5.2. PROFESSORAT	241
5.3. ESTUDIANTS	245
5.4. METODOLOGIA	249
5.5. BORSA DE TREBALL	253
5.6. SERVEIS	257
5.7. COST I FINANÇAMENT.....	261
5.8. PROMOCIÓ I INFORMACIÓ.....	263
5.9. CAMPUS	268
5.10. REFERÈNCIES	274
6. APROXIMACIÓ A LES UNIVERSITATS EXISTENTS	281
6.1. UNIVERSITAT AMB MAJOR INTERÈS POTENCIAL	281
6.2. UNIVERSITAT MÉS POSSIBLE	290
6.3. VALORACIÓ UNIVERSITATS PRESENCIALS (MITJANES).....	298
TERCERA PART. CONCLUSIONS.....	305
7. CONCLUSIONS.....	307
7.1. EN RELACIÓ AL PERFIL DELS ESTUDIANTS DE LA MOSTRA	308
7.2. EN RELACIÓ ALS FACTORS DE DECISIÓ PER ESCOLLIR CENTRE	309
7.3. EN RELACIÓ ALS CANALS D'INFORMACIÓ	314
7.4. EN RELACIÓ A LA VALORACIÓ DE LES UNIVERSITATS.....	315
8. PROPOSTES I RECOMANACIONS	318
9. FUTURES LÍNIES D'INVESTIGACIÓ.....	320
ANNEXOS	323

10. BIBLIOGRAFIA	325
11. FREQUÈNCIES	344
11.1. FACTORS DE DECISIÓ PER ESCOLLIR CENTRE (FREQUÈNCIES)	344
11.1.1. CONEIXEMENT DE LA UNIVERSITAT	344
11.1.2. PROFESSORAT	357
11.1.3. ESTUDIANTS	363
11.1.4. METODOLOGIA	368
11.1.5. BORSA DE TREBALL	372
11.1.6. SERVEIS	375
11.1.7. COST I FINANÇAMENT	384
11.1.8. PROMOCIÓ I INFORMACIÓ	387
11.1.9. CAMPUS	392
11.1.10. REFERÈNCIES	401
11.2. VALORACIÓ UNIVERSITATS PRESENCIALS (FREQUÈNCIES)	413
11.2.1. UNIVERSITAT ABAT OLIBA CEU (UAO)	413
11.2.2. UNIVERSITAT AUTÒNOMA DE BARCELONA (UAB)	415
11.2.3. UNIVERSITAT DE BARCELONA (UB)	416
11.2.4. UNIVERSITAT DE GIRONA (UDG)	418
11.2.5. UNIVERSITAT INTERNACIONAL DE CATALUNYA (UIC)	419
11.2.6. UNIVERSITAT DE LLEIDA (UDL)	421
11.2.7. UNIVERSITAT POLITÈCNICA DE CATALUNYA (UPC)	422
11.2.8. UNIVERSITAT POMPEU FABRA	425
11.2.9. UNIVERSITAT RAMON LLULL	426
11.2.10. UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI	428
11.2.11. UNIVERSITAT DE VIC	429
12. MANUAL DE CODIS	431
12.1. CODIS PREGUNTES OBERTES	431
13. MODEL D'ENQUESTA	441

INDEX DE

TAULES I FIGURES

TAULES

Taula 1 <i>Distribució de la demanda per tipus d'universitat.....</i>	33
Taula 2 <i>Fonts empíriques d'informació</i>	101
Taula 3 <i>Fonts interpersonals d'informació: informal</i>	108
Taula 4 <i>Fonts interpersonals d'informació: formal</i>	110
Taula 5 <i>Fonts independents d'informació</i>	113
Taula 6 <i>Fonts comercials d'informació: mitjans de comunicació</i>	115
Taula 7 <i>Model de presa de decisions.....</i>	118
Taula 8 <i>Població de segon curs de batxillerat a Catalunya en el curs 2006-07 ..</i>	130
Taula 9 <i>Mostra d'alumnes de batxillerat per demarcació.....</i>	131
Taula 10 <i>Mostra d'alumnes per modalitat de batxillerat.....</i>	132
Taula 11 <i>Tipus de centre universitari a la població de residència familiar</i>	143
Taula 12 <i>Lloc de residència habitual durant el curs</i>	144
Taula 13 <i>Mitjà utilitzat per anar a l'escola</i>	145
Taula 14 <i>Finançament dels estudis.....</i>	145
Taula 15 <i>Tipus de tasques remunerades.....</i>	148
Taula 16 <i>Intenció d'anar a la universitat, per modalitat de batxillerat</i>	151
Taula 17 <i>Intenció d'anar a la universitat, per titularitat del centre</i>	151
Taula 18 <i>Intenció d'anar a la universitat, per gènere</i>	152
Taula 19 <i>Intenció d'anar a la universitat, per demarcació.....</i>	152
Taula 20 <i>Intenció d'anar a la universitat, per existència de centre universitari a la població familiar</i>	153
Taula 21 <i>Nota mitjana en el primer curs de batxillerat, per intenció d'anar a la universitat.....</i>	156
Taula 22 <i>Nota mitjana de primer curs, per modalitat de batxillerat.....</i>	158
Taula 23 <i>Nota mitjana de primer curs, per titularitat del centre.....</i>	159
Taula 24 <i>Nota mitjana de primer curs per gènere.....</i>	160
Taula 25 <i>Nota mitjana de primer curs per demarcació</i>	161
Taula 26 <i>Nota mitjana de primer curs, per existència de centre universitari a la població familiar</i>	163
Taula 27 <i>Assistència a algun acte informatiu el darrer mes, per intenció d'anar a la universitat.....</i>	166

Taula 28 <i>Assistència a algun acte informatiu el darrer mes, per modalitat de batxillerat.....</i>	167
Taula 29 <i>Assistència a algun acte informatiu el darrer mes, per titularitat del centre</i>	168
Taula 30 <i>Assistència a algun acte informatiu el darrer mes, per gènere</i>	168
Taula 31 <i>Assistència a algun acte informatiu l'últim més, per demarcació.....</i>	169
Taula 32 <i>Assistència a algun acte informatiu el darrer mes, per existència de centre universitari a la població familiar.....</i>	169
Taula 33 <i>Tipus d'acte informatiu al qual ha assistit el darrer mes</i>	171
Taula 34 <i>Contacte personal amb la/les universitat/s, per intenció d'anar-hi.....</i>	172
Taula 35 <i>Contacte personal amb la/les universitat/s, per modalitat de batxillerat</i>	172
Taula 36 <i>Contacte personal amb la/les universitat/s, per titularitat del centre.....</i>	173
Taula 37 <i>Contacte personal amb la/les universitat/s, per gènere</i>	173
Taula 38 <i>Contacte personal amb la/les universitat/s, per demarcació.....</i>	174
Taula 39 <i>Contacte personal amb la/les universitat/s, per existència de centre universitari en la població familiar.....</i>	174
Taula 40 <i>Visita personal a la/les universitat/s, per intenció d'anar-hi.....</i>	176
Taula 41 <i>Visita personal a la/les universitat/s, per modalitat de batxillerat.....</i>	178
Taula 42 <i>Visita personal a la/les universitat/s, per titularitat del centre</i>	179
Taula 43 <i>Visita personal a la/les universitat/s, per gènere.....</i>	180
Taula 44 <i>Visita personal a la/les universitat/s, per demarcació</i>	181
Taula 45 <i>Visita personal a la/les universitat/s, per existència de centre universitari a la població familiar.....</i>	182
Taula 46 <i>Assistència a Jornada de portes obertes, per intenció d'anar a la universitat.....</i>	184
Taula 47 <i>Assistència a Jornada de portes obertes, per modalitat de batxillerat..</i>	184
Taula 48 <i>Assistència a Jornada de portes obertes, per titularitat del centre</i>	185
Taula 49 <i>Assistència a Jornada de portes obertes, per gènere.....</i>	185
Taula 50 <i>Assistència a Jornada de portes obertes, per demarcació</i>	186
Taula 51 <i>Assistència a Jornada de portes obertes, per existència de centre universitari a la població familiar.....</i>	187
Taula 52 <i>Assistència a Jornades de portes obertes de les universitats, per intenció d'anar a la universitat</i>	188
Taula 53 <i>Assistència a Jornades de portes obertes de les universitats, per modalitat de batxillerat.....</i>	190
Taula 54 <i>Assistència a Jornades de portes obertes de les universitats, per titularitat del centre.....</i>	191
Taula 55 <i>Assistència a Jornades de portes obertes de les universitats, per gènere.....</i>	192

Taula 56 <i>Assistència a Jornades de portes obertes de les universitats, per demarcació</i>	193
Taula 57 <i>Assistència a Jornades de portes obertes de les universitats, per existència de centre universitari a la població familiar</i>	194
Taula 58 <i>Xerrada a l'escola de la/es universitat/s, per intenció d'anar a la universitat.....</i>	195
Taula 59 <i>Xerrada a l'escola de la/es universitat/s, per modalitat de batxillerat ...</i>	196
Taula 60 <i>Xerrada a l'escola de la/es universitat/s, per titularitat del centre</i>	196
Taula 61 <i>Xerrada a l'escola de la/es universitat/s, per gènere</i>	197
Taula 62 <i>Xerrada a l'escola de la/es universitat/s, per demarcació</i>	198
Taula 63 <i>Xerrada a l'escola de la/es universitat/s, per existència de centre a la població familiar</i>	198
Taula 64 <i>Xerrada a l'escola de la/es universitat/s, per intenció d'anar a la universitat.....</i>	199
Taula 65 <i>Xerrada a l'escola de la/es universitat/s, per modalitat de batxillerat ...</i>	201
Taula 66 <i>Xerrada a l'escola de la/es universitat/s, per titularitat del centre</i>	202
Taula 67 <i>Xerrada a l'escola de la/es universitat/s, per gènere</i>	203
Taula 68 <i>Xerrada a l'escola de la/es universitat/s, per demarcació</i>	204
Taula 69 <i>Xerrada a l'escola de la/es universitat/s, per existència de centre universitari a la població familiar.....</i>	205
Taula 70 <i>Altres actes informatius, per intenció d'anar a la universitat</i>	206
Taula 71 <i>Altres actes informatius, per modalitat de batxillerat.....</i>	207
Taula 72 <i>Altres actes informatius, per titularitat del centre</i>	207
Taula 73 <i>Altres actes informatius, per gènere.....</i>	208
Taula 74 <i>Altres actes informatius, per demarcació</i>	208
Taula 75 <i>Altres actes informatius, per existència de centre universitari a la població familiar</i>	209
Taula 76 <i>Assistència a altres actes informatius per intenció d'anar a la universitat.....</i>	211
Taula 77 <i>Assistència a altres actes informatius, per modalitat de batxillerat.....</i>	211
Taula 78 <i>Assistència a altres actes informatius, per titularitat del centre</i>	212
Taula 79 <i>Assistència a altres actes informatius, per gènere.....</i>	212
Taula 80 <i>Assistència a altres actes informatius, per demarcació</i>	213
Taula 81 <i>Assistència a altres actes informatius, per existència de centre universitari a la població familiar.....</i>	214
Taula 82 <i>Fonts d'informació emprades: referències, per intenció d'anar a la universitat.....</i>	217
Taula 83 <i>Fonts d'informació emprades: referències, per modalitat de batxillerat .</i>	218

Taula 84	<i>Fonts d'informació emprades: referències, per titularitat del centre</i>	219
Taula 85	<i>Fonts d'informació emprades: referències, per gènere</i>	219
Taula 86	<i>Fonts d'informació emprades: referències, per demarcació</i>	220
Taula 87	<i>Fonts d'informació emprades: referències, per existència de centre universitari a la població familiar</i>	221
Taula 88	<i>Fonts d'informació emprades: visites, per intenció d'anar a la universitat</i>	223
Taula 89	<i>Fonts d'informació emprades: visites, per modalitat de batxillerat</i>	224
Taula 90	<i>Fonts d'informació emprades: visites, per titularitat del centre</i>	225
Taula 91	<i>Fonts d'informació emprades: visites, per gènere</i>	226
Taula 92	<i>Fonts d'informació emprades: visites, per demarcació</i>	227
Taula 93	<i>Fonts d'informació emprades: visites, per existència de centre universitari a la població familiar</i>	227
Taula 94	<i>Fonts d'informació emprades: mitjans de comunicació, per intenció d'anar a la universitat</i>	229
Taula 95	<i>Fonts d'informació emprades: mitjans de comunicació, per modalitat de batxillerat</i>	230
Taula 96	<i>Fonts d'informació emprades: mitjans de comunicació, per titularitat del centre</i>	231
Taula 97	<i>Fonts d'informació emprades: mitjans de comunicació, per gènere</i>	232
Taula 98	<i>Fons d'informació emprades: mitjans de comunicació, per demarcació</i>	232
Taula 99	<i>Fonts d'informació emprades: mitjans de comunicació, per existència de centre universitari a la població familiar</i>	233
Taula 100	<i>Factors de decisió per escollir centre. Totals</i>	235
Taula 101	<i>Factors de decisió: coneixement de la universitat, per intenció d'anar-hi</i>	237
Taula 102	<i>Factors de decisió: coneixement de la universitat, per modalitat de batxillerat</i>	238
Taula 103	<i>Factors de decisió: coneixement de la universitat, per titularitat del centre</i>	239
Taula 104	<i>Factors de decisió: coneixement de la universitat, per gènere</i>	239
Taula 105	<i>Factors de decisió: coneixement de la universitat, per demarcació</i>	240
Taula 106	<i>Factors de decisió: coneixement de la universitat, per existència de centre universitari a la població familiar</i>	241
Taula 107	<i>Factors de decisió: professorat, per intenció d'anar a la universitat</i> ...	242
Taula 108	<i>Factors de decisió: professorat, per modalitat de batxillerat</i>	243
Taula 109	<i>Factors de decisió: professorat, per titularitat del centre</i>	244
Taula 110	<i>Factors de decisió: professorat, per gènere</i>	244

Taula 111 <i>Factors de decisió: professorat, per demarcació</i>	245
Taula 112 <i>Factors de decisió: professorat, existència de centre universitari a la població familiar</i>	245
Taula 113 <i>Factors de decisió: estudiants, per intenció d'anar a la universitat</i>	247
Taula 114 <i>Factors de decisió: estudiants, per modalitat de batxillerat</i>	247
Taula 115 <i>Factors de decisió: estudiants, per titularitat del centre</i>	248
Taula 116 <i>Factors de decisió: estudiants, per gènere</i>	248
Taula 117 <i>Factors de decisió: estudiants, per demarcació</i>	249
Taula 118 <i>Factors de decisió: estudiants, per existència de centre universitari a la població familiar</i>	249
Taula 119 <i>Factors de decisió: metodologia, per intenció d'anar a la universitat</i> ..	250
Taula 120 <i>Factors de decisió: metodologia, per modalitat de batxillerat</i>	251
Taula 121 <i>Factors de decisió: metodologia, per titularitat del centre</i>	251
Taula 122 <i>Factors de decisió: metodologia, per gènere</i>	252
Taula 123 <i>Factors de decisió: metodologia, per demarcació</i>	252
Taula 124 <i>Factors de decisió: metodologia, per existència de centre universitari a la població familiar</i>	253
Taula 125 <i>Factors de decisió: borsa de treball, per intenció d'anar a la universitat</i>	254
Taula 126 <i>Factors de decisió: borsa de treball, per modalitat de batxillerat</i>	254
Taula 127 <i>Factors de decisió: borsa de treball, per titularitat del centre</i>	255
Taula 128 <i>Factors de decisió: borsa de treball, per intenció d'anar a la universitat</i>	255
Taula 129 <i>Factors de decisió: borsa de treball, per demarcació</i>	256
Taula 130 <i>Factors de decisió: borsa de treball, existència de centre universitari a la població familiar</i>	256
Taula 131 <i>Factors de decisió: serveis, per intenció d'anar a la universitat</i>	257
Taula 132 <i>Factors de decisió: serveis, per modalitat de batxillerat</i>	258
Taula 133 <i>Factors de decisió: serveis, per titularitat del centre</i>	258
Taula 134 <i>Factors de decisió: serveis, per gènere</i>	259
Taula 135 <i>Factors de decisió: serveis, per demarcació</i>	259
Taula 136 <i>Factors de decisió: serveis, per existència de centre universitari a la població familiar</i>	260
Taula 137 <i>Factors de decisió: cost i finançament, per intenció d'anar a la universitat</i>	261
Taula 138 <i>Factors de decisió: cost i finançament, per modalitat de batxillerat</i>	261
Taula 139 <i>Factors de decisió: cost i finançament, per titularitat del centre</i>	262
Taula 140 <i>Factors de decisió: cost i finançament, per gènere</i>	262

Taula 141 <i>Factors de decisió: cost i finançament, per demarcació</i>	263
Taula 142 <i>Factors de decisió: cost i finançament, per existència d'un centre universitari a la població familiar</i>	263
Taula 143 <i>Factors de decisió: promoció i informació, per intenció d'anar a la universitat</i>	264
Taula 144 <i>Factors de decisió: promoció i informació, per modalitat de batxillerat</i>	265
Taula 145 <i>Factors de decisió: promoció i informació, per titularitat del centre</i>	266
Taula 146 <i>Factors de decisió: promoció i informació, per gènere</i>	266
Taula 147 <i>Factors de decisió: promoció i informació, per demarcació</i>	267
Taula 148 <i>Factors de decisió: promoció i informació, per existència de centre universitari a la població familiar</i>	267
Taula 149 <i>Factors de decisió: campus, per intenció d'anar a la universitat</i>	269
Taula 150 <i>Factors de decisió: campus, per modalitat de batxillerat</i>	271
Taula 151 <i>Factors de decisió: campus, per titularitat del centre</i>	271
Taula 152 <i>Factors de decisió: campus, per gènere</i>	272
Taula 153 <i>Factors de decisió: campus, per demarcació</i>	273
Taula 154 <i>Factors de decisió: campus, per existència de centre universitari a la població familiar</i>	274
Taula 155 <i>Factors de decisió: referències, per intenció d'anar a la universitat</i> ...	276
Taula 156 <i>Factors de decisió: referències, per modalitat de batxillerat</i>	278
Taula 157 <i>Factors de decisió: referències, per titularitat del centre</i>	278
Taula 158 <i>Factors de decisió: referències, per gènere</i>	279
Taula 159 <i>Factors de decisió: referències, per demarcació</i>	280
Taula 160 <i>Factors de decisió: referències, per existència de centre universitari a la població familiar</i>	281
Taula 161 <i>Universitat amb major interès potencial, per intenció d'anar a la universitat</i>	283
Taula 162 <i>Universitat amb major interès potencial, per modalitat de batxillerat</i> ..	285
Taula 163 <i>Universitat amb major interès potencial, per titularitat del centre</i>	286
Taula 164 <i>Universitat amb major interès potencial, per gènere</i>	287
Taula 165 <i>Universitat amb major interès potencial, per demarcació</i>	289
Taula 166 <i>Universitat amb major interès potencial, per existència d'un centre universitari a la població familiar</i>	289
Taula 167 <i>Universitat més possible, per intenció d'anar a la universitat</i>	291
Taula 168 <i>Universitat més possible, per modalitat de batxillerat</i>	293
Taula 169 <i>Universitat més possible, per titularitat del centre</i>	294
Taula 170 <i>Universitat més possible, per gènere</i>	295

Taula 171 <i>Universitat més possible, per demarcació</i>	297
Taula 172 <i>Universitat més possible, per existència d'un centre universitari a la població familiar</i>	297
Taula 173 <i>Valoració universitats presencials, per intenció d'anar a la universitat</i>	299
Taula 174 <i>Valoració universitats presencials, per modalitat de batxillerat</i>	301
Taula 175 <i>Valoració universitats presencials, per titularitat del centre</i>	302
Taula 176 <i>Valoració universitats presencials, per gènere</i>	302
Taula 177 <i>Valoració universitats presencials, per demarcació</i>	303
Taula 178 <i>Valoració universitats presencials, per existència de centre universitari a la població familiar</i>	304

FIGURES

Figura 1 <i>Distribució de subjectes en base al gènere.</i>	138
Figura 2 <i>Distribució d'edat</i>	140
Figura 3 <i>Llengua materna</i>	140
Figura 4 <i>Lloc on es troba el domicili familiar.</i>	141
Figura 5 <i>Existència de centre universitari a la població de la residència familiar.</i>	142
Figura 6 <i>Professió dels pares.</i>	147
Figura 7 <i>Realització de tasques remunerades.</i>	148
Figura 8 <i>Intenció d'anar a la universitat.</i>	150

ACRÒNIMS I

ABREVIATURES

AFC:	Anàlisi factorial de correspondències
AMA:	American Marketing Association
ANECA:	Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación
BOE:	Butlletí Oficial de l'Estat
CA:	Comunitat Autònoma
CC:	Ciències
CCAA:	Comunitats Autònomes
CE:	Constitució Espanyola de 27 de desembre de 1978
CEE:	Comunitat Econòmica Europea
CIC:	Consell Interuniversitari de Catalunya
COU:	Curs d'Orientació Universitària
CFGM:	Cicle Formatiu de Grau Mitjà
CFGS:	Cicle Formatiu de Grau Superior
CUR:	Comissionat per a Universitats i Recerca
DES:	Demanda d'Educació Superior
DOGC:	Diari Oficial de la Generalitat de Catalunya
EAC:	Estatut d'Autonomia de Catalunya
EEE:	Espai Econòmic Europeu
EEES:	Espai Europeu d'Educació Superior
EE.UU:	Estats Units
ESO:	Ensenyament Secundari Obligatori
FP2:	Formació professional de 2n grau
IES:	Institut d'Ensenyament Secundari
L:	Llei
LO:	Llei Orgànica
LOU:	Llei Orgànica d'Universitats
LOGSE:	Llei Orgànica General del Sistema Educatiu
LORU:	Llei Orgànica de Reforma Universitària
LRU:	Llei Orgànica de Reforma Universitària
MAS:	Mostra Aleatòria Simple

MEC:	Ministerio de Educación y Ciencia
MIT:	Massachusset Institute of Tecnology
OPU:	Oficina de Preinscripció Universitària
PAP:	Prova d'Aptitud Personal
PAS:	Personal d'Administració i Serveis
PAU/ PAAU:	Proves d'Accés a la Universitat. Proves d'Aptitud per a l'Accés a la Universitat/. (S'usen indistintament)
PIJ:	Punt d'Informació Juvenil
RD:	Reial Decret
RR.PP:	Relacions Públiques
STC:	Sentència del Tribunal Constitucional
U:	Universitat
UAB:	Universitat Autònoma de Barcelona
UAO:	Universitat Abat Oliba CEU
UB:	Universitat de Barcelona
UCM:	Universidad Complutense de Madrid
UDG:	Universitat de Girona
UDL:	Universitat de Lleida
UE:	Unió Europea
UIC:	Universitat Internacional de Catalunya
UMD:	University of Massachussets Darmouth
UOC:	Universitat Oberta de Catalunya
UPC:	Universitat Politècnica de Catalunya
UPF:	Universitat Pompeu Fabra
URL:	Universitat Ramon Llull
URV:	Universitat Rovira i Virgili
UVIC:	Universitat de Vic

INTRODUCCIÓ

PLANTEJAMENT DE LES HIPÒTESIS

Aquesta memòria doctoral és conseqüència de diverses circumstàncies i d'interessos professionals i intel·lectuals. A partir d'una formació acadèmica universitària en Ciències de la Informació (Secció Publicitat i Relacions Públiques), des de fa més de sis anys estic treballant en l'àrea d'Informació i Relacions Externes de la Universitat Abat Oliba CEU (UAO). Aquesta trajectòria professional sumada als meus orígens dins el camp de la Publicitat i el Marketing en sectors de consum, a més d'una àmplia experiència docent, m'han fet anar més enllà de l'estricta activitat professional.

L'experiència actual, sumada a l'entrada en contacte amb el món de la gestió acadèmica, com a conseqüència de cursar el programa de doctorat, em van proporcionar elements pràctics de recerca, els quals puc aplicar a aquest treball. A més, l'oportunitat que em brinda el Dr. Francisco J. GUILLÉN MARTÍNEZ, Director de la Càtedra de Gestió Universitària de la UAO, de treballar en aquest camp de recerca es converteix en un element motivador a l'hora d'abordar aquest projecte.

Aquest treball no és només un estudi acadèmic per a l'obtenció d'un títol de grau, constitueix la suma de la meua experiència professional i el treball de recerca i d'investigació que m'han de permetre millorar la capacitat de gestió a partir de paràmetres científics.

Durant tots aquests anys he anat recollint informació i documentació diversa, he llegit articles, llibres i altres publicacions

relacionades amb l'oferta i la demanda universitària, i més específicament sobre els factors que motiven i determinen la decisió d'aquesta demanda d'accedir a una determinada institució d'educació superior,¹ i això des d'un nivell tan teòric com experimental. He anat recollint opinions i idees de diferents àmbits i he compatibilitzat les meves obligacions com a PAS de la UAO i com professor de marketing a altres institucions d'ensenyament superior amb l'estudi i la investigació del marketing social aplicat al món universitari, particularment dins l'àmbit de Catalunya. Aquesta tesi doctoral és, doncs, el resultat d'aquest treball.

A més, la publicació de la tesi doctoral de M. E. MARTÍNEZ CABALLERO sobre estratègies de marketing a les universitats privades espanyoles,² va suposar un fet influent que em va motivar a continuar la recerca iniciada per l'autora, a partir de les línies d'investigació proposades a la seva tesi.

Les investigacions relatives als problemes en l'accés als estudis universitaris arreu de l'estat han estat nombroses i enfocades sobretot a conèixer les demandes d'estudis i/o carreres que efectua l'alumnat preuniversitari, així com avaluar aquestes demandes en relació a les seves característiques personals i estimar les probabilitats d'èxit, especialment durant els primers cursos de l'ensenyament superior.³ Tots semblen coincidir en que l'elecció

¹ Els termes demanda d'estudis superiors, demanda d'educació superior, demanda universitària, demanda d'educació universitària i demanda d'estudis universitaris s'utilitzaran indistintament. Si bé és cert que poden existir estudis de caràcter superior no universitari i, en alguns països, aquest tipus d'estudis signifiquen una part important del total d'estudis superiors, aquest no és el cas a Catalunya.

² La tesi va ser defensada l'any 2000, a la Universidad de Alcalá, sota el títol de *La estrategia de marketing de las universidades privadas en España*.

³ Aquests estudis poden agrupar-se en diferents blocs delimitats per la finalitat que es persegueix en cada cas: estudis que tenen per objecte conèixer les causes

d'estudis universitaris, essent un dels fets més significatius en la vida d'una persona, es realitza en condicions no idònies, com, per exemple, manca d'informació, absència de serveis d'orientació educativa, condicionants per ofertes d'estudis en el lloc de residència, limitacions dels centres o '*númerus clausus*', etc. (DE MIGUEL & *et alii.*, 1994: 16).

En canvi, la investigació sobre les opcions institucionals, àmpliament desenvolupada en altres contextos nacionals, és ben escassa a Catalunya i, en general, a la resta de l'estat. A altres països, especialment anglosaxons, com són els EE.UU.,⁴ el Regne Unit, Canadà, Austràlia o Nova Zelanda, els estudis sobre l'elecció de l'establiment (tant d'educació superior com bàsica) s'han

que indueixen a la demanda, com els de HERNÁNDEZ & GALLEGO (1986), M.E.C. (1987) ó MORA (1989); estudis sobre rendiment acadèmic que tracten d'analitzar les característiques que defineixen els subjectes que obtenen èxit en l'ensenyament superior, com els d'ESCUADERO (1986), GONZÁLEZ TIRADOS (1986), INFIENTAS (1986), OROVAL (1986) ó SALVADOR & GARCÍA-VALCÁRCEL (1989); estudis sobre la influència de diferents factors a l'hora de decidir-se per continuar estudis superiors, com el de CEA & MORA (1992); estudis sobre desajusts entre el subsistema educatiu de l'ensenyament mitjà i professional i el subsistema universitari, com els de ZUBIETA & SUSINOS (1986) ó APODAKA, GRAO & MARTÍNEZ (1986); estudis *input-output* per conèixer la mortaldat i/o rendibilitat del sistema educatiu contrastant el nombre de subjectes que entren en el sistema en relació als egresats del mateix, com, per exemple, el de MORA (1990); investigacions sobre oferta i demanda que tracten d'avaluar la resposta de les institucions universitàries a les noves exigències de la societat, entre les quals destaquen les de BENEDITO *et alii.* (1986), DE MIGUEL & BLASCO (1986) i M.E.C. (1989), entre d'altres; estudis de seguiment d'uns subjectes al llarg de l'ensenyament superior, com els de BENEDITO *et alii.* (1970), SALVADOR & GARCÍA-VALCÁRCEL (1989) i LATIESA (1986); estudis sobre el trànsit de l'ensenyament secundari a la Universitat, com els de DE MIGUEL *et alii.* (1994) i GUERRA, RUEDA *et alii.* (2005).

⁴ Als EE.UU., on existeixen més de 3.000 institucions d'educació superior, públiques i privades, l'aplicació del marketing és un requisit indispensable per diferenciar-se de la competència i aconseguir sobreviure en el mercat. En aquest país, les institucions universitàries són conscients de la necessitat de conèixer als consumidors i d'aplicar adequadament els instruments de marketing. Existeixen publicacions específiques sobre aquest tema, com el *Journal of Marketing for Higher Education*, *The Chronicle of Higher Education* o *College & University*, així com congressos periòdics on s'exposen les principals investigacions sobre aquest tema, com el *Symposium for the Marketing of Higher Education*, que organitza anyalment la AMA (American Marketing Association).

multiplicat a partir de la implementació, entre d'altres, de polítiques que tenen com a objectiu estimular la competència entre les institucions a través de mesures com el finançament de la demanda, l'avaluació dels resultats dels establiments i la provisió d'informació a les famílies.

Els canvis que es produeixen en el panorama universitari són força rellevants. D'una banda, l'oferta universitària s'ha incrementat considerablement en els darrers deu anys, havent-hi institucions a totes les demarcacions catalanes. Actualment existeixen a Catalunya dotze universitats, de les quals cinc són privades.

Les universitats públiques, han estat i segueixen essent un *mercat de venedors*, és a dir aquell en el qual hi ha més demandants que oferents, per la qual cosa aquestes tenen el poder. Per contra, les universitats privades es poden considerar un *mercat de compradors* on hi ha més oferents que demandants (MARTÍNEZ, 2000: 119). En el primer cas, aquesta situació està canviant i les universitats públiques comencen a preocupar-se per millorar la seva qualitat de servei i orientar-se als consumidors.

La situació també ha canviat des del punt de vista de la demanda, ja que la taxa de natalitat a Catalunya ha estat una de les més baixes del món, el que explica que el nombre de naixements hagi descendit des de l'any 1976 fins al 1995.⁵ Això implica una disminució en la població amb edat de cursar estudis universitaris, tot i que, fins ara, el nombre d'estudiants que es matriculen anyalment no s'ha reduït, degut a que aquest efecte s'ha vist compensat amb un increment en la taxa d'escolaritat.

⁵ Institut d'Estadística de Catalunya (2007).

Aquesta evolució requereix que el conjunt d'universitats catalanes analitzin les opcions que prenen els seus futurs usuaris. No obstant, la manca de tradició comercial en la gestió universitària a Catalunya, degut sobretot a l'excés de demanda, planteja dubtes sobre la planificació estratègica de marketing en aquestes institucions. Encara que totes utilitzen la promoció com instrument per captar alumnes, es coneixen escasses investigacions empíriques sobre els factors d'elecció d'universitat.

Si les universitats es volen orientar al marketing, han d'entendre, en primer lloc, com defineixen les opcions els futurs estudiants universitaris. Per això, han d'explorar el procés de presa de decisions per identificar si les opcions de *compra* que prenen són racionals. En qualsevol cas, és indubtable que trien entre diferents opcions.

Per examinar com els estudiants escullen una institució d'educació superior, és necessari comprendre què escullen i per què. A més, també pot afectar la seva decisió final la capacitat que tenen d'accedir a la recerca d'informació, assimilar el material i escollir entre alternatives similars.

No obstant, abans que els estudiants puguin escollir entre diferents alternatives, han de ser conscients que allò que trien està disponible. A més, hi ha un procés de presa de decisions implícit a través del qual els consumidors poden arribar a escollir possibles resultats. Aquesta afirmació es basa en el supòsit que els futurs estudiants universitaris prenen opcions actives sobre els productes que eventualment decideixen comprar. Aleshores, es poden formular les següents preguntes:

- Com escullen els futurs estudiants entre diferents alternatives?
- Quina valoració fan de les alternatives que tenen al seu abast?
- Com busquen la informació sobre les diferents alternatives?
- Quines són les influències en el seu comportament de recerca d'informació?
- Com valoren la informació que obtenen en el procés de recerca d'informació?
- Quina capacitat tenen de prendre una decisió adequada sobre un producte tan complex com una institució d'educació superior?

Comprendre bé el fenomen de l'elecció d'establiment suposa, tal com assenyalen BOWE, GEWIRTZ & BALL (1994), determinar no tan sols el *perquè* sinó també el *com* de la decisió. Per a VELEDA (2002):

“Concentrar-se, a més de les raons de l'elecció, en la manera com aquesta es concreta implica concebre-la com un procés, és a dir, com un fet diacrònic, complex, contradictori, que pot implicar aspectes tan diversos com l'accés a la informació, l'anticipació, la negociació familiar, el càlcul, la valoració, el dubte. Es pretén així reconstruir amb els actors el desenvolupament, les circumstàncies i el context de l'elecció” (p. 91).

En la mesura que l'anàlisi dels factors que influeixen en les decisions d'estudiar en una determinada universitat ens ajudi a predir i interpretar els canvis en les decisions individuals, podrem conèixer els canvis en la demanda agregada d'educació superior, en tant que suma de les demandes individuals, i oferir un marc per avaluar diferents polítiques de marketing per part de l'oferta universitària.

És per això que detectar els criteris i la manera com la demanda escull la institució d'educació superior per cursar estudis universitaris pot ser de gran utilitat per analitzar i planificar les estratègies de les pròpies institucions universitàries.

L'anàlisi dels factors que influeixen en la demanda es fa indispensable, a més, si es tenen en compte qüestions com la desarticulació existent entre l'educació secundària i superior que impedeix l'acompanyament dels joves en el passatge d'una a una altra etapa de formació i a una equitativa distribució de la informació, així com la progressiva proliferació de les institucions d'educació superior amb la consegüent diversificació i complexitat de l'oferta, la qual cosa dificulta la identificació de les possibilitats que ofereix el sistema als estudiants.

Així mateix, la investigació en la matèria demostra que tant els criteris com el procés de l'elecció depenen dels recursos econòmics, culturals i socials de les famílies (BALL *et alii.*; BALL, 1993; CROZIER, 1997). Partint d'aquesta idea, la present investigació pretén detectar els factors, condicionants, i modalitats en la decisió de la demanda. Per això, s'estudiarà el trànsit dels estudiants a través del nivell educatiu previ a l'accés a la universitat, els sistemes d'accés per a convertir-se en demanda d'educació universitària i els motius que indueixen a l'elecció d'una determinada institució.

En aquest context, aquesta tesi doctoral té com finalitat bàsica analitzar els factors de decisió de la demanda universitària a Catalunya. Per això, es pretén analitzar la qüestió mitjançant l'anàlisi de les opinions, preferències, motivacions i actituds dels aspirants a estudiant universitari a l'hora d'escollir una plaça universitària, excloent l'aspecte vocacional (decisió de la carrera a seguir).

Aquesta elecció està parcialment condicionada per la limitació de l'oferta universitària i el propi sistema que regula l'accés a la universitat. Per tant, la decisió que pren l'aspirant no és una decisió totalment lliure, en tant es veu afectada per diversos condicionants: estudis de secundària cursats i les modalitats de batxillerat escollides; l'expedient de l'alumnat que juntament amb les proves d'accés (PAU), configuren una nota per a l'accés a les universitats públiques i que s'utilitza com a criteri d'ordenació de les demandes que rep cada titulació; la limitació de les places públiques i privades ofertades, etc.

L'estudi que es presenta a continuació pretén demostrar una hipòtesi general: **en una decisió implicant com és l'elecció d'universitat, la presa de decisions de la demanda obeeix a criteris sovint irracionals, basats en percepcions, i per tant, l'estudiant és força impermeable als instruments de marketing que utilitza l'oferta per influir en la seva decisió.**

En un projecte de recerca d'aquestes característiques, els elements que s'incorporen al procés d'investigació permeten plantejar diverses hipòtesis complementàries:

1. **Hipòtesi:** Els estudiants no cerquen la informació necessària per valorar les diferents alternatives i, per tant, no disposen, en general, de la informació pertinent en el moment de la presa de decisions sobre l'elecció d'universitat.
2. **Hipòtesi:** En la mesura que una institució d'educació superior és coneguda per la demanda la seva percepció tendeix a ser més positiva que aquella que no ho és. La manca de coneixement pot implicar fins i tot una percepció negativa.

Amb l'objecte de comprovar empíricament les hipòtesis i les subhipòtesis, i seguint l'estructura canònica de la recerca doctoral, es realitza una extensa revisió de la literatura sobre els factors d'elecció d'universitat de la demanda.⁶ En total, el treball està estructurat en tres parts.

La primera part és de caràcter introductori i en ella s'analitza l'objecte d'estudi a partir de la desagregació dels elements que conformen la recerca, a més d'aquesta introducció. En un segon terme, es realitza una revisió de la literatura sobre la presa de decisions, l'opció educativa, el procés de decisió i els factors d'elecció d'universitat, a més de la recerca d'informació d'institucions d'educació superior, tot presentant les teories que suporten aquests processos, així com les crítiques rebudes.

Completa la primera part la corresponent exposició metodològica emprada en la tesi doctoral amb l'objecte de donar resposta als objectius plantejats. Així, s'exposa de forma crítica l'enfocament de l'estudi empíric, constituït per una investigació quantitativa centrada en la demanda universitària, en la qual es recullen les opinions, expectatives i preferències dels estudiants sobre l'elecció d'universitat, mitjançant una enquesta personal. En particular, es presta especial atenció a la descripció del disseny de la investigació i del treball de camp.

La segona part de la recerca comprèn la investigació empírica sobre els factors de decisió de la demanda universitària, on es recullen els resultats de l'anàlisi quantitatiu i la interpretació dels

⁶ Tal com s'ha indicat, són escasses les fonts documentals sobre els factors que condicionen la demanda a l'hora d'escollir una determinada institució d'educació superior. La major part de la literatura existent prové de països anglosaxons, especialment d'EE.UU, del Regne Unit i d'Austràlia.

seus resultats en relació amb les hipòtesis d'investigació proposades. Això permet, d'una banda, identificar el perfil dels estudiants de la mostra, comprovar empíricament els canals d'informació que utilitzen, així com determinar els factors que els indueixen, motiven i condicionen a escollir un determinat centre d'ensenyament superior. A tot això, cal afegir-hi una aproximació a les preferències d'universitat que la demanda manifesta, a partir dels factors definits.

La tercera part del treball exposa les conclusions extretes dels resultats obtinguts en la investigació. Es presta especial atenció a l'evidència empírica obtinguda en relació als factors que influeixen en l'elecció d'universitat. Més enllà de les conclusions de caire científic, es plantegen també les implicacions sobre l'oferta universitària dels resultats obtinguts, indicant la seva possible utilitat pel desenvolupament de les eines de marketing de les institucions universitàries a Catalunya. Finalment, es recullen les principals limitacions de la investigació desenvolupada i es suggereixen futures línies d'investigació en aquest camp.

Per acabar, amb aquesta introducció vull deixar constància del meu agraïment a les persones que han contribuït a fer possible la realització d'aquesta investigació. En primer lloc, vull reconèixer el guiatge intel·lectual i la seva orientació al meu director de tesi, el Dr. Francisco J. GUILLÉN, el qual ha posat a la meva disposició tots els seus mitjans, la seva gran experiència, així com una paciència admirable. Sense la seva inestimable col·laboració, aquesta tesi no s'hauria pogut realitzar.

Expressar també el meu reconeixement als professors, tutors i orientadors dels centres de batxillerat que van col·laborar en el

subministrament de qüestionaris al seu alumnat de segon curs de batxillerat, als quals també agraeixo el seu ajut desinteressat.

Vull agrair de forma especial el recolzament prestat per la UAO que m'ha fet possible la tasca investigadora, així com els recursos que ha posat a la meva disposició per dur-la a terme; també al seu professorat que m'ha ajudat de forma desinteressada en la recerca, a més d'aportar suggeriments i animar-me en la meva tasca; al Dr. Marc B. ESCOLÀ, per les seves fonamentades aportacions, consells i suggeriments; al Dr. Jordi SAURET per la seva col·laboració en el treball de camp; a la Dra. Amparo ACEREDA pels seus suggeriments, sempre precisos; al Dr. Jesús M. PRUJÀ, Director de l'Oficina d'Orientació per a l'Accés a la Universitat, per la seva amable col·laboració en la recerca de la bibliografia imprescindible per l'elaboració d'aquesta tesi, així com per les seves observacions, sempre pertinents. Per acabar, agraeixo als meus companys i altres col·laboradors de la UAO els seus consells sobre l'elaboració formal de la tesi doctoral i el seu recolzament i estímul al llarg de tot el procés.

PRIMERA PART

L'OBJECTE D'ESTUDI

1. LA CONCEPTUALITZACIÓ DE L'OBJECTE D'ESTUDI

Abans de desenvolupar les definicions conceptuals i metodològiques en què es fonamenta cadascuna de les parts d'aquest capítol, cal considerar prèviament la delimitació de la matèria objecte d'estudi.

Per demanda universitària a Catalunya s'entén la "quantitat de places en primer curs de cada titulació que desitjaria consumir el grup d'individus que reuneixen els requisits per optar a les places que sol·liciten si no existís una limitació d'accés" CAÑABATE (1998). Tal com s'observa, en aquesta definició resta implícitament admès que la manifestació d'aquesta demanda està condicionada per l'existència d'una oferta limitada que s'*assigna* al consum a través d'un *sistema d'accés*.

Aquesta demanda es caracteritza segons l'etapa en la qual es localitzen els possibles aspirants a ingressar en l'educació superior. El sistema d'accés classifica els demandants de diferents procedències curriculars en *vies d'accés* (vegeu apartat 1.2.2.1.a.), cada una de les quals es sotmet a processos i requisits diferents per convertir-se en demanda universitària efectiva. Dins el sistema d'accés es contempen altres fonts de demanda diferents de les directament procedents de l'ensenyament secundari. La *via 0* és la que acull bàsicament els estudiants provinents del Batxillerat LOGSE, i aporta més del 50% del total d'efectius, el que representa la participació majoritària del total de demandants per vies d'accés. Per tant, pels objectius d'aquesta tesi, l'estudi empíric sobre els factors d'elecció de la demanda a Catalunya té en compte l'alumnat provinent d'aquesta via d'accés.

Es pot considerar que aquest perfil d'alumnat té tres estats de demanda: *demanda potencial*, constituïda pel total d'alumnes inscrits en segon curs de batxillerat; *demanda prèvia*, és a dir, aquells que expressen la seva decisió de continuar els estudis superiors i manifesten la institució i carrera preferida (constitueix l'etapa intermèdia entre la demanda potencial i la demanda real); *demanda real*, que comprèn el conjunt d'estudiants que sol·liciten la seva admissió a les diverses titulacions i institucions d'educació superior. Aquest darrer grup constitueix el volum de demanda global que rep el conjunt de les universitats a Catalunya.

La demanda va adreçada a diferents *productes*, en tant que cada un dels estudis oferts per les universitats té la seva pròpia demanda. Per tant, el conjunt dels demandants es distribueixen entre els diferents *productes-estudis* que s'ofereixen, de tal manera que cada centre d'ensenyament superior té la seva pròpia demanda generada per tots aquells estudiants que ho han sol·licitat (CAÑABATE, 1998).

La taula 1 presenta l'evolució de la demanda amb dos grups clarament diferenciats: d'una banda, els demandants de plaça a les universitats públiques, que són els qui acaparen clarament la majoria de sol·licituds amb un 85,2% del total en 2006 i, de l'altre, els que volen accedir a alguna de les universitats privades, la participació dels quals només representa el 14,8%. Per tant, les dades quantitatives de la demanda són ben diferents, tal com es posa de manifest a la taula 1. Tot i això, si bé s'observa una tendència creixent en ambdós grups, es pot constatar un cert major creixement en el nombre de demandants a les universitats privades front les universitats públiques, amb un creixement en els darrers quatre anys del 6,4%.

Taula 1 *Distribució de la demanda per tipus d'universitat*

<i>CURS</i>	2001-02	2002-03	2003-04	2004-05	2005-06	% (06-02)
U. públiques ⁷	40.232	41.115	39.308	41.724	41.985	4,4%
U. privades	6.833	7.324	6.462	7.524	7.269	6,4%
Total	47.065	48.439	45.770	49.248	49.254	4,7%

Font: *Consell Interuniversitari de Catalunya i elaboració pròpia*

D'altra banda, es fa palès que l'estudi es centra en el sistema universitari català, el qual està inserit dins un marc jurídic propi⁸ pel conjunt d'universitats establertes a Catalunya, d'acord a les competències que corresponen a la Generalitat de Catalunya, reconegudes pels articles 15 i 9.7 de l'Estatut d'Autonomia de Catalunya (EAC)⁹ en matèria d'ensenyament i de recerca. Aquest sistema universitari està integrat per les universitats públiques i privades que lliuren títols oficials a Catalunya.

Això permet introduir factors de diferenciació entre els sistemes públic i privat, com són la preinscripció universitària en el cas de les universitats públiques i sistemes propis d'admissió d'estudiants en el de les privades, així com la diversitat de preu del producte (taxes de matrícula de les universitats privades considerablement més elevades respecte de les públiques en les diferents titulacions que ofereixen). Queda exclosa la Universitat Oberta de Catalunya (UOC), donat que el seu caràcter no presencial

⁷ Total sol·licitants d'estudis de 1r cicle i 1r i 2n cicle, en 1a preferència, a la convocatòria de juny.

⁸ LLEI 1/2003, de 19 de febrer, d'universitats de Catalunya (DOGC, de 20 de febrer de 2003).

⁹ LO 4/1979, de 18 de desembre, de l'EAC. L'article 15 afirma que "És de competència plena de la Generalitat la regulació i administració de l'ensenyament en tota la seva extensió, nivells i graus, modalitats i especialitats, en l'àmbit de les seves competències (...)".

li confereix unes característiques molt heterogènies en relació a la resta d'universitats, la qual cosa fa menys interessant el seu estudi conjunt.

D'altra banda, el conjunt de les universitats catalanes constitueix un *districte obert*.¹⁰ Aquest fet ha possibilitat la gestió conjunta del procés de preinscripció i d'assignació de places a les universitats públiques, delegada en el Consell Interuniversitari de Catalunya. En canvi, les universitats privades, excepte la Universitat de Vic (UVIC), que tot i ser una universitat privada participa del sistema de preinscripció universitària, gestionen separatament l'assignació de la seva oferta.

1.1. LES UNIVERSITATS

Segons el *Glossari de l'espai europeu d'educació superior*,¹¹ la universitat és una "institució d'educació i de recerca formada per facultats, escoles, instituts i altres centres i serveis, on s'imparteixen els estudis superiors i s'atorguen els títols corresponents". No obstant, en el marc històric contemporani, la separació entre els estudis universitaris tradicionals i els emergents estudis tècnics i professionals ha estat percebuda com una cosa lògica, atesa la diferent naturalesa d'ambdues esferes formatives, la qual cosa

¹⁰ La llibertat per escollir universitat pública és relativament recent a Espanya. Abans del curs 2001-2002, els estudiants que volien cursar una titulació específica havien de sol·licitar, en primer lloc, l'admissió en el sistema universitari de la seva comunitat autònoma. Si la titulació no existia podien sol·licitar-la en una altra comunitat. És a partir d'aquest curs quan es va establir per primer cop el *districte obert*, que va obrir la possibilitat d'estudiar a la universitat pública escollida. No obstant, l'aplicació d'aquesta mesura ha estat gradual, essent en el curs 2003-2004 quan totes les places en primers cicles oficials es van ofertar a través del *districte obert*.

¹¹ UPC (2007). Servei de Llengües. *Glossari de l'Espai Europeu d'Educació Superior*.

encara es manté actualment en països europeus com Espanya, Suècia i el Regne Unit, on existeix un sistema únic d'ensenyament superior, confiat a les universitats. Prova d'això, a Espanya, és que la primera gran norma que ordena l'educació, la *Ley de Instrucción Pública* de 1857, coneguda com la *Ley MOYANO*, per ser-ne aquest ministre el seu responsable, diferenciava entre les universitats i llurs facultats,¹² per un costat, i per altre les escoles superiors, on es formaven els enginyers,¹³ i les escoles professionals de comerç, magisteri, veterinària, nàutica, aparelladors, agrimensors i mestres d'obres.

Aquest sistema d'ensenyament superior posa de manifest l'escàs desenvolupament d'un sector de formació professional superior no universitari a diferents països dins l'àrea europea, com és el cas d'Espanya.

1.1.1. INSTITUCIONS D'EDUCACIÓ SUPERIOR

Es tracta “d'organismes que ofereixen programes d'educació superior que l'autoritat competent d'un estat reconeix com a pertanyent al seu sistema d'educació superior”.¹⁴ Es pot observar que l'anomenat Espai Europeu no rep la qualificació d'*universitari*, sinó “d'educació superior”, donat que en ell s'hi integren tant

¹² La relació taxonòmica de facultats prevista per la *Llei MOYANO* revela molt clarament la concepció decimonònica de l'àmbit “universitari”. Es van establir sis tipus de facultats universitàries: Ciències Exactes, Ciències Físiques i Naturals, Dret, Farmàcia i Medicina, Filosofia i Lletres i Teologia (PRUJÀ & ESCOLÀ: 2004: 18-19).

¹³ També foren incloses en aquesta categoria de centres superiors les escoles de Belles Arts, així com les de Diplomàtica i les de Notariat, si bé els avatars en la continuïtat d'aquestes últimes no els va permetre seguir el mateix camí que els seus col·legues.

¹⁴ UPC (2007). Servei de Llengües. *Glossari de l'Espai Europeu d'Educació Superior*.

universitats com centres que no són ni han estat mai institucions universitàries (majoritàriament d'ensenyaments tècnics). Com a exemple il·lustratiu d'aquesta separació, el Massachusset Institute of Technology (MIT) de Boston, considerat per molts un dels centres educatius amb més prestigi del món, no és "universitari".

1.1.2. EL SISTEMA UNIVERSITARI ESPANYOL

A l'estat espanyol existeixen dos tipus d'universitats: les públiques i les privades.¹⁵ La major part d'elles són de titularitat pública, per la qual cosa estan finançades en gran part per l'Estat, a través de l'administració central i de les Comunitats Autònomes, d'on provenen la major part dels seus ingressos. El cost de la matrícula és establert per l'administració corresponent. Així mateix, concedeixen títols universitaris oficials i homologats.

Les universitats privades, no estan finançades per l'estat, sinó que majoritàriament ho estan pels propis estudiants matriculats en elles, a més d'altres possibles aportacions (donatius, investigació, etc.). La titularitat correspon a una persona física o jurídica de caràcter privat. Concedeixen títols amb la mateixa validesa que les universitats públiques, és a dir, universitaris, oficials i homologats, i es regeixen per les pròpies normes d'organització i de funcionament. Fixen de manera independent el cost de la matrícula que, generalment, és més car que a la universitat pública.

La major part d'universitats privades estan associades a l'Església Catòlica, la qual cosa no significa que l'ensenyament acadèmic que imparteixen estigui associat a la instrucció religiosa. A

¹⁵ El curs acadèmic 2006-07 presten serveis universitaris 73 universitats, 49 de les quals són públiques i 24 privades, de les que 7 són de l'Església Catòlica.

més de les titulacions oficials, aquestes universitats imparteixen títols eclesiàstics, alguns dels quals tenen la consideració de diplomatures i llicenciatures a tots els efectes.

També existeixen els anomenats Centres Universitaris, els quals pel seu tamany o per la seva especialització no s'estableixen com universitats, però solen associar-se a alguna d'elles per impartir títols oficials i homologats o propis, a través de convenis; és a dir, són institucions privades adscrites a universitats i es regeixen pel que disposa la LOU, per les normes dictades per l'estat i per les Comunitats Autònomes, així com per les seves pròpies normes d'organització i funcionament. Aquests centres han d'estar establerts en l'àmbit territorial de la corresponent Comunitat Autònoma. Generalment, fixen els seus propis costos de matrícula.

Tant les universitats públiques com les privades es regeixen per la Llei Orgànica de Reforma Universitària (LRU) de 1983,¹⁶ la qual regula tot el que està relacionat amb el règim d'ensenyament superior i l'autonomia universitària. Aquesta norma ha suposat canvis significatius, que afecten tant les seves estructures institucionals com organitzatives i que s'han caracteritzat per una accentuada ampliació, intensificació i diversificació de l'oferta universitària (MEC, 2007: 13).

Amb l'aprovació de la LRU, en 1983, es va posar en marxa un procés de traspàs de competències de l'estat a les Comunitats Autònomes en matèria d'ensenyaments universitaris que va cloure el curs acadèmic 1995-96.¹⁷ Aquesta modificació en l'estructura

¹⁶ LO 11/1983, de 25 d'agost, de reforma universitària, coneguda popularment com la LRU, o LORU (PRUJÀ & ESCOLÀ, 2004: 64-65).

¹⁷ El procés descentralitzador en matèria d'ensenyament universitari es va iniciar per part del Ministerio de Educación y Ciencia l'any 1985, amb la publicació del RD 305/1985, de 6 de febrer, pel qual es transfereix a la Generalitat de

organitzativa, juntament amb el desenvolupament efectiu del reconeixement constitucional de l'autonomia universitària, ha afavorit l'aparició de diferències en els diferents sistemes universitaris regionals en els darrers vint anys (MEC: 14).

Pel què fa a l'activitat universitària, la presència d'universitats¹⁸ es va ampliar i diversificar amb la creació, les dues darreres dècades, d'un total de 38 universitats, 19 públiques i 19 de titularitat privada.

Seguint el MEC:

“La diversificació de l'oferta universitària no es produeix tan sols per la presència de noves institucions (públiques o privades) sinó que prové d'un nou mapa curricular de les titulacions universitàries, que persegueix adaptar-se a les demandes socials i productives desbordant el tradicional catàleg de títols oficials, identificat excessivament amb una realitat laboral representada corporativament pels col·legis professionals. Així, el nombre de títols oficials d'ensenyament universitari va passar de ser inferior a 60 en el curs 1985-86 a assolir els 140 l'any acadèmic 2006-2007” (p. 15).

El creixement de l'oferta ha estat major a les Comunitats Autònomes que han experimentat en el decurs d'aquests anys un major grau de creixement demogràfic al voltant de grans nuclis urbans (Catalunya, Madrid, València i Múrcia). La presència d'universitats privades explica parcialment aquest canvi en l'oferta universitària, havent registrat aquests darrers anys un major creixement que l'experimentat pel conjunt de l'oferta universitària

Catalunya plenes competències en educació universitària i va cloure en 1996, amb la publicació del RD 2.243/1996, de 18 d'octubre, pel qual s'assigna aquestes competències al govern de la Comunitat Autònoma de les Illes Balears.

¹⁸ Tan sols poden anomenar-se universitats aquelles que són creades o reconegudes com a tals a l'empara de la LRU i del RD 557/1991, de 12 d'abril, sobre la creació i reconeixement de les universitats, tant públiques com privades, així com de centres universitaris integrats o adscrits en elles.

pública i que el registrat, específicament, per les institucions públiques ubicades en aquestes Comunitats Autònomes.

Amb l'ampliació de l'oferta i la seva dispersió geogràfica per tot el territori espanyol, el Sector Públic ha pretès l'apropament de l'educació universitària a la població (RAHONA, 2005:173). Actualment, totes les Comunitats Autònomes tenen en el seu territori, al menys, una universitat pública i totes les demarcacions espanyoles compten amb algun centre d'educació superior. Aquest procés de dispersió geogràfica dels centres tendeix a reduir els costos privats dels estudis universitaris i pot ajudar a aconseguir la igualtat d'oportunitats d'accés en aquest nivell educatiu (SAN SEGUNDO, 1999). No obstant, existeixen posicionaments que critiquen aquesta política degut a la seva ineficiència. HERNÁNDEZ ARMENTEROS (1998) considera que la multiplicació de centres universitaris al llarg del territori espanyol és una mesura clarament ineficient, donat que impedeix l'aprofitament de les economies d'escala que es generen en l'educació superior.

L'ensenyament superior s'imparteix amb un esquema de cicles universitaris.¹⁹ És un sistema de mesura que indica la durada del títol i el grau que s'assoleix. Hi ha tres cicles universitaris:

- Primer Cicle: tenen una durada de dos o tres anys i porten a l'obtenció dels títols de diplomant, arquitecte tècnic, enginyer tècnic o mestre. També és el primer període de formació d'una llicenciatura.

¹⁹ La nova estructura dels ensenyaments universitaris, segons RD 55/2005 i RD 56/2005 de 21 de gener de 2005, preveu un sistema de titulacions amb tres cicles: El primer conduent al títol de Grau, el segon, al de Postgrau (Màster) i el tercer cicle, conduent al títol de Doctor. Aquests plans d'estudi hauran de completar la seva renovació abans de l'1 d'octubre de 2007. Les universitats disposaran d'un termini màxim de tres anys per remetre al *Consejo de Coordinación Universitaria* la seva proposta de plans d'estudi per a la implantació dels nous títols.

- Primer i Segon Cicle: la seva durada és de dos o tres anys cada un i preparen per l'exercici professional o per perllongar estudis de tercer cicle (doctorat). Donen dret al títol de llicenciat, enginyer o arquitecte.
- Segon Cicle: Tenen una durada de dos anys. Per accedir a aquest segon cicle cal tenir una altra carrera universitària, diplomatura o el primer cicle d'una carrera. Permet obtenir els títols de llicenciat, enginyer o arquitecte.
- Tercer Cicle: Per accedir a aquests estudis és necessari tenir una llicenciatura, enginyeria o arquitectura, és a dir, haver realitzat els dos cicles universitaris anteriors. És la màxima especialització universitària i s'orienta a l'àmbit docent i investigador. Permet obtenir el títol de doctor

A més d'aquests títols i estudis, qualificats com oficials, les universitats poden impartir títols propis, que poden ser de pregrau, encara que generalment solen ser de postgrau. Hi ha una àmplia gamma de títols propis, on habitualment cada universitat disposa d'un departament o oficina especialitzada que organitza el règim d'aquests estudis, els títols més freqüents dels quals són master, especialista i expert.

1.1.3. L'OFERTA UNIVERSITÀRIA CATALANA

El mapa universitari català ha tingut una història molt desigual. Des de la fundació de l'Estudi General de Lleida, el 1297, fins al tancament de tots els centres i la creació de la universitat de Cervera, el 1717, i des de la unificació de tota la universitat catalana a la ciutat de Barcelona, el 1845, fins el mapa universitari actual, Catalunya ha passat de no tenir implantació universitària fins a

constituir una oferta de centres i plataformes amb expectatives molt diferents (PIÉ, 2004: 35).

En el moment de la transferència de les universitats a la Generalitat de Catalunya, l'any 1985, l'oferta universitària ha passat de tenir tres grans universitats -la Universitat de Barcelona (UB), la Universitat Autònoma de Barcelona (UAB) i la Universitat Politècnica de Catalunya (UPC)- fins l'any 1990, a les 11 universitats presencials actuals (7 públiques i 4 privades), a més de diferents centres adscrits a algunes d'aquestes universitats, que competeixen pel mateix mercat d'estudiants, els quals provenen majoritàriament del batxillerat. Atenent al nombre d'universitats, s'observa una tendència cap a la concentració geogràfica a l'entorn de Barcelona capital i la seva àrea metropolitana, fonamentalment. Això és encara més evident en el cas de les universitats privades, on totes elles, tret de la UVIC, tenen la seu central a Barcelona capital.

Les institucions universitàries catalanes apliquen criteris d'admissió per seleccionar als estudiants, subjectes a una oferta d'estudis, places i centres determinada. A més, algunes d'elles tenen processos individuals d'accés, dissenyat per assegurar l'adequació entre la seva oferta i la demanda universitària, mentre que totes lliuren títols oficials a Catalunya.²⁰

1.1.3.1. Universitats públiques

Es tracta d'universitats que concedeixen títols oficials i homologats i que estan finançades majoritàriament per la Generalitat

²⁰ D'acord a les competències que corresponen a la Generalitat de Catalunya, reconegudes pels articles 15 i 9.7 de l'Estatut d'Autonomia de Catalunya (EAC) en matèria d'ensenyament i de recerca.

de Catalunya. Actualment hi ha set universitats públiques presencials, tres de les quals amb seu central a Barcelona Ciutat: Universitat de Barcelona (UB), Universitat Politècnica de Catalunya (UPC) i Universitat Pompeu Fabra (UPF). A la demarcació de Barcelona se situa la Universitat Autònoma de Barcelona (UAB) i a la resta de demarcacions es troben la Universitat de Girona (UDG), a Girona, la Universitat de Lleida (UDL), a Lleida, i la Universitat Rovira i Virgili (URV), els centres de la qual es distribueixen entre Tarragona i Reus. Aquestes tres darreres universitats²¹ agrupen els centres universitaris de les seves respectives àrees geogràfiques que amb anterioritat pertanyien a les universitats UB, UAB i UPC. A més d'aquestes universitats, existeix a Catalunya un nombre significatiu de centres universitaris i no universitaris adscrits a les pròpies universitats, però gestionats per institucions privades, que imparteixen tant titulacions oficials com estudis propis, amb el reconeixement d'aquestes universitats.

El que identifica i diferencia les universitats públiques és que els seus pressupostos es nodreixen bàsicament de fons públics i que el sistema català ha girat sempre al seu voltant, encara que històricament conviuen amb les universitats privades.

1.1.3.2. Universitats privades

Diverses iniciatives privades i públiques han conduït a la creació d'universitats privades presencials a Catalunya, tot i no estar finançades per la Generalitat de Catalunya ni per l'estat, sinó fonamentalment pels propis estudiants matriculats en elles. Aquestes institucions d'educació superior concedeixen títols amb la mateixa

²¹ El seu funcionament independent comença en el curs 1992-93.

validesa que les universitats públiques, és a dir, universitaris, oficials i homologats, però es regeixen per les seves pròpies normes d'organització i de funcionament.

Les universitats privades comencen a aparèixer a Catalunya el 1991.²² Actualment existeixen quatre universitats presencials de caràcter privat:²³ Universitat Ramon Llull (URL), promoguda per la Fundació Privada de Catalunya per a la Universitat Ramon Llull, que agrupa centres privats prèviament existents;²⁴ la Universitat de Vic (UVIC), promoguda per l'Ajuntament i entitats d'aquesta població; la Universitat Internacional de Catalunya (UIC), promoguda per la Fundació Familiar Catalana, propera a l'Opus Dei i, finalment, la Universitat Abat Oliba CEU (UAO), promoguda per la Fundación Universitaria San Pablo CEU. A més de les universitats esmentades, existeixen diferents centres universitaris i no universitaris adscrits a aquestes universitats, però gestionats per institucions privades. Algun d'aquests centres ha estat l'origen de les universitats privades actuals, com és el cas de la UAO, que va començar la seva activitat universitària sent un centre adscrit a la UB. També existeixen altres tipus d'institucions que ofereixen estudis superiors, encara que no ofereixen titulacions oficials.

1.2. L'ELECCIÓ UNIVERSITÀRIA

En el procés d'elecció d'universitat, els estudiants han de prendre decisions; per això, a l'hora d'analitzar com es tria una

²² LO 11/1983, de 25 d'agost, de Reforma Universitària i del RD 557/1991, de 12 d'abril, sobre creació i reconeixement d'Universitats i Centres Universitaris.

²³ L'ordre correspon a la data de creació de cada una d'elles.

²⁴ Aquests centres són: Facultat Eclesiàstica de Filosofia de Catalunya, Institut Químic de Sarrià, Fundació Blanquerna, Escola d'Enginyeria de La Salle, ESADE, Institut Catòlic d'Estudis Socials de Barcelona i la Fundació EMI.

institució educativa, cal identificar el procés que condueix l'estudiant a escollir-la. És precís entendre la institució que tria, per què la tria, com elegeix entre diferents alternatives i què valora a l'hora d'escollir-la. A més, també afectarà la decisió final la capacitat d'un estudiant per buscar informació, assimilar el material i escollir entre diferents alternatives.

L'elecció d'universitat constitueix un problema singular de marketing²⁵ en tant els estudiants s'enfronten a una paradoxa quan elegeixen una institució. Triaran presentar-se a aquella que sàpiguen d'antuvi que probablement seran acceptats; per tant, es dirigiran a les institucions on creuen tenir més probabilitats de ser admesos. La possibilitat d'accedir-hi està influenciada per factors com les qualificacions, les capacitats intel·lectuals i econòmiques, la proximitat, etc. Així, un estudiant probablement no tendirà a presentar-se a una institució en la qual s'arrisqui a ser rebutjat en el procés d'admissió. Per tant, es pot dir que triarà la universitat que l'esculli. És poc probable que aquesta circumstància es manifesti en altres situacions de marketing. La literatura i els models desenvolupats pel comportament del comprador de bens de

²⁵ Les activitats de marketing universitari avui dia són imprescindibles, sense que això signifiqui alterar el concepte d'*universitat social*. La primera d'aquestes activitats, probablement la més coneguda, és la captació d'estudiants. Si bé això s'ha associat amb les universitats privades per la seva dependència financera dels pagaments de matrícules, la despesa pública pot limitar el seu pes dins els pressupostos de les universitats subvencionades. Alguns models de finançament, basats en préstecs o subvencions directes als estudiants, accentuen la importància d'accions per la captació d'estudiants. No obstant, la captació no tan sols resulta important des d'un punt de vista financer, sinó que també ho és des del punt de vista de la qualitat. L'ús d'eines de marketing per captar els millors estudiants té un impacte significatiu sobre la qualitat de les activitats acadèmiques. Els estudiants talentosos constitueixen un desafiament permanent pel claustre professoral, tenen més facilitats per participar en la investigació i reforcen, sistemàticament, la imatge de la universitat un cop graduats (TRISTÁ, 2002).

consum²⁶ no són suficientment representatius en el context d'un servei institucional (RAJU, LONIAL & GUPTA, 1995a; RAJU, LONIAL & MANGOLD, 1995b).

D'altra banda, la universitat, com altres serveis institucionals, està en una posició única, ja que *escollirà* aquells estudiants que probablement tinguin èxit dins l'ambient d'estudi, i que encaixin amb els requisits d'accés en un context força competitiu; per tant, la decisió d'acudir-hi pot no dependre exclusivament de l'estudiant.

1.2.1 EL MARC TEÒRIC INTERNACIONAL

Hi ha una àmplia literatura sobre l'elecció d'universitat. Des de la investigació original de HOLLAND (1958), un gran nombre d'estudis han tractat de conèixer els factors utilitzats pels estudiants per seleccionar universitat des de perspectives molt diferents (CHAPMAN,

²⁶ L'anàlisi del comportament del comprador ha estat abordat des de diferents àrees d'estudi. El seu origen se situa en les primeres anàlisis microeconòmiques de la conducta dels individus. Autors com SAMUELSON (1953 i 1956), DEBREU (1959 i 1960) o UZAWA (1960) van enunciar durant els anys 50 el que aleshores es va anomenar *teoria clàssica del comportament del consumidor*, caracteritzada per un enfocament eminentment utilitarista. Aquesta teoria ha estat molt criticada, sobretot pel que fa referència a les condicions estrictes a les qual es sotmetien les preferències dels individus. Nombrosos treballs de les ciències socials han demostrat que el consumidor no disposa d'un coneixement precís de les seves necessitats ni dels productes o serveis capaços de satisfer-les (DUBOIS & ROVIRA, 1998). La teoria clàssica va ser objecte de revisió per diversos autors, entre els quals destaca LANCASTER (1966, 1971), el qual incorpora a l'anàlisi de la conducta de compra el concepte d'*actiu* o *commoditie*, produït per l'individu a partir de béns adquirits en el mercat (MUTH, 1966), com a generador d'utilitat. Les aportacions de LANCASTER suposen una revolució al prendre en consideració els atributs o qualitats dels productes, permetent incorporar a l'anàlisi variables com la marca o el posicionament, obviades per la teoria clàssica. A partir d'aquestes aportacions, BECKER (1965) incorpora a la teoria del comportament del consumidor plantejaments psicosociològics, introduint aportacions rellevants com el factor temps i la influència de la unitat familiar. Entre les aportacions realitzades en l'estudi del comportament del consumidor poden destacar, juntament amb les aproximacions de la teoria econòmica, les que provenen de les anomenades ciències de la conducta, especialment de la psicologia i la sociologia.

1981, 1984 i 1993; CLINTON, 1989; KELLARIS & KELLARIS, 1988; LITTEN, 1982; MOTES, 1988; VILLELLA & HU, 1990; WIESE, 1994).

El model desenvolupat per CHAPMAN (1981) conté molts dels elements similars al comportament de compra genèric.²⁷ CHAPMAN afirma que els elements bàsics en el model d'elecció d'universitat són:

- Les característiques de l'estudiant, incloent-hi el nivell i el tipus d'aspiració, el nivell socio-econòmic i el rendiment acadèmic
- Les influències externes que rep l'estudiant
- Les expectatives generals de vida acadèmica
- L'opció d'institució d'educació superior
- Els criteris d'elecció de la institució

El model de CHAPMAN descriu una sèrie d'influències sobre el procés d'elecció, però no sembla fer cap esforç evident per descriure el procés en sí mateix. LITTEN (1982) amplia el model de CHAPMAN i inclou tot un seguit de passes empreses per l'estudiant en el procés de decidir a quina institució assistir. LITTEN també inclou l'impacte d'aspectes com la política del govern, així com les activitats de reclutament de la universitat sobre els processos de presa de decisions dels estudiants que escullen institucions d'educació superior.

²⁷ Hi ha quasi tants models de comportament de compra com autors en aquest camp. Per exemple, models com el d'aprenentatge de HOWARD & SHETH (1969), l'objectiu del qual és explicar l'elecció de marca que fa l'individu quan existeixen altres eleccions alternatives; el model de HOWARD (1989), posterior a l'anterior, que contribueix per la seva simplicitat; el d'ENGEL, KOLLAT & BLACKWELL (1973), model psicològic d'interacció l'objectiu del qual és l'estudi explícit de les diferents passes en el procés de decisió; o el model de NICOSIA (1966), que es caracteritza com model de les comunicacions ja que comença amb la comunicació d'una firma envers el consumidor, via publicitat, i clou amb el *feed-back* cap a la firma.

En 1984, CHAPMAN amplia el model d'opció de LITTEN i segueix els models expressats en la literatura sobre la comunicació i el marketing. És en aquest punt on la literatura sobre el comportament del consumidor i aquella que fa referència a l'opció d'universitat comencen a tenir alguns punts de convergència.

La literatura sobre el comportament del consumidor tendeix a presentar el procés d'elecció universitària com aquell en el qual l'estudiant té la darrera paraula. No obstant, tant els estudiants com les universitats escullen. Aquestes utilitzen activitats de marketing²⁸ per atraure al major nombre d'estudiants que es puguin matricular en els seus programes acadèmics. Però, en termes de marketing, això no sembla acceptable ja que les universitats solen aplicar requisits d'accés restrictius i, per tant, poden no acceptar tota la demanda real. Els "venedors"²⁹ preferirien que no hi hagués cap pèrdua en les seves estratègies de marketing i comunicació.

Amb un marketing ben orientat no caldria cap esforç superflu. Els clients se sentirien atrets i romandrien vinculats durant un ampli període de temps al producte o a la marca. Per tant, els responsables de marketing que funcionen amb pressupostos de marketing i comunicació finits s'haurien de preguntar si cal promoure un producte al qual relativament poques persones hi tenen accés. No obstant, la captació defineix objectius per fer justament això.

Cal tenir en compte també que l'elecció d'universitat es pot basar en opinions, percepcions i preferències (models socials de

²⁸ Las activitats de marketing es dissenyen per assegurar que hi hagi un subministrament constant d'aspirants, amb una adequada qualificació, en els programes de la universitat (MARSHALL & DELMAN, 1984).

²⁹ El terme "venedor" s'utilitza per descriure la figura del personal responsable del servei d'informació i d'admissions d'estudiants de nou accés a les institucions d'educació superior.

referència que serveixen als estudiants per decidir-se, el què esperen aconseguir matriculant-se en una universitat concreta, etc.) més que en la informació prèvia sobre la universitat.

El procés d'elecció d'una institució implica unes característiques de l'estudiant que no necessàriament es contemplen en l'àmbit del comportament. Per exemple, els estudiants tenen aspiracions i actituds davant la vida (no solament davant els productes) que poden condicionar la decisió d'acudir a una institució concreta (HOSSLER & GALLAGHER, 1987; MURPHY, 1981; SANDERS, 1990; VILLELLA & HU, 1990). Són les característiques d'aquests estudiants les que fan que el procés de presa de decisions a l'hora de triar una institució sigui únic i ben diferent al d'escollir qualsevol altre tipus de producte (BROKER & NOBLE, 1985).

1.2.1.1. Els nivells d'elecció

Els futurs estudiants valoren les institucions universitàries a partir de diferents nivells d'elecció. El primer nivell correspon a la decisió d'escollir una d'entre les diferents titulacions o carreres que s'ofereixen. En aquest nivell de decisió els estudiants avaluaran, en primer lloc, les seves capacitats i decidiran buscar les opcions de carrera que els permetrà desenvolupar millor les seves habilitats. Als EE. UU. i al Regne Unit, per exemple, els estudiants tendeixen a escollir entre institucions i després prenen decisions sobre estudis específics dins les institucions (JAMES, BALDWIN & MCINNIS, 1999). És per això que als EE.UU la universitat es considera tant marca com producte.

En general, els estudiants tenen un nivell raonable de coneixement de les seves possibilitats de tenir èxit a la carrera

(ROSENFELD & PENG, 1980) i utilitzen aquest coneixement per seleccionar els estudis i institucions que els pugui permetre assolir les seves aspiracions (LITTLE, O'TOOLE & WETZEL, 1997; WIESE, 1994).

En alguns estudis, especialment aquells que són molt vocacionals, com medicina o enginyeria, l'opció d'estudis condueix inevitablement a una menor oferta, tant d'estudis com d'opcions institucionals (INGLEHART & BROWN, 1990).³⁰ No tota l'oferta universitària ofereix tots els possibles estudis i per tant els estudiants que tenen un fort sentit vocacional buscaran només aquelles institucions que ofereixen les especialitats escollides (LITTLE *et alii.*, 1997; SEKELY & YATES, 1991).

No obstant, hi ha alguns estudiants que no tenen definida la seva vocació quan accedeixen a la universitat (INGLEHART & BROWN, 1990). Aquests estudiants han de seleccionar entre camps més amplis com, per exemple, empresa o humanitats i seleccionar una oferta generalista després de conèixer els continguts.

La major part d'estudiants que es matriculen en institucions esmenta els resultats potencials de la carrera com una raó per escollir una institució concreta (CHAPMAN, 1993); per tant, es matriculen en una institució que creuen que els ajudarà a aconseguir una feina després de la seva graduació (ESTEBAN & APEL, 1992).

Els estudiants que no estan segurs dels seus objectius a la vida acostumen a acceptar opinions o consells d'altri de forma significativa. No obstant, INGLEHART & BROWN, (1990) suggereixen que els estudiants que accepten aquestes opinions i consells de

³⁰ A Catalunya, els estudis de medicina només s'oferten a quatre de les dotze universitats, mentre que el conjunt complet d'enginyeries tan sols es troba a la UPC.

fonts externes, com pares o orientadors professionals, tindran menys èxit que aquells que tinguin clar el sentit del seu talent i de les seves capacitats. Per tant, el procés d'elecció d'universitat, dissenyat per entendre aquestes característiques de l'estudiant, serà important a l'hora de recolzar-lo per tal que pugui aconseguir els seus objectius.

1.2.1.2. La complexitat de la presa de decisions

Alguns investigadors reconeixen de manera explícita la complexitat del procés de presa de decisions. NGUYEN & TAYLOR (2003) suggereixen que la transició dels estudis pre-universitaris a l'educació universitària és més complexa del que la literatura ha reconegut prèviament. PAYNE (2003) argumenta que existeixen considerables diferències en la manera com els joves prenen les seves decisions i detalla una àmplia varietat de factors que condueixen aquestes decisions, incloent-hi l'educació dels pares, el grup ètnic al qual pertany i el gènere. A partir dels resultats d'un estudi longitudinal realitzat al Regne Unit, DAVIES (2003: 15) suggereix que les decisions esdevenen "d'una complexa relació entre diferents factors..." TYLER (1998) detalla alguns d'aquests factors: estructures de socialització, relacions menys formals i més duradores, canvis en els patrons laborals, canvis en els requisits i capacitats en relació a les carreres existents. Aquesta autora es lamenta que gran part de l'anàlisi proporcionada en la investigació contemporània sobre els joves tendeix a ignorar la complexitat. BLOOMER & HODKINSON (1997) pensen que el procés de presa de decisions és molt inestable. Aquests autors van observar en el seu estudi longitudinal que només el 45% de les 69 persones que van ser capaços de continuar estudis estaven fent allò que originàriament havien triat l'últim any d'ensenyament secundari (p.

41). MAXWELL, COOPER, & BIGGS (2000) suggereixen que no existeix un únic factor condicionant, hi ha sempre una combinació de diferents factors que influeixen en la decisió final.

Existeixen també alguns factors que confonen en el procés de presa de decisions. BRENNAN (2001) afirma que molts estudiants no tenen gaires alternatives d'elecció en tant que no són admesos per certes universitats. DAVIES (2003), entre d'altres, constata que l'elecció està limitada especialment per altres factors: socio-econòmics, familiars i de caràcter cultural. Fins i tot les investigacions més específiques semblen ocultar determinades complexitats. JAMES *et alii.* (1999) assenyalen que el tipus d'estudi és un factor determinant en el procés de presa de decisions. No obstant, les decisions sobre els estudis són en si mateixes complexes i varien segons l'àrea de coneixement escollida. Les decisions sobre el tipus d'estudi en l'àrea d'empresa, per exemple, tendeixen a realitzar-se perquè les perspectives de carrera professional són bones; d'altra banda, les decisions preses dins l'àrea de ciències poden tendir a estar influenciades per oportunitats professionals en el camp de la investigació.

BLOOMER & HODKINSON (1997: 46) també posen de manifest la complexitat del procés de presa de decisions quan assenyalen que els hàbits, la identitat personal, la història personal, el context social i cultural, així com les accions d'aprenentatge estan totes elles interrelacionades.

1.2.1.3. El moment de la presa de decisions

Els estudis mostren de forma consistent que el procés de presa de decisions comença sorprenentment aviat, molt abans dels

darrers anys d'estudis pre-universitaris, quan els estudiants han de prendre la decisió sobre el centre universitari on accedir.

La primera i obligada decisió és la de mantenir-se o abandonar el sistema educatiu (PAYNE, 2003). Aquesta decisió està molt influenciada per la predisposició i aspiració que l'estudiant s'ha format al llarg d'un ampli període de temps. Les característiques dels seus antecedents, així com el seu estatus socioeconòmic, aptitud i nivell d'aspiracions educatives influeixen aquesta decisió (PERNA, 2000; HARKER, SLADE & HARKER, 2001), que pot haver-se fet fins i tot durant l'ensenyament primari. En un estudi sobre estudiants llatins, MARQUEZ (1998) va trobar que el 41% havien decidit anar a la Universitat mentre estaven a l'escola elemental, el 39% quan estaven al batxillerat i el 18% mentre estaven a l'ensenyament secundari. En un estudi de KERN (2000), el 64,8% dels estudiants urbans que cursaven estudis pre-universitaris estaven molt d'acord amb l'afirmació de que "jo sempre vaig saber que aniria a la universitat". Mentre que la decisió inicial d'estar en el sistema educatiu superior pot haver-se realitzat molt aviat, els plans específics sobre els estudis a seguir i la universitat on estudiar acostumen a realitzar-se molt més tard (STAGE & HOSSLER, 1989; CABRERA & LA NASA, 2000; HARKER *et alii.*, 2001; PAYNE, 2003). No obstant, la presa de decisions precoç podria ser bastant inestable (BLOOMER & HODKINSON, 1997). Per això, no és sorprenent trobar recomanacions per la intervenció precoç, particularment per aquells alumnes que estan menys representats a les universitats, per facilitar-los que millorin els seus èxits acadèmics i comencin a planificar de manera sistemàtica l'assistència a la universitat (ST JOHN, 1991). En aquest sentit, CHOY, HORN, NUNEZ & CHEN (2000: 59-60) afirmen el següent:

“Els esforços per ajudar als alumnes a desenvolupar l'aspiració d'anar a la universitat de manera precoç, estimular-los per tal que segueixin un currículum acadèmic rigorós i recolzar-los durant els processos d'informació i d'admissió tenen tots ells el potencial de mantenir als estudiants en el sistema educatiu i millorar les taxes de seguiment dels estudis universitaris”

1.2.1.4. La selecció d'estudiants a les universitats

El procés de selecció està dissenyat per assegurar un equilibri entre les capacitats dels estudiants i les característiques de la universitat (WIESE, 1994). Els principals criteris que utilitzen les universitats de països anglosaxons, com els EE.UU i el Regne Unit, per seleccionar els estudiants són les qualificacions i el funcionament de l'escola secundària, encara que també són rellevants l'interès ocupacional, la capacitat i el potencial, les aptituds, així com els valors socials. Aquests factors poden ser útils a l'hora de determinar la capacitat per tenir èxit en l'ambient d'estudi.³¹

1.2.1.4. a. Les qualificacions

Les qualificacions determinen si l'estudiant pot accedir a una institució universitària. Això vol dir que els estudiants que han assolit unes qualificacions determinades se'ls autoritza a disposar d'una plaça a la universitat. El tipus de qualificacions exigits per les universitats poden ser:

- Proves d'admissió pròpies
- Proves d'admissió subjectes a requisits previs

³¹ A Catalunya, no és possible utilitzar factors com els valors socials durant el procés de selecció; aquest procés ha de ser deduït a partir d'altres variables, com les qualificacions, el centre de procedència de l'estudiant i el seu funcionament en l'etapa del batxillerat.

- Puntuació GPA (Grade Point Averages, EE.UU.)
- SAT (Scholastic achievement test, EE.UU.)³²
- ACT (American College Testing, EE.UU.)³³
- *A Level* (Anglaterra)³⁴

El nombre d'estudiants capaços de superar els criteris d'admissió d'una institució dependrà dels objectius de la institució (MARSHALL & DELMAN, 1984; SEVIER, 1994). Les que tinguin com objectiu matricular més estudiants seran menys restrictives en els criteris d'admissió. En canvi, aquelles que vulguin matricular només estudiants qualificats tindran menys llibertat en els criteris de selecció.

L'admissió selectiva és una credencial de qualitat quan es gradua l'estudiant (MCGINTY STODT & WAGNER, 1985). L'evidència que té dels estàndards acadèmics alts (un criteri clau per la preferència) és que la institució denega l'entrada als qui no tenen un nivell mínim de qualificació (KLEEMANN & RICHARDSON, 1985; RICHARDSON & STACEY, 1993). Això es pot constatar amb la literatura del comportament del consumidor sobre opcions de productes de prestigi. Qui adquireix aquests productes els compra perquè generalment no són accessibles a tothom (VIGNERON & JOHNSON, 1999). HUGHES (1994) suggereix que quan menys selectiva és una institució universitària, més sol·licituds tindrà, en tant que els

³² El SAT és un centre privat especialitzat en avaluar aquells aspectes que es consideren fonamentals per la transició dels estudiants de secundària a la universitat.

³³ És un centre privat especialitzat en avaluar estudiants de centres de secundària, universitats i altres centres d'ensenyament superior. L'ACT mesura les habilitats en anglès, matemàtiques, ciències i ciències socials (FERRER, 1996: 77)

³⁴ Es tracta de proves per a l'obtenció del *General Certificate of Education Advanced Level (GCE "A" Level)* que es fan als 18 anys en acabar l'ensenyament secundari.

estudiants sol·licitaran l'admissió a aquella que creuen que els admetrà. En canvi, els estudiants més capacitats no acceptaran places en institucions més accessibles ja que les podran obtenir en aquelles que són més selectives i, per tant, més desitjables (HUGHES, 1994). Així, els processos de selecció es converteixen en una part dels criteris a l'hora d'escollir una institució d'educació superior.

Les qualificacions que demana la institució a un estudiant per accedir a una titulació s'han definit molt abans de l'admissió potencial. És per això que els orientadors, professors i centres d'ensenyament juguen un rol important en aquest procés. Els estudiants poden no satisfer els criteris de selecció si no són conscients de què se'ls demana (ROSENFELD & PENG, 1980). Les institucions amb processos d'admissió selectiu que no informen d'antuvi als estudiants sobre els processos de selecció poden tenir un menor nombre d'aspirants.

1.2.1.4. b. El funcionament del centre d'ensenyament secundari

Les universitats poden basar la selecció d'estudiants segons el funcionament dels centres d'ensenyament d'origen dels estudiants. No obstant, a no ser que hi hagi un lligam directe entre la universitat i l'escola,³⁵ pel qual la universitat pot confiar en el mèrit acadèmic dels candidats, és probable que la universitat requereixi una qualificació més fonamentada.

³⁵ A Catalunya, l'alumnat dels centres de batxillerat Loreto Abat Oliba i Cardenal Spínola (ambdós pertanyents a la Fundació Abat Oliba) que reuneixen els requisits acadèmics exigits per la legislació vigent i pels propis centres, no han de realitzar les proves d'admissió pròpies de la UAO, en tant els mèrits acadèmics són reconeguts per la pròpia universitat.

CHAPMAN (1981) i LITTEN (1982) suggereixen que el criteri més important utilitzat per les universitats en la selecció d'estudiants sigui el funcionament de l'escola, encara que ni l'un ni l'altre indiquin com es podria mesurar aquest criteri. El funcionament de l'escola ha estat vinculat al nivell socioeconòmic (HOSSLER & GALLAGHER, 1987; LYNN, HAMPSON & MAGEE, 1983), i és un substitut important per determinar el potencial d'un estudiant per tenir èxit en l'ambient de la universitat (YOST & TUCKER, 1995). No obstant, el funcionament de l'escola es relaciona amb les expectatives imposades als estudiants pels seus pares, professors i orientadors (PURCELL, GALBLE & CAILLARD, 1994). Per tant, aquells que tinguin els millors expedients acadèmics poden tenir un major suport per estudiar a la universitat. És per això que les universitats competeixen entre elles per atraure el major nombre d'estudiants amb els millors expedients acadèmics (ESTEBAN & APEL, 1992; HOSSLER & FOLEY, 1995).

Les qualificacions i el funcionament del centre de secundària s'utilitzen, doncs, per avaluar el potencial acadèmic de l'estudiant. No obstant, la mesura d'aquest potencial és força complexa. Els sistemes dissenyats per mesurar el potencial mesuren de fet el funcionament; per tant, l'estudiant que té potencial, però que no té accés als recursos necessaris per aspirar a tenir èxit, pot romandre fora del mercat objectiu de la institució.

1.2.2. LA REALITAT CATALANA

A Catalunya, la primera decisió correspon, en general, a l'àmbit d'estudi o titulació, mentre que la institució sovint és una decisió secundària, en tant que es pensa que l'estudiant no necessita el recolzament del nom de la universitat. A l'inrevés que

als EE.UU. o al Regne Unit, on la universitat és considerada tant com marca com producte.

No obstant, el sistema universitari a Catalunya posa de manifest les restriccions que el sistema d'accés imposa a l'elecció d'estudis superiors i d'universitat. La limitació de les places ofertes, conjuntament amb les Proves d'Accés a la Universitat (PAU) i amb el mecanisme d'assignació de places a les universitats públiques, així com els processos propis d'admissió a les universitats privades, "imposen unes restriccions que condicionen poderosament la decisió de quina carrera escollir" (CAÑABATE 1998: 53), i la universitat on cursar-la.

1.2.2.1. Requisits d'accés a la universitat

Per accedir al primer curs d'una titulació oficial a qualsevol institució universitària catalana cal complir alguns requisits. Principalment, haver superat els nivells previs del sistema educatiu, haver sol·licitat plaça a alguna de les universitats, públiques o privades, aprovar les Proves d'Accés a la Universitat (PAU) i, en alguns casos, superar altres proves d'admissió complementàries a les anteriors. També poden accedir altres perfils d'estudiants, la qual cosa dona lloc a l'existència de diferents *vies d'accés*, en funció dels estudis que hagin cursat:

- *Via 0*: acull els demandants que tenen aprovat o convalidat el batxillerat LOGSE o COU, que han superat les Proves d'Accés a la Universitat (PAU) i són residents a Catalunya. També acull els demandants procedents de països membres de la Unió Europea (UE) que tenen un nivell educatiu equivalent i els d'altres CCAA que realitzen canvi de domicili

- *Via 1*: inclou demandants de països no pertanyents a la UE amb els quals existeix un conveni de reciprocitat, amb estudis convalidats de batxillerat LOGSE o COU, amb PAU aprovades
- *Via 2*: canalitza els demandants que tenen un títol universitari i volen cursar una segona carrera
- *Via 4*: acull demandants de Cicles Formatius de Grau Superior (CFGs), FP de segon grau o assimilats d'especialitats afins
- *Via 5*: agrupa alumnes que tenen aprovat o convalidat el COU i no tenen les PAU superades (espanyols i dels països de la UE)
- *Via 7*: inclou alumnes, amb les PAU aprovades o assimilats, que han iniciat estudis universitaris
- *Via 8*: alumnes, amb la FP de segon grau aprovada o assimilats, que han iniciat estudis universitaris
- *Via 9*: en darrer terme, està l'*accés a la universitat per a majors de 25 anys* que no hagin assolit el nivell educatiu de secundària. El tractament atorgat a aquests individus és molt específic i el seu volum reduït. L'accés està assegurat si superen un conjunt de dues proves, una comuna a tots els estudis i una altra específica dels estudis que volen cursar

El tractament atorgat a cada demandant registra algunes variacions depenent del grup al qual pertany.

1.2.2.1.a. La sol·licitud de plaça

El procés de sol·licitud de plaça varia entre el sistema universitari públic i el privat. El procés per accedir a les universitats públiques, més la Universitat de Vic (UVIC), requereix fer la preinscripció universitària³⁶ per accedir a estudis de 1r cicle o de 1r i 2n cicle que conduixin a l'obtenció de títols homologats o títols propis.³⁷ Per això, els estudiants han de fer una única sol·licitud de preinscripció per a les set universitats públiques de Catalunya i per a la Universitat de Vic (UVIC), en la qual poden demanar fins a 8 centres d'estudi d'entre totes elles. En la sol·licitud s'especifiquen per ordre de preferència els estudis que es volen fer i el centre on es volen cursar, de manera que el primer centre seleccionat es diu que constitueix la primera preferència i així successivament per cada un dels centres que sol·liciti l'estudiant. Cada sol·licitant col·loca en primera opció aquella titulació que més desitja cursar i el centre on la vol cursar, atenent als seus condicionants, i la resta d'opcions (centres i/o titulacions) ocupen un lloc cada cop menys important entre les seves preferències d'estudi.³⁸ En la fitxa de preinscripció consten també altres dades que són variables que s'utilitzaran per l'assignació de places com, per exemple, la qualificació mitja del seu expedient de batxillerat i de les PAU o una nota equivalent, les modalitats i les opcions o branques de batxillerat cursades o la via a

³⁶ El procés de preinscripció universitària està regulat mitjançant RD 69/2000, de 21 de gener, pel qual es regulen els procediments de selecció per a l'ingrés als centres universitaris públics, més la UVIC, dels estudiants que compleixin els requisits legals necessaris per a l'accés a la universitat.

³⁷ Excepte els corresponents a la via específica per als més grans de 25 anys.

³⁸ Qualsevol estudiant amb més d'un estudi que li permeti l'accés a la universitat (per exemple, les PAU i un cicle formatiu de grau superior) pot fer la preinscripció per diferents vies d'accés i presentar totes les certificacions adients a l'Oficina d'Orientació per a l'Accés a la Universitat o a les seves seus en els terminis establerts per a cada convocatòria (GENERALITAT DE CATALUNYA, 2006: 27).

la qual pertanyen, entre d'altres. No obstant, no es registra cap tipus d'informació que permeti conèixer el procés de raonament de cada estudiant a l'hora d'omplir la fitxa de preinscripció.

Hi ha tres convocatòries de preinscripció: juny, setembre i febrer, essent el mateix procés per a totes tres. La de juny és la més important, per ser la primera i pel volum de sol·licitants. En aquesta convocatòria s'ofereixen totes les places universitàries de 1r cicle i de 1r i 2n cicle. El termini de preinscripció d'aquesta convocatòria comença, generalment, a finals del mes de maig i finalitza la primera setmana de juliol. A la convocatòria de setembre, poden fer la preinscripció els estudiants que han aprovat al setembre els estudis que els donen accés a la universitat, els estudiants que van fer la preinscripció a la convocatòria de juny i no van ser assignats a cap estudi, els estudiants que van aprovar el COU però no tenen les PAU aprovades, així com els estudiants que no van fer la preinscripció en la convocatòria de juny. En aquesta convocatòria només s'ofereixen les places que encara no han estat assignades a la de juny. L'oferta és bastant escassa, sobretot en les titulacions més desitjades. Aquest fet condiona fortament la manifestació de les preferències d'estudi dels demandants. Finalment, la convocatòria de febrer és el resultat lògic de la semestralització en l'ordenació dels plans d'estudi. S'assignen places per a l'accés al segon quadrimestre de cada any i s'ofereixen pocs centres d'estudi, només aquells que les universitats determinen.

La preinscripció universitària és compatible amb les sol·licituds que es facin a altres universitats (privades, a distància o a altres districtes universitaris).

Pel què fa a les universitats privades, els estudiants han de sol·licitar la seva participació en el procés d'admissió propi de cada

universitat. En general, aquest procés és continu, ja que té diferents convocatòries anyals i es pot iniciar abans de finalitzar els estudis que donen accés a les titulacions ofertades. Si el resultat és positiu, l'admissió final quedarà condicionada a que acreditin la titulació d'accés als estudis ofertats (PAU o qualsevol de les vies d'accés a la universitat)

1.2.2.1.b. Proves d'Accés a la Universitat

Les Proves d'Accés a la Universitat (PAU) són la via més habitual per accedir a la universitat, i estan adreçades, principalment, als estudiants en possessió del títol de batxillerat (LOGSE) o equivalents.

Les proves consten d'exàmens sobre matèries cursades durant el segon curs de batxillerat. Són anònimes i idèntiques per a tots els estudiants que s'hi presenten.

Hi ha dues convocatòries per curs: ordinària (al juny) i extraordinària (al setembre). Cada estudiant disposa de 4 convocatòries per aprovar les PAU i es considera esgotada una quan l'estudiant es presenta a algun dels exàmens.³⁹ A més d'aquestes proves, per accedir a alguns estudis universitaris a les universitats públiques cal fer també una Prova d'Aptitud Personal (PAP).

Les universitats privades, tret la UVIC,⁴⁰ a més de les PAU o qualsevol de les altres vies d'accés a la universitat, apliquen, tal com

³⁹ Una informació més detallada es troba a GENERALITAT DE CATALUNYA (2006: 20-21) o a la pàgina web: www.gencat.net/dursi/pau.

⁴⁰ La UVIC segueix el mateix procés de preinscripció que les universitats públiques, tot i que l'accés a la llicenciatura de Ciències de l'Activitat Física i de l'Esport requereix també la superació d'unes proves d'aptitud personal.

s'ha indicat anteriorment, processos d'admissió individuals. La UAO, dins el seu procediment d'admissió propi, realitza "una prova d'aptituds, una valoració dels mèrits acadèmics i, en el seu cas, del perfil de l'estudiant en relació amb els estudis sol·licitats" (ESCUDER, 2006: 174). En el cas de la UIC, els estudiants "han de superar un conjunt de proves -valoració del perfil professional, de les motivacions i aptituds i de l'expedient acadèmic-" (ESCUDER, 2006: 151-152); en base a aquestes proves i a les qualificacions dels estudis previs, es fa la selecció. Finalment, el procés d'admissió de la URL requereix que l'estudiant es sotmeti a les proves que determini cada Centre⁴¹ segons la titulació escollida, a més de complir les condicions legalment establertes per poder accedir als estudis universitaris sol·licitats (ESCUDER, 2006: 70).

Generalment, la valoració de l'expedient acadèmic de l'estudiant inclou, pels sol·licitants provinents de la *Via 0*, les notes de 2n cicle d'ESO, batxillerat LOGSE i/o la nota de les PAU, encara que aquest aspecte resta lliure a l'elecció de cada centre.

1.2.2.2. Assignació de places

Cada curs les universitats ofereixen una quantitat determinada de places als individus que compleixen els requisits necessaris per demandar una plaça en uns estudis universitaris i així ho fan realment. En el procés d'assignació de places estan clarament diferenciats el sistema públic i el privat.

⁴¹ Bàsicament, fan servir com a primer indicador les notes, especialment les de les PAU, pels alumnes que provenen de la *Via 0*, i després fan proves de perfil, test d'admissió i entrevistes personals per veure l'aptitud i l'interès dels candidats (PRUJÀ, 2003: 664).

1.2.2.2.a. Sistema públic

En el sistema públic,⁴² el procés d'assignació de places a cada convocatòria té en compte principalment les quotes que es reserven per a cada grup de sol·licitants (vies d'accés), les qualificacions obtingudes i les preferències sol·licitades en les fitxes de preinscripció, a més d'altres factors com és la concordància entre les modalitats de batxillerat cursades i els estudis sol·licitats. Un cop realitzada l'ordenació per cada un dels estudis oferts i separatament per cada contingent, s'assignen les places que es reserven als demandants de cada contingent. Quan la demanda supera l'oferta, la nota del darrer alumne assignat a uns estudis en la convocatòria de juny determina la *nota de tall*⁴³ dels mateixos. El procés és iteratiu de forma que poden tornar-se a assignar les places a les quals els assignats renunciïn durant el procés o aquelles que no han estat cobertes en determinat contingent, respectant en aquest darrer aspecte la reserva en el conjunt de convocatòries d'un any.

Tenen prioritat d'accés aquells que hagin superat els estudis que els donen accés a la universitat a la convocatòria de juny de l'any en curs o d'anys anteriors per davant dels estudiants que hagin superat els estudis en la convocatòria de setembre. En qualsevol cas, al llarg del procés de preinscripció es fan diverses assignacions o reassignacions en funció de les places vacants que es vagin produint en els diferents centres d'estudi.

⁴² Sistema coordinat pel Consell Interuniversitari de Catalunya per distribuir els estudiants que volen accedir al primer curs de qualsevol centre d'estudi de les set universitats públiques de Catalunya, més la UVIC.

⁴³ És la nota de l'últim estudiant que ha obtingut plaça en un centre d'estudi. Aquesta nota es coneix quan es fa pública l'assignació de places, mai està prefixada, ja que depèn del nombre de places universitàries disponibles, i de les sol·licituds. Si hi ha més demanda per fer uns estudis que places universitàries la nota de tall tendirà a pujar (GENERALITAT DE CATALUNYA, 2006: 28).

1.2.2.2.b. Sistema privat

Les universitats privades a Catalunya ofereixen cada curs una quantitat determinada de places per a cada una de les diferents titulacions que imparteixen. L'assignació de places de cada centre d'estudi entre els estudiants que han sol·licitat l'admissió es fa en funció dels criteris de prioritat, preferència i valoració.

1.3. ELS FACTORS DE LA DECISIÓ

Els criteris per seleccionar una institució són les variables que un individu considera rellevants per prendre una decisió. La importància d'aquests criteris poden variar en funció del tipus de consumidor. Els criteris considerats més rellevants per l'opció educativa són:

1. La capacitat i preparació acadèmica.
2. L'interès en l'àrea d'estudi.
3. L'experiència familiar en la formació universitària.
4. El producte institucional: els programes acadèmics i no acadèmics, la reputació de la universitat, la normativa acadèmica, els criteris d'admissió, la tipologia d'alumnat de la universitat, el professorat.
5. Els serveis i els processos: la disponibilitat de places ofertades, la flexibilitat en l'oferta de programes acadèmics, la varietat en l'oferta de programes acadèmics, l'accessibilitat als programes acadèmics, les instal·lacions, les activitats extra-acadèmiques, les activitats socials, la disponibilitat

d'allotjament, els programes *practicum* i borsa de treball, el seguiment tutoritzat dels programes d'estudi, la seguretat personal dels estudiants.

6. Els costos i l'ajut financer associats a l'assistència a la universitat.
7. L'estatus socio-econòmic.
8. La ubicació de la universitat.

Els criteris es poden classificar de diferent manera segons el nivell de motivació per buscar la informació, la capacitat de presa de decisions del consumidor, així com el nivell i el tipus d'activitat de recerca d'informació empresa pel futur estudiant universitari.

1.3.1. LA CAPACITAT I PREPARACIÓ ACADÈMICA

Tal com s'ha indicat anteriorment, hi ha força factors crítics que influeixen en la decisió dels estudiants respecte al seguiment d'estudis universitaris (JACKSON, 1986, CABRERA & LA NASA, 2000; LOOKER & LOWE, 2001). Un factor recurrent és la capacitat i preparació acadèmica. Aquest factor sembla jugar un rol important en totes les fases de predisposició, recerca i elecció d'universitat. STAGE & HOSSLER (1989) suggereixen que la preparació assolida per l'estudiant a l'escola s'associa de manera positiva amb els plans per continuar estudis universitaris. Sense aquesta preparació, es rebutja la formació universitària com possible opció. Quan arriba l'hora de considerar les opcions en l'escola secundària i d'eleger una carrera universitària, les aptituds acadèmiques constitueixen un factor crític. Un estudi de WAGENAAR (1987) mostra que l'èxit acadèmic en

l'escola secundària, combinat amb els antecedents de classe social, resultaven un element de predicció molt fiable sobre l'elecció d'estudis universitaris.

Aquesta troballa torna a aparèixer en altres estudis. Per exemple, ONO (2001) va trobar una estreta correlació al Japó entre el GPA⁴⁴ i la qualitat de les universitats disponibles entre les quals triar. La importància d'aquest GPA en l'elecció d'estudis universitaris també està recolzada per JACKSON (1986) i per NGUYEN & TAYLOR (2003); aquests darrers, a partir d'una mostra de 10.000 estudiants americans d'estudis pre-universitaris, van trobar que la capacitat acadèmica tenia un efecte poderós sobre l'elecció. LOOKER & LOWE (2001) al Canadà i l'INSTITUTE FOR EMPLOYMENT STUDIES (1999) al Regne Unit van mostrar troballes similars.

ST. JOHN (1991) va observar que una inadequada preparació acadèmica creava barreres en grups no tradicionals. Aquesta troballa va donar lloc a diferents suggeriments per millorar l'acompliment acadèmic (PERNA, 2000).

En un important estudi longitudinal, CHOY *et alii.* (2000) van desenvolupar la metàfora d'un tub per descriure el procés pel qual les persones decidien seguir educació universitària. Van observar que els estudiants amb algun factor de risc tendien a no entrar en el tub. La seva solució: "ajudar als alumnes a desenvolupar quan abans millor les seves aspiracions d'anar a la universitat, estimular-los per seguir un currículum acadèmic rigorós i recolzar-los en els processos de sol·licitud i d'admissió".

⁴⁴ Test de puntuació d'estudis equivalents al batxillerat LOGSE.

1.3.2. L'INTERÈS EN L'ÀREA D'ESTUDI

Existeixen clares coincidències entre l'interès en un àrea d'estudi concret i la influència que exerceix en els estudiants a l'hora de triar una institució o un tipus d'estudi universitari determinat. Això és així per què l'àrea d'estudi acostuma estar relacionat amb les aspiracions de carrera professional (JAMES *et al.*, 1999; MAXWELL *et alii.*, 2000; CABRERA & LA NASA, 2000).

KELLER & McKEOWN (1984) i KERN (2000) col·loquen l'interès en l'àmbit d'estudi en el segon lloc d'una llista de factors clau en la decisió de cursar estudis universitaris. També s'obté la confirmació de la importància del camp d'estudi, però des d'un altre perspectiva, a partir de dos estudis realitzats al Regne Unit (YORKE, 1999; CHRISTIE, MUNRO & FISHER, 2004). Ambdós van observar que els estudiants abandonaven els seus estudis degut a triar una carrera equivocada.

Cal reconèixer que el procés de presa de decisions és complex i que existeixen altres factors que també influeixen, com els factors que van investigar LILLY, ARMITAGE & THOMAS (2000): suport a l'aprenentatge, la informació dels tutors i l'oferta institucional, incloent-hi aspectes vinculats amb la matèria d'elecció. El suport a l'aprenentatge apareixia en els llocs més alts del ranking de la mostra d'estudiants. MARQUEZ (1998) va observar que en la seva mostra d'estudiants llatins, la distància des de casa i els factors financers eren els factors més importants. TUMBLIN (2002) va trobar que els factors de conveniència com l'horari de les classes eren més importants que els factors acadèmics, com la reputació del centre. JACKSON (1986) va observar que els costos, l'ajut financer, els requisits d'admissió de les institucions, així com la qualificació acadèmica obtinguda pels estudiants eren variables crítiques per la

seva elecció, mentre que l'àrea d'estudi d'interès no apareixia com una variable ni tan siquiera no crítica. De fet, HARKER *et alii.* (2001) assenyalen que els estudiants no tenen opcions de triar si no compleixen amb els estàndards d'accés a una institució.

1.3.3. L'EXPERIÈNCIA FAMILIAR EN LA FORMACIÓ UNIVERSITÀRIA

Quan una família té certa experiència en formació universitària, és més probable que els fills considerin la possibilitat d'anar a la universitat i són més capaços d'orientar-se en els procediments d'informació i admissió. La formació dels propis pares és un factor important en aquest procés, encara que altres membres de la família i amics que tinguin una experiència actual o recent poden ser també influenciadors positius, especialment en el cas d'estudiants d'estatus socioeconòmic baix (CONNOR & DEWSON, 2001).

Els nivells de formació dels pares són especialment influents en la fase de la predisposició, veient-se associats positivament amb la planificació d'estudis universitaris (STAGE & HOSSLER, 1989). Per JACKSON (1986), tant l'educació del pare com de la mare són variables crítiques en l'elecció d'universitat. NGUYEN & TAYLOR (2003) mostren que la probabilitat de participar en estudis universitaris de quatre anys augmenta quan majors són les qualificacions professionals dels pares. En sentit contrari, els pares que no tenen formació superior o aquesta és escassa és menys probable que estimulin als seus fills a que continuïn amb aquests estudis. Ells veuen la formació universitària no per "aquells que són com nosaltres" i poden inclòs actuar contra els esforços de les escoles per persuadir als seus fills de que es mantinguin en els estudis

(REAY, DAVID, & BALL, 2001). Els pares amb baixes qualificacions tendeixen a estimular als seus fills per que s'insertin en el mercat laboral NGUYEN & TAYLOR (2003).

CHOY *et alii.* (2000) també mostren que la formació dels pares és un tema rellevant. Els estudiants els pares dels quals no tenen formació universitària tenen només la meitat de probabilitats d'aspirar a un grau universitari i només un terç és probable que es matriculin en un programa de quatre anys d'universitat. Aquests pares és menys probable que participin en les activitats de planificació que acaben conduint a la matrícula universitària. (CONNELL, 2004) va observar que inclòs quan els pares de classe treballadora estaven a favor de la formació i eren conscients dels beneficis pels seus fills, careixien d'experiència i coneixement de les vies de formació acadèmica universitària la qual cosa era un factor clau.

Aquestes troballes tenen importants conseqüències per les escoles (CONNELL, 2004):

“Quan més complex es torna el sistema, majors són les opcions i més difícil és per aquests pares de classe treballadora comprendre i desenvolupar-se fàcilment en el sistema educatiu. Això implica que les famílies de classe treballadora en el futur és més probable que depenguin més de l'escola per aconseguir que tot acabi sortint bé als seus fills” (p. 238).

Encara que CONNELL escriu sobre els pares de classe treballadora aquest comentari s'apliquen a totes les famílies en les quals els pares no tenen experiència universitària. Les escoles juguen un rol fonamental per la provisió d'una informació adequada respecte a les opcions universitàries per aquests estudiants.

1.3.4. EL PRODUCTE INSTITUCIONAL

El producte institucional no es defineix fàcilment. No obstant, autors com LICATA & FRANKWICK (1996); MULLET (1985); ROCHE (1994) i STEWART (1991) han utilitzat el terme producte per referir-se al conjunt de factors que defineixen la institució, sense els quals aquesta no podria funcionar.

1.3.4.1. La qualitat de la institució universitària

La qualitat de la institució d'educació superior és motiu pel qual un estudiant pot escollir una institució concreta. No obstant, no hi ha una idea clara sobre què s'entén per qualitat en una institució universitària. La seva valoració genera gran quantitat de contradiccions, no sempre resoltes de forma satisfactòria.

Els diferents enfocaments utilitzats per abordar el problema de la qualitat en les institucions d'educació superior poden enquadrar-se en les categories proposades per GEORGE (1982) i ASTIN (1985):

1. *La qualitat com reputació.* Considera que la qualitat d'una institució d'educació superior pot ser avaluada mitjançant enquestes realitzades a professors d'altres institucions, als quals se'ls suposa la capacitat de jutjar-la des del seu punt de vista subjectiu. Aquest enfocament típicament nord-americà tendeix a confondre qualitat amb reputació.
2. *La qualitat com disponibilitat de recursos.* En aquest cas, la qualitat es basa en mesures objectives, com els recursos disponibles per a la realització de les funcions docent i investigadora. Sota aquest punt de vista, es pot valorar la qualitat d'una institució per la qualitat acadèmica de l'alumnat que la universitat admet i pels mitjans que disposa, i no per

l'adequada utilització d'aquests mitjans. Així, amb aquest enfocament, es tendeix a valorar millor les institucions grans, que són habitualment les que disposen de majors mitjans, el que no sempre coincideix amb la qualitat.

3. *La qualitat a través dels resultats.* Aquest enfocament té en compte el resultat global dels graduats quan s'incorporen al món laboral un cop han acabat la seva vida universitària. Es valoren magnituds com la facilitat de trobar feina, salaris aconseguits o doctorats que obtenen. No obstant, la realitat és que les institucions amb millor reputació atrauen els millors i, com a conseqüència, produeixen graduats que tenen més opcions d'inserció laboral i d'aconseguir bona retribució salarial.
4. *La qualitat pel contingut.* Aquest punt de vista, té en consideració el nivell de formació, nivell docent, currículum del professorat, sistema pedagògic o ambient del campus. No obstant, aquest enfocament té la dificultat d'avaluar els conceptes implicats en el procés d'aprenentatge.
5. *La qualitat pel "valor afegit".* Centra l'atenció en la contribució de la institució a la formació global de l'estudiant. Sota aquesta perspectiva, la qualitat de la institució haurà d'ésser avaluada per la diferència entre el nivell de formació de l'estudiant a l'ingrés i a la sortida de la institució. La dificultat d'aquesta visió rau en la dificultat de mesura del procés, donat el problema que suposa intentar aïllar els efectes de la institució d'altres efectes aliens a ella.

Per a MORA (1991), la qualitat està bàsicament relacionada amb el tamany de la institució, el grau d'associació dels estudiants

amb l'activitat universitària extra-acadèmica, l'ambient general de l'aprenentatge que envolta l'alumnat, la qualitat de l'esforç de professors i alumnes (PAREJO & CALVO, 1993) i la coherència i consistència dels objectius del procés educatiu.

No obstant, cap d'aquests factors és, per ell mateix, suficient per explicar la qualitat de les universitats. Aquesta hauria de ser mesurada per la totalitat del "valor afegit" que cada institució genera sobre els individus que passen per ella (SOLMON, 1981), això suposaria alguna cosa tan complexa com controlar tot el procés educatiu (MARTÍNEZ, 2000: 46).

A Catalunya, els estudiants no tenen accés a una informació clara sobre la qualitat i el nivell d'exigència acadèmica de les universitats. La LOU estableix la creació d'un organisme nacional (ANECA) que és el responsable de l'avaluació de la qualitat de les universitats. Aquest continua la tasca iniciada pel *Consejo de Universidades* en 1996 amb els plans d'avaluació de la qualitat (I PNECU i II PCU). No obstant, l'estudiant no té un accés fàcil als resultats d'aquestes avaluacions. De fet molts d'ells desconeixen que aquests processos han tingut lloc.

1.3.4.2. La reputació de la universitat

La reputació de la universitat també forma part del producte institucional. Pot definir-se com *reputació general*, és a dir, no associada a qualsevol característica particular d'una institució (HOLLENBECK, 1988; WEBB & ALLEN, 1994); com *reputació acadèmica*, associada als programes acadèmics i a les normes de la institució (CHAPMAN, 1993; DAVIS-VAN ATTA & CARRIER, 1986;

DISCENZA) i com *reputació dels alumni* (BRUWER, 1996; MAGUIRE & LAY, 1981; WEB & ALLEN, 1994).

La definició de la reputació de SAXTON (1998) reflecteix el que YAVAS & SHEMWELL (1996: 76) defineixen com la suma de les percepcions dels estudiants d'una institució que crea "imatge". Per EDGETT & CULLEN (1992), el prestigi, l'estatus i la tradició són els components de la reputació d'una institució, mentre que per VINING (1993) és el resultat del conjunt d'activitats de la institució.

Els components de la reputació en el món corporatiu són la direcció del mercat, la qualitat del producte, la qualitat de servei, la imatge de marca⁴⁵ i la forma d'actuar (SAXTON, 1998). La literatura corporativa presenta algunes dificultats en la interpretació d'aquests conceptes. Per exemple, en el món acadèmic, la direcció del mercat es pot interpretar segons el tamany de la institució; és a dir, una universitat més gran vol dir més quota de mercat. O, també, el rendiment institucional, com per exemple, el nombre d'estudiants graduats, els treballs d'investigació produïts o el nombre de sol·licituds rebudes de futurs estudiants. Aquesta direcció del mercat també pot definir-se segons el nombre d'ex-alumnes que es fan famosos després de la graduació.

No obstant, els estudiants no trien necessàriament institucions d'educació superior amb els nivells més alts de prestigi (GRACE, 1989; DEHNE, 1995), també les escullen on pensen que encaixaran en l'ambient social i acadèmic (JAMES *et alii.*, 1999). Així, la reputació

⁴⁵ Els clients poden comprar, d'entre un grup de marques, aquelles que recorden (SHETH, MITTAL & NEWMAN, 1999). A més, aquestes marques poden compartir diferents atributs com, per exemple, la qualitat, però són percebudes d'una manera determinada a la ment dels consumidors.

pot vincular-se al prestigi⁴⁶ i tradició, però pot ser una reputació elitista o passada de moda, la qual cosa pot no ser positiva (GRACE, 1989). A més, el prestigi sovint s'associa a processos d'admissió selectius. Per tant, el concepte de prestigi ha de ser analitzat en el context institucional.

En darrer lloc, les institucions poden tenir reputacions diferents per qualsevol dels seus *campus* universitaris, programes específics, cursos o pels nivells d'ensenyament que ofereixen (STRAUMANIS, 1987), encara que un dels elements determinants de la seva reputació està constituït pel nivell d'exigència acadèmica.

HOWARD (2002) va investigar les maneres com els estudiants utilitzaven els rànking institucionals en la seva presa de decisions i va trobar que el 56,7% considerava el rànking com un factor de decisió.⁴⁷ Per KERN (2000), la reputació de la universitat era important per a una minoria d'estudiants quan s'entenia com "una gran reputació dins la meua àrea d'estudi". En canvi, JACKSON (1986) va observar que el prestigi de la institució no era un factor crític; en la mateixa línia, LILLY *et alii.* (2000) van constatar que els estudiants no estaven particularment interessats en les posicions dels centres a les llistes de millors universitats.

⁴⁶ En aquest sentit, segons l'*Enquesta de valoració del sistema i organització de l'ensenyament de la UPF* (RIBA & CUXART, 2003), entre els elements decisius en la tria de la UPF el prestigi de la universitat és l'element que obté un major percentatge (31,2%) sobre el total de respostes de l'alumnat enquestat. Aquest criteri apareix en segon lloc en l'estudi de l'INSTITUT CERDÀ (2006) sobre la percepció social de l'educació superior a Catalunya.

⁴⁷ El rànking té l'expressió més notòria als EE.UU, on tradicionalment s'ha donat una situació competitiva entre les seves universitats, traduint-se en els nombrosos rànking d'universitats que es realitzen constantment en aquest país, i que pretenen valorar la qualitat de les diferents universitats (MARTÍNEZ, 2000: 42).

1.3.4.3. Els programes acadèmics i no acadèmics

Una raó per la qual un estudiant tria una institució concreta és perquè aquesta ofereix la titulació que l'interessat vol cursar. No obstant, l'estudiant probablement no triarà una institució sobre la qual tingui una percepció negativa. Així, la reputació i els criteris d'admissió com factors de qualitat són potencialment més importants que l'oferta de programes.

Les institucions ofereixen una àmplia varietat de programes, tant acadèmics com no acadèmics. Els programes acadèmics inclouen els cicles oferts; per exemple, diplomatures, llicenciatures o programes de doctorat, i les titulacions específiques, com, per exemple, Medicina, Economia o Dret. A més, les institucions poden oferir programes d'investigació. El nivell i el tipus de programa escollit poden dependre de les exigències individuals dels estudiants i de la percepció que tinguin de les seves capacitats per emprendre el camp d'estudi (veure, per exemple, BRUWER, 1996; CHAPMAN, 1993; EDGETT & CULLEN, 1992). No obstant:

“Les institucions que se centren en els seus programes existents i no aconsegueixen entendre les necessitats subjacents, pateixen el que LEWITT (1960) defineix com ‘miopia comercial’. Estan tan encisades amb aquests programes que perden visió sobre el que els estudiants i altres públics relacionats necessiten o poden necessitar en el futur. Obliden que el que ofereixen ha de solucionar un problema dels consumidors” (MARTÍNEZ, 2000: 120).

Els programes no acadèmics també poden influir en la decisió d'assistir a una institució concreta. Els programes esportius estan força citats en la literatura relacionada amb l'opció institucional (BRUWER, 1996; CHAPMAN, 1993; CULLEN & EDGETT, 1991; DOLINSKY & QUAZI, 1994). L'èmfasi sobre programes esportius és molt específic i únic en les institucions d'educació superior als EE.UU. En

canvi, a Catalunya els estudiants poden escollir universitats amb instal·lacions esportives concretes, però no és freqüent que les institucions catalanes posin l'èmfasi en els seus programes esportius.

1.3.4.4. El règim d'estudis

La normativa acadèmica de la institució universitària també forma part del producte institucional. Una revisió de la literatura sobre la importància del règim d'estudis en el procés de presa de decisions, fa palès que totes les institucions mantenen les normes acadèmiques més altes i són "els altres" els qui no ho fan. Els clients insatisfets van a un altre lloc (DORRELL, 1992). A més, no és probable que un client admeti que ha escollit un producte inferior i pot racionalitzar la seva decisió fins i tot si està d'alguna manera insatisfet (SHETH, MITTAL & NEWMAN, 1999). Efectivament, els consumidors inicialment insatisfets poden arribar a defensar aferrissadament el producte per mitigar els desacords (HAYWOOD, 1989). COOK & ZALLOCCO (1983) i BRUWER (1996) recolzen els resultats d'aquesta observació. Van trobar que les percepcions dels estudiants amb les institucions de la seva demarcació van produir resultats "positius" per aquells que estaven interessats, independentment de les percepcions que tenien dels punts forts i febles d'institucions concretes.

El regim d'estudis pot ser mantingut, de manera que faciliti la decisió d'elecció. Aquest regim es representa per la càrrega de treball, hores d'estudi, temps requerit en les tasques a realitzar, qualitat al voltant d'altres aspectes (lectura, escriptura, etc.) o nivell d'exigència en l'estudi (ROSENFELD & PENG, 1980). Els estudiants

poden escollir entre un nivell percebut d'alta o baixa exigència, segons les seves capacitats. Voldran accedir a les normes acadèmiques més exigents, però no decidiran d'assistir a institucions on poden suspendre (STANLEY & REYNOLDS, 1994). Per tant, els estudiants busquen institucions segons la seva percepció d'exigència dels programes d'estudi.

A més, es suposa que un regim d'estudis més exigent condueix a millors oportunitats professionals pels graduats (BRAXTON & NORDALL, 1985). En molts casos, això suposa un major nivell d'autoconfiança. És per això que els estudiants més brillants solen buscar institucions més reconegudes i per tant poden ser seleccionats per organitzacions que requereixin graduats amb una sòlida formació.

1.3.4.5. Els criteris d'admissió

Un altre component del producte institucional està constituït pels criteris d'admissió aplicats per les institucions universitàries en la selecció d'estudiants que hi volen accedir. Els criteris d'admissió assenyalen les normes i els requisits institucionals a l'estudiant (BRAXTON & NORDALL, 1985). Aquells que són molt competitius i capaços s'asseguraran tenir les qualificacions per aconseguir l'admissió i augmentar al màxim les seves opcions potencials (JAMES *et alii.*, 1999). En canvi, els estudiants menys capacitats poden buscar institucions on l'accés és més fàcil d'assolir, tot i que podrien incrementar al màxim les seves opcions en funció de la percepció de les seves capacitats (HUGHES, 1994). L'opció d'un estudiant consistirà doncs en buscar aquelles institucions on creu poder superar els criteris d'admissió. Els menys qualificats probablement

no consideraran aquelles universitats que creuen no poder accedir-hi.

Així, mentre les institucions utilitzen el procés de selecció per determinar la capacitat de tenir èxit, els estudiants utilitzen els criteris d'admissió per beneficiar-se d'altres factors. Això contrasta amb els EE.UU. on els estudiants poden sol·licitar l'admissió a diverses institucions amb la possibilitat de ser seleccionats per més d'una d'elles. En aquest cas, l'estudiant farà l'elecció final entre les diferents universitats que l'hagin admès.

Els criteris d'admissió determinaran el tipus d'estudiant que podria assistir a la institució.

1.3.4.6. La tipologia d'alumnat de la universitat

El producte institucional també pot consistir en el perfil dels estudiants que assisteixen a la institució. BRUWER (1996) suggereix que els estudiants seleccionen institucions on es poden identificar amb el perfil social de l'alumnat. Sentir-se còmode amb els companys de estudi és un element que es té en compte, però a més, també és important que sentin que estan amb estudiants seriosos amb l'estudi (DEHNE, 1993: 20).

Als EE.UU., el tipus d'estudiant que assisteix a la institució també es pot enquadrar en relació a la raça i la seva condició de gènere (BARONDESS & GLASER, 1993). Aquests autors van trobar que els estudiants pertanyents a grups minoritaris van tenir menys acceptació per desenvolupar-se millor en els estudis de Medicina, encara que van superar tots els criteris d'admissió de les institucions. L'estudi de TAYLOR & OLSWANG (1997) recolza aquesta afirmació i suggereix que molts estudiants de grups minoritaris que assisteixen

a institucions amb predomini d'estudiants de raça blanca percebien que havien de fer un major esforç que els seus col·legues blancs per tenir èxit. Per tant, els estudiants de grups minoritaris poden seleccionar institucions en les quals poden percebre que tenen la mateixa igualtat d'oportunitats i la capacitat de tenir èxit, independentment dels seus recursos.

1.3.4.7. El professorat

El professorat també pot influir en les opcions de l'estudiant, en tant que és aquest qui lliura el producte educatiu. La literatura relacionada amb l'impacte del personal docent sobre l'opció de l'estudiant ha incidit en la qualitat del professorat (BRUWER, 1996; COCCARI & JAVALGI, 1995; DISCENZA *et alii.*, 1985). No obstant, es pot qüestionar si els futurs alumnes estan en disposició d'avaluar la qualitat⁴⁸ del personal docent (ZEITHAML, 1981). En qualsevol cas, no hi ha cap definició que estigui d'acord amb el terme de qualitat (veure, per exemple, BALDWIN, 1994; DONALDSON & RUNCIMAN, 1995). A més, els estudiants poden assistir a la institució abans que es trobin amb el primer docent. En darrer terme, poden confiar en altres criteris per avaluar la qualitat del professorat. Per tant, els estudiants poden creure que la qualitat del personal acadèmic és important però poden no recollir cap informació en relació a aquest personal.

Per acabar, la institució es pot definir com el producte que conté un conjunt d'elements: els programes d'estudi, la reputació de la institució, el règim d'estudis que regeix a la institució, els criteris

⁴⁸ La qualitat en els serveis (per exemple, el d'educació) és un concepte intangible i, per tant, el client ha de confiar a l'hora avaluar el valor potencial del servei (ZEITHAML, 1981).

d'admissió que s'apliquen en el procés de selecció, el perfil acadèmic de l'alumnat i el de la institució. La combinació d'aquests factors genera un valor per a l'estudiant i la seva família. Aleshores, aquest valor pot ser avaluat en termes de les despeses associades a l'assistència a la institució i a la combinació d'aquests factors.

1.3.5. ELS SERVEIS I ELS PROCESSOS

Els serveis que ofereix la institució no són necessàriament les activitats principals de la institució; en tot cas, es poden considerar addicionals als programes principals. Per tant, es considera un producte institucional augmentat.⁴⁹ Per exemple, podria oferir un programa d'investigació (producte) a un grup molt escollit d'estudiants i com a tal no estar disponible (procés augmentat). També podria oferir una titulació (producte) que podria estar oberta a tothom (procés augmentat). Els serveis augmentats i els processos que s'ha demostrat poden contribuir decisivament a l'opció d'universitat són:

- Qüestions relacionades amb l'èxit, com la inserció professional
- Altres qüestions com tutories i ajuts.
- Aspectes culturals, com activitats socials i religioses.
- Qüestions personals com allotjament, possibilitat d'obtenir ingressos econòmics i seguretat.

⁴⁹ El concepte de producte augmentat o incrementat està prou desenvolupat en la literatura de marketing. KOTLER (1998), per exemple, el defineix com aquell que "incorpora una sèrie de serveis i beneficis que distingeixen l'oferta d'una empresa de la dels seus competidors". Per a LEVITT (1980), en el producte augmentat l'oferta supera les expectatives del client o el que ell està acostumat a rebre (millors condicions de lliurament, pagament, etc.).

1.3.5.1. La disponibilitat de places ofertades

Es pot considerar que el primer producte institucional augmentat correspon a la disponibilitat de places ofertades. Les institucions poden decidir l'accessibilitat als estudis (o no), o un govern pot determinar el nombre de places que una institució pot oferir. No obstant, la disponibilitat d'especialitats i titulacions dins la institució es pot considerar en termes de la capacitat que tenen els futurs estudiants d'aconseguir l'accés a uns estudis determinats. Per exemple, una universitat pot ofertar la carrera de Medicina⁵⁰ però només ofereix un nombre limitat de places als futurs estudiants. A més, les places disponibles tan sols poden ser-ho per a certs tipus d'estudiants o per aquells que tinguin determinades qualificacions.

En conseqüència, un estudiant que desitgi assistir a una institució per estudiar una disciplina concreta, pot no ser capaç de cursar els estudis sol·licitats per no poder-hi accedir (encara que pugui estar disponible per altres). Així, la disponibilitat no és la part principal del producte, tot i que forma part de la decisió d'accedir-hi.

Els estudiants trien els estudis que es relacionen amb els seus interessos i futures carreres professionals. Per tant, la disponibilitat de places que facilitaran la seva inserció laboral és de gran importància.

En general, es cita poc la disponibilitat de places com instrument de decisió. Això és probable que sigui degut al fet que la major part de la literatura parla del sistema universitari dels EE.UU. En aquest model, com s'ha dit anteriorment, els estudiants trien

⁵⁰ Medicina és la carrera més sol·licitada a Catalunya el curs 2006-07, amb 3.511 sol·licituds d'alumnes que es van pre-inscriure per les 823 places ofertades de primer any (BELTRAN, 2007: 27).

institucions abans que carreres.⁵¹ Això explica, per tant, que la incidència de la disponibilitat de programes acadèmics, tenint en compte la seva importància clau, no està citada a la major part d'investigacions sobre aquest tema.

1.3.5.2. La flexibilitat en l'oferta de programes acadèmics

Un altre aspecte del producte institucional augmentat és la flexibilitat en la durada dels programes acadèmics; per exemple, la possibilitat de realitzar cursos intensius (incloent-hi la capacitat de reconèixer crèdits cursats en una altra institució universitària).

La formació a distància i les classes nocturnes formen part d'una oferta flexible de serveis. Algunes institucions són més flexibles que d'altres i poden ser buscades per estudiants amb necessitats de flexibilitat, com, per exemple, els d'edat madura o estudiants ja graduats (veure per exemple, ASHLEY, 1996; BUCKLEY, MAHAFFEY *et alii.*, 1996; COCCARI & JAVALGI, 1995).

1.3.5.3. La varietat en l'oferta de programes acadèmics

La varietat de programes acadèmics implica que hi ha un nombre de programes diferents ofertats. Els estudiants que busquen institucions amb una àmplia varietat de titulacions poden no tenir una idea clara de l'interès de la carrera (RICE, 1987). O al contrari, poden buscar institucions amb ofertes de programes especialitzats (BRAXTON & NORDALL, 1985; JONAS, 1992). Per tant, una institució generalista pot ser més desitjable que una especialista. A més, els

⁵¹ El procés d'elecció a Catalunya sol tenir en compte, en primer lloc, la titulació abans que la institució.

estudiants poden buscar institucions amb un programa acadèmic general, més que no pas un d'especialitzat, perquè volen ser associats amb un perfil d'estudiants força ampli. A més, una institució que ofereix un ampli programa de titulacions pot semblar més flexible i més disponible per a l'alumnat. Per exemple, si algú vol estudiar la llicenciatura de Publicitat i Relacions Públiques en una universitat pública catalana i la seva nota d'accés no li permet d'accedir-hi, pot sol·licitar plaça a la carrera de Sociologia, on la qualificació d'accés és sensiblement menor, i intentar una transferència interna al segon cicle de la llicenciatura de Publicitat i RR.PP havent finalitzat el primer cicle de la carrera de Sociologia. Per tant, un ventall ampli de titulacions pot ser un atribut desitjable en una institució d'educació superior.

No obstant, els estudiants poden no ser capaços d'avaluar si realment una institució té un programa d'estudis generalista o especialitzat. Si estan interessats en una carrera concreta, poden no preocupar-se pel conjunt de titulacions de la institució. Poden percebre que la institució està especialitzada, simplement per què ofereix estudis especialitzats en algunes àrees.

1.3.5.4. L'accessibilitat als programes acadèmics

L'accessibilitat al programa acadèmic també és part del producte augmentat de la institució. Els programes poden ser variats i estar disponibles però això no vol dir que l'estudiant pugui tenir accés al producte. Els processos que faciliten l'accessibilitat poden incloure aspectes com l'accés al personal acadèmic (EDGETT & CULLEN, 1992). A més, poden haver-hi altres consideracions que determinen el nivell d'accés dels estudiants als programes

acadèmics, com el tamany de les aules i el nombre d'estudiants que assisteixen a la institució (COOK & ZALLOCCO, 1983; DISCENZA *et alii.*, 1985).

De tota manera, no és segur que els estudiants tinguin un coneixement clar del tamany real de la institució. Poden tenir les seves pròpies percepcions del tamany total de la institució o del campus on volen matricular-se. Per tant, un estudiant pot escollir una universitat gran encara que el campus sigui petit.

1.3.5.5. Les instal·lacions

Un altre component addicional al producte institucional poden ser les instal·lacions proporcionades per la institució. Aquestes es poden considerar tant acadèmiques com no acadèmiques. Les primeres són aquelles que donen suport a l'estudi, com la biblioteca, ordinadors, aules, sales de conferències i equipament audiovisual (veure, per exemple, KELLARIS & KELLARIS, 1988; KLEEMANN & RICHARDSON, 1985; WEBB, 1993; WEBB & ALLEN, 1994). Les instal·lacions no acadèmiques són aquells elements de la institució que afegeixen valor, però que poden ser considerats serveis perifèrics (SHOSTACK, 1977); per exemple, aparcament, compres, lleure o menjador (veure COCCARI & JAVALGI, 1995; DISCENZA *et alii.*, 1985).

En contrast amb altres estudis, mentre aquests criteris poden formar part del conjunt d'atributs, no constitueixen criteris clau d'elecció.⁵² Sembla evident que els futurs estudiants no escollirien

⁵² Les instal·lacions són citades en quart lloc (8,7%) entre els elements decisius en l'elecció de la UPF (RIBA & CUXART, 2003).

una institució simplement per l'accés a l'aparcament i a les instal·lacions esportives.

1.3.5.6. Les activitats extra-acadèmiques

A més de la disponibilitat, la flexibilitat i la varietat de l'oferta principal, una institució també pot oferir un programa d'activitats extra-acadèmiques per recolzar el seu producte o programa acadèmic. Les activitats extra-acadèmiques poden ser acadèmiques o no acadèmiques en la seva naturalesa, i són externes o complementàries al programa principal de l'estudi seleccionat per l'estudiant. Diversos autors afirmen que les activitats extra-acadèmiques són importants per la decisió d'assistir a una institució concreta (BUCKLEY *et alii.*, 1996; KELLARIS & KELLARIS, 1988; WITTHUHN, 1997).⁵³

1.3.5.7. Les activitats socials

Un component addicional en el producte augmentat d'una institució són les activitats socials ofertades o disponibles. Autors com CULLEN & EDGETT (1991), DEHNE (1995) o GRACE (1989) suggereixen que la vida social i les activitats socials de la institució són criteris claus en la decisió d'assistir a una institució concreta. En alguns casos, la qualitat de la vida social s'estén a les oportunitats

⁵³ L'oportunitat de participar en activitats religioses també és citada com a factor de decisió per assistir a una institució. ROCHE, PETERS & NELSON (1987) i JONAS (1992) van trobar que l'ambient religiós era important per als estudiants a l'hora de seleccionar una institució. No obstant, a Catalunya, no hi ha cap universitat de l'Església, tot i que la major part de les universitats privades (UAO, UIC i URL) tenen fortes arrels cristianes. Aquestes universitats ofereixen experiències religioses per als estudiants que així ho desitgin. No obstant, a no ser que els estudis escollits siguin de teologia, aquest no sembla ser el principal criteri d'elecció dels estudiants.

d'accedir a una comunitat local i desenvolupar diferents activitats socials a l'entorn de la institució.

A més, la vida social s'estén a les regles imposades per les institucions (MULLET, 1985). MULLET suggereix que els estudiants que cerquen una bona estona per a passar-s'ho bé puguin escollir institucions amb nivells inferiors de restricció de la vida social dels estudiants. Encara que no és sorprenent que hi hagi un forat entre el què els pares buscarien per els seus fills i el què els fills buscarien per a ells mateixos. La reglamentació i l'oferta de vida social per als estudiants esdevenen essencials per les universitats situades en zones allunyades (YOST & TUCKER, 1995) on les ocasions per desenvolupar activitats socials, més enllà de les fronteres del campus, són força limitades. No obstant, aquest no és el cas de Catalunya, on la major part d'institucions estan localitzades a les capitals de demarcació, així com a la gran àrea metropolitana de Barcelona. És per això que la vida social dels estudiants a Catalunya no està tan organitzada com succeeix a les institucions universitàries americanes.

1.3.5.8. La disponibilitat d'allotjament

El producte institucional també pot ser augmentat en quan a l'allotjament per aquells estudiants que decideixen viure lluny de casa seva per assistir a la universitat. A Catalunya, l'oferta universitària diversificada i generalitzada en tot el territori català fa que la major part d'estudiants tinguin accés a una plaça universitària prop del seu domicili habitual. A més, l'allotjament ofert per les institucions catalanes sovint és limitat, no essent un dels principals serveis institucionals oferts. Així, mentre aquest és un criteri suggerit

per autors com BOYER (1986), BROWN (1996) o YOST & TUCKER (1995), això pot no ser un criteri clau en el context català, excepte per aquells estudiants que han de viure lluny de casa seva per poder assistir a la universitat.

1.3.5.9. Els programes *practicum* i borsa de treball

Un servei addicional augmentat, que recolza el producte principal de la institució és el servei de borsa de treball. COCCARI & JAVALGI (1995: 34) van trobar que el servei de borsa de treball proporcionat per la institució va ser classificat en 15è lloc pel total d'estudiants de la mostra i 18è pels de l'àrea d'empresa en termes de nivell d'importància dels atributs en la selecció institucional. WEBB & ALLEN (1994) van observar aquest criteri en 10è lloc en la presa de decisions d'un grup de diversos estudiants. Els qui van establir aquesta classificació probablement eren d'origen asiàtic o estudiants amb visat Internacional. Els serveis de borsa de treball són mencionats com un criteri d'elecció per autors com DEHNE (1994), SANDERS (1990) ó SEVIER (1990).

No obstant, sembla més important pel futur estudiant la capacitat d'aconseguir una bona feina un cop s'ha graduat. S'argumenta que l'alumne que finalitza els estudis no considera els programes d'inserció laboral com factors d'elecció d'universitat. Escullen la carrera, assumint que es podran dedicar professionalment a allò que està en el seu programa d'estudis. Es considera que el procés d'arribar a convertir-se en treballador no s'abandonarà fins que l'estudiant tingui la capacitat d'acabar els estudis.

1.3.5.10. El seguiment tutoritzat dels programes d'estudi

Els serveis augmentats oferts per una institució també poden incloure l'assessorament acadèmic, el qual es pot du a terme més enllà de l'aula (COCCARI & JAVALGI, 1995; DEHNE, 1993; RICHARDSON & STACEY, 1993). ASHAR & LANE (1996) suggereixen que pels estudiants en edat madura, en concret aquells que tornen a l'estudi formal després d'un llarg període de temps sense estudiar, l'ajut a l'estudi és molt important. No obstant, WIDDOWS & HILTON (1989) indiquen que els que abandonen els estudis no esperen recolzament i, per tant, això no és un criteri clau en la seva elecció. Això pot ser degut al nivell de confiança que tenen d'ells mateixos. Aquells que assisteixen a la universitat sense motivació per estudiar creuen que necessitaran l'ajut en l'estudi un cop hi arribin.

1.3.5.11. La seguretat personal dels estudiants

Un augment del producte principal institucional, que no està controlat directament per la institució, però que pot tenir influència sobre l'opció institucional és la seguretat personal dels estudiants que hi acudeixen. MULLET (1985) suggereix que la seguretat personal va ser classificada en 9è lloc en importància pels futurs estudiants en el seu estudi i 8è en importància pels seus pares. Sembla sorprenent que la seguretat, com a criteri, no és esmentada per més autors, quan MULLET va publicar aquesta dada en 1985/86. Des d'aleshores, autors que citen la seguretat com un criteri s'han centrat en diverses poblacions (COCCARI & JAVALGI, 1995; HARRIS, 1994) encara que KELLARIS & KELLARIS (1988) van citar aquest factor en relació amb estudiants que busquen la seguretat percebuda en un ambient d'estudi religiós.

1.3.6. ELS COSTOS I L'AJUT FINANCER ASSOCIATS A L'ASSISTÈNCIA A LA UNIVERSITAT

Els estudis d'investigació mostren que el cost total de l'assistència a la universitat i la disponibilitat d'ajut financer són factors clau per a molts estudiants.⁵⁴ Mentre que el cost no sempre emergeix com un factor influent (KELLER & MCKEOWN, 1984) és important en molts estudis. És bàsic per comprendre la forma en què el cost i l'ajut financer afecten al procés de decisió la percepció de la capacitat per pagar (PERNA, 2000). Aquesta percepció és crítica:

“... les percepcions influeixen en la presa de decisions. Així, si un estudiant de batxillerat i els seus pares pensen que el cost de l'educació universitària va més enllà de les seves possibilitats econòmiques u obtenen una informació incompleta sobre la taxa de retorn per un programa universitari específic, aquesta desinformació passa a formar part de la seva presa de decisions” (LOOKER & LOWE, 2001: 23).

Quan els estudiants i les seves famílies percebeixen uns costos elevats i una manca de recursos econòmics (MARQUEZ, 1998; LOOKER & LOWE, 2001) és menys probable que accedeixin a la universitat. Si els costos del programa d'estudis semblen representar un bon valor pel què s'ha de pagar (TUMBLIN, 2002) o finançament assumibles (MARQUEZ, 1998) tots aquests factors esdevenen un element important per triar la institució. La informació sobre els costos i l'ajut financer són factors en cada un dels estadis del procés de decisió (CABRERA & LA NASA, 2000).

⁵⁴ A Catalunya, les despeses no sempre són el factor més important en la decisió degut a subvencions substancials de l'Administració a les universitats públiques per l'ensenyament superior. A aquestes subvencions s'hi afegeix l'aportació que fa l'alumne, mitjançant el preu de la matrícula, segons el nombre de crèdits matriculats i el grau d'experimentalitat dels estudis. Per tant, “els estudiants d'aquestes institucions realitzen un menor desemborsament, encara que han de pagar un major preu en forma d'esforços i molèsties per aconseguir una plaça i per poder rebre les classes, que en alguns casos estan massificades” (MARTÍNEZ, 2000: 132).

Molts estudis observen que els estudiants i els seus pares no tenien una percepció realista del cost. L'INSTITUTE FOR EMPLOYMENT STUDIES (1999) va revelar que una proporció significativa d'estudiants van infraestimar el cost i que prop de la meitat es van desanimar pel cost. CONNOR & DEWSON (2001) van observar que més del 75% dels grups amb un estatus socio-econòmic baix van pensar que tenien una informació insuficient respecte als costos. És per això que MARTINEZ & MUNDAY (1998) van observar que els estudiants volien disposar d'una idea real dels costos.

Els costos tenen uns "efectes negatius" (JACKSON, 1986), "desanimants" (INSTITUTE FOR EMPLOYMENT STUDIES, 1999) i generen barreres per la participació (MARQUEZ, 1998). Per compensar-los existeix la disponibilitat d'ajut financer. Aquest és un factor important que influeix en la disposició per assistir a la universitat (LOOKER & LOWE, 2001). A més, juga un paper fonamental en la continuïtat de l'alumnat (ST JHON, 1991: 445-480). Els estudiants, tal com suggereix DEHNE (1993), esperen que l'ajut financer estigui disponible pels qui tenen millor expedient acadèmic. Cal afegir-hi també que els estudiants amb ingressos baixos es van sentir més atrets per les beques que pels préstecs (ST JOHN, 1991); això pot ser degut a que no els agrada demanar diners prestats, estar en deute en el futur o conèixer suficientment les possibilitats del resultat financer de seguir una educació superior (CONNOR & DEWSON, 2001).

El cost és una barrera clau per la participació, particularment pels alumnes que volen accedir a una universitat privada,⁵⁵ ja que és

⁵⁵ Els estudis cursats a les universitats privades de Catalunya, així com els títols propis de les universitats públiques no són objecte de subvenció per part de l'Administració, de manera que el cost es cobreix amb el preu de la matrícula que les universitats estableixen i, de vegades, amb altres aportacions. Per contra, els preus de la matrícula a les universitats públiques són fixats, anualment, pel Govern

molt superior l'esforç econòmic que han de realitzar els estudiants per accedir a aquest tipus d'ensenyament. Els pares i els estudiants necessiten una informació real, el més aviat possible, respecte als costos totals en el procés de presa de decisions i necessiten ajuts per identificar les opcions de recolzament financer disponible de manera que els ajudi a cobrir els costos de l'educació universitària.

1.3.7. L'ESTATUS SOCIO-ECONÒMIC

L'estatus socio-econòmic és el predictor més fort per la realització d'estudis universitaris (STAGE & HOSSLER, 1989; LOOKER & LOWE, 2001). WAGENAAR (1987) va establir una relació causal entre l'estatus socio-econòmic i l'elecció d'estudis universitaris. Altres estudis descriuen que els efectes de l'estatus socio-econòmic són importants en els estadis del procés de presa de decisions (CABRERA & LA NASA, 2000). El tamany de la família i l'estructura familiar poden afegir-se als efectes de l'estatus socio-econòmic (LILLARD & GERNER, 1999 & NGUYEN & TAYLOR, 2003). S'han identificat tres paràmetres d'estatus socio-econòmic: la formació, l'ocupació i els ingressos del pares (LOOKER & LOWE, 2001). Tots ells donen lloc a un capital social (recursos disponibles derivats de les connexions a altres persones) i capital cultural (actius no econòmics que provenen d'una formació d'alt nivell i l'exposició a valors i actituds de les classes mitjanes i altes).

Existeixen estudis que fan referència als efectes pels estudiants tant d'estatus socio-econòmic alt com baix. Els estudiants de llars amb estatus elevat és més probable que segueixin una educació universitària (ST JOHN, 1991; LOOKER & LOWE, 2001).

de la Generalitat i són publicats al Diari Oficial de la Generalitat de Catalunya, mentre que els centres adscrits fixen lliurement els seus propis preus.

També donen més importància als rànquings de les institucions universitàries (HOWARD, 2002). CHOY *et alii.* (2000) van identificar que l'estatus socio-econòmic baix és un factor de risc i van trobar que el 44% dels alumnes graduats en el batxillerat amb qualsevol dels factors de risc mai van accedir a estudis universitaris.

La manca de capital social i cultural s'experimenta com una dissonància o alienació, de manera que quan hi ha aquest desajust social o personal els alumnes de menys recursos econòmics se senten incòmodes i, per tant, no acostumen continuar cap a la formació universitària.

1.3.8. LA UBICACIÓ DE LA UNIVERSITAT

Es pot constatar la influència del factor ubicació geogràfica en els patrons d'elecció d'universitat. La localització de la institució es cita en estudis, com els de BUCKLEY *et alii.* (1996); CHAPMAN (1993) ó JAMES *et alii.* (1999), i sovint es defineix com l'atribut més important que l'estudiant valora d'una institució. Segons la ubicació, els estudiants poden escollir entre diferents alternatives.

En primer lloc, es troba la ubicació del *campus*, que pot estar situat en un entorn urbà o rural, fins i tot pot estar localitzat en una gran ciutat. Els estudiants poden escollir una universitat situada en una població gran, o bé, poden decidir estudiar en un ambient rural (dins el campus o en un allotjament proper). Una pregunta clau en l'elecció de la institució serà: "puc viure a casa?" Si la resposta es negativa, les opcions a considerar s'amplien. En la decisió d'assistir a una institució particular s'inclouen aquells aspectes que han de veure amb l'accessibilitat, és a dir, la disponibilitat de transport al campus, la distància del campus al domicili familiar (prop o lluny,

depenent de l'estudiant) i la facilitat de tornar a casa des del campus (CHAPMAN, 1993; LITTEN, 1982; WEBB, 1993).

En segon lloc, l'entorn del campus que pot estar situat en una població d'àmbit local o en una ciutat. Aquest entorn pot ser important si el futur l'estudiant busca l'oportunitat de treballar durant el curs acadèmic (CHAPMAN, 1993) o la de deixar el campus per fer activitats recreatives (EDGETT & CULLEN, 1992). Encara pot ser més important quan es considera la seguretat (SEVIER, 1994).

Finalment, es considera l'atractiu del campus, és a dir, els edificis, l'ajardinament i el disseny, així com el manteniment total de les instal·lacions (DEHNE, 1995).

Aquest factor es relaciona amb els costos directes de l'educació, donat que la proximitat del centre d'estudis permet reduir-los; tot i que la seva influència, probablement, va més enllà del simple aspecte econòmic, com l'existència de nuclis d'oferta especialitzats, el prestigi d'alguns centres i el grau d'atracció que exerceixen determinades àrees geogràfiques CAÑABATE (1998: 242).

La localització geogràfica és força citada en estudis relacionats amb l'opció d'universitat arreu l'estat espanyol. Segons una enquesta de la *Escuela Universitaria de Estadística de la Universidad Complutense de Madrid* (2000), entre els alumnes que van presentar la preinscripció per la matriculació a la universitat, la proximitat al domicili va ser un dels factors més influents en l'elecció d'universitat.

En una altra investigació sobre el trànsit de l'ensenyament secundari a la universitat, GUERRA, RUEDA *et alii.* (2005) van posar de manifest que la major part dels estudiants de batxillerat pensava que estudiaria a la universitat més propera al seu domicili familiar

(61%), mentre que quan estaven matriculats, el 82% va manifestar realment aquest motiu.

Un estudi de la *Unidad de Estudios de Opinión Pública Fundació BBVA* (2005) sobre 3.000 estudiants universitaris de segon cicle respecte als seus estudis i perspectives vitals i professionals va revelar que el principal motiu d'elecció de la universitat era la proximitat (47%), tot i observar-se que mentre entre els estudiants de centres públics la proximitat era el principal motiu d'elecció, a una distància significativa respecte a altres motius, entre els estudiants de centres privats el prestigi ocupava un lloc similar a la proximitat.

Segons un estudi de l'*Institut Cerdà* (2006: 234), la ubicació de la universitat té una relació directa amb la unitat territorial; així la UB i la UAB serien escollides pels enquestats de Barcelona capital i la demarcació de Barcelona, la UDG per individus de la demarcació de Girona i la URV per estudiants de la demarcació de Tarragona.

Finalment, en un treball de recerca sobre la mobilitat dels estudiants forans en el sistema universitari català, MONTULL (2007) afirma que, en primera opció, l'estudiant tria sempre la universitat més propera al seu domicili habitual; sempre i quan li ofereixi els estudis desitjats.⁵⁶

1.4. LA RECERCA D'INFORMACIÓ

La major part de productes tangibles poden ser avaluats abans de la compra, per tant, la recerca d'informació i l'avaluació d'alternatives és relativament fàcil. No obstant, els serveis

⁵⁶ En el mapa de la mobilitat dels universitaris catalans, MONTULL centra l'estudi en les universitats públiques del sistema universitari català, considerant la proporció d'estudiants de cada comarca matriculats en els cursos 1999-00 i 2005-06.

requereixen força experiència a l'hora de ser avaluats (ZEITHAML, 1981). L'educació és un servei difícil d'avaluar en el procés de recerca. Efectivament, sovint, el consumidor no és capaç d'avaluar la qualitat del servei fins després de la seva experimentació.⁵⁷ Per tant, la recerca d'informació en l'àmbit educatiu requereix una consideració especial.

1.4.1. COMPORTAMENT DE L'ESTUDIANT EN LA RECERCA D'INFORMACIÓ

Els estudiants que han d'afrontar decisions de compra cerquen la informació de dues maneres: recerca interna i recerca externa. La primera és la memòria basada en l'experiència prèvia del consumidor amb el producte o les activitats anteriors de recerca d'informació (SHETH *et alii.*, 1999). La recerca externa d'informació té a veure amb com el consumidor adquireix la nova informació per prendre una decisió de compra concreta (BEALES, MAZIS, SALOP & STAELIN, 1981). En aquest cas, l'estudi es concentra amb les activitats externes de la recerca d'informació dels futurs estudiants.

Aquesta etapa pot durar diversos anys, on l'estudiant pot contrastar les seves capacitats amb els tipus d'institució on voldria assistir (BOND & WOODALL, 1994), amb independència de prendre o no la decisió final d'anar a la universitat.

1.4.2. RECERCA ACTIVA *VERSUS* RECERCA PASSIVA

La recerca d'informació externa representa una decisió motivada i conscient del consumidor per buscar nova informació de l'entorn (FURSE, PUNJ, & STEWART, 1984; MURRAY, 1991). Per tant, la

⁵⁷ Vegeu 7.2. CONCLUSIONS EN RELACIÓ ALS FACTORS DE DECISIÓ PER ESCOLLIR CENTRE.

recerca externa és un procés actiu dissenyat per recolzar al consumidor en la tasca de decisió de compra (DICKINSON, 1982). No obstant, la informació també es pot adquirir de forma passiva durant un ampli període de temps (KRUGMAN, 1965; KRUGMAN, 1977). Per exemple, HOUSTON & ROTHSCHILD (1978: 185) proposen que la recerca i l'adquisició de la informació siguin "processos actius i passius pels quals la informació sobre el producte relacionat és buscada i/o adquirida". Aquesta definició reconeix que no tota la recerca d'informació és activa en la seva naturalesa. Els consumidors poden recollir informació que no té cap utilitat immediata en un procés de presa de decisions (DICKINSON, 1982). DICKINSON també argumenta que els consumidors tenen una tendència a recollir informació de forma continuada. A més, els consumidors que recullen informació per prendre decisions específiques immediatament abans de la compra, mostren en general menors nivells de planificació. Aquest procés de recerca d'informació podria ser indicatiu d'un consumidor desorganitzat.

Per tant, pels objectius d'aquest estudi, els futurs estudiants es poden definir com buscadors actius o passius d'informació relacionada amb la decisió d'assistir a la universitat. Els estudiants que han recollit informació de manera continuada de manera activa o passivament poden no recollir informació addicional. Aquells que decideixen que la informació addicional és necessària per prendre una decisió, poden realitzar una recerca intensa en diversos períodes de temps. En un procés de recerca intens i a curt termini és menys probable que l'estudiant pugui sofisticar les estratègies de recerca. Per tant, aquells que prenen la decisió d'assistir a la universitat més aviat, la seva opció serà més precisa. No obstant, els

estudiants que han pres la decisió abans poden no buscar informació addicional fora de la que han considerat prèviament.

1.4.3. LES PREFERÈNCIES DELS ESTUDIANTS

No totes les universitats poden ser igualment acceptables pels futurs estudiants. Aquells que determinen cursar estudis superiors inicien un procés de recerca d'informació. Per això, l'estudiant ha de construir un conjunt de preferències d'institucions. SHETH *et alii.* (1999) afirmen que la construcció d'aquestes preferències consta de tres etapes:

1. Un conjunt d'universitats que l'estudiant coneix. No obstant, pot no tenir-les totes en consideració quan construeix les seves preferències.
2. Aquelles universitats que l'estudiant recorda en el moment de la presa de decisions. També pot incloure institucions on l'estudiant no assistiria mai. (BELONAX & JAVALGI, 1989).
3. La consideració de les institucions on l'estudiant en realitat pensaria assistir i de les quals buscaria informació.

En conseqüència les preferències dels estudiants es formen amb el temps i poden no incloure totes les alternatives possibles; algunes pel desconeixement de tota l'oferta universitària i altres, tot i haver recollit informació, perquè pot no acabar de considerar-les al final del procés actiu de recerca.

1.4.4. ANTECEDENTS A L'ACTIVITAT DE RECERCA D'INFORMACIÓ

Per què els consumidors estiguin motivats per buscar la informació que els ajudi en la presa de decisions, primer han de

pensar que la informació els serà útil (DUNCAN, 1982). A més, també han de considerar que estigui disponible i sigui acurada (MOORTHY, RATCHFORD, & TALUKDAR, 1997). A més, el consumidor també ha de creure que serà capaç d'avaluar la informació (MAUTE & FORRESTER, 1991). ARNDT (1967) suggereix que en alguns casos el consumidor no busca informació o valora la que ja disposa, per què no està segur de la seva capacitat en la presa de decisions. ARNDT (p. 209) ho compara amb un *estat de pànic* en el qual el consumidor fuig del problema triant el primer producte, evitant així la presa de decisions. Això està recolzat per SHUGAN (1980) el qual va trobar que a major nivell de confiança en la capacitat de presa de decisions, serà més probable que el consumidor realitzi una recerca externa d'informació. Aquesta evasió del procés de recerca d'informació és particularment evident en serveis d'alta qualitat percebuda on la decisió és considerada molt important (MAUTE & FORRESTER, 1991).

MAUTE & FORRESTER (1991) argumenten que els consumidors confiaran en la recerca per avaluar el producte, a menys que tinguin molta seguretat en les seves capacitats de presa de decisions. A més, afirmen que els consumidors que no estan segurs de la seva capacitat de presa de decisions no buscaran informació relativa a serveis d'alta qualitat. En aquest sentit, afirmen que "tan sols els consumidors més ben informats i decidits disposen de la capacitat suficient d'analitzar la informació sobre la qualitat percebuda" (p. 647). Per a ells, aquesta forma de recerca d'informació és racional (encara que consideren que podria no ser-ho). També suggereixen que la tendència d'un consumidor a buscar informació està relacionada amb el fet de valorar les despeses i beneficis potencials del seu comportament en la recerca.

No obstant, DABHOLKAR (1994) argumenta que consideracions de tipus afectiu com el risc percebut associat a la compra no són racionals en sentit econòmic. Per a ell, els components afectius són sovint difícils d'incorporar en models basats en el consumidor com un individu que pren decisions racionals.

1.4.5. LA COMPLEXITAT EN LA RECERCA D'INFORMACIÓ

Un antecedent important en l'activitat de recerca d'informació és la motivació dels consumidors per buscar-la. Els consumidors són els qui han de resoldre els problemes i només poden buscar la informació si tenen un problema de presa de decisions per resoldre. Així, la recerca externa d'informació és la tasca més important en la presa de decisions complexes (PAYNE, 1976; SHUGAN, 1980). L'opció d'una institució educativa es considera que és una tasca de presa de decisions complexa degut a l'alt risc i a la naturalesa del valor percebut del producte.

No obstant, per la recerca d'informació l'estudiant motivat només buscaria informació addicional si no tingués la informació suficient per prendre una decisió satisfactòria (BROOKS, 1957); en canvi, hi ha estudiants que poden no estar motivats per buscar-la perquè creuen tenir-ne la suficient, o creuen ser incapaços d'avaluar la que reben. Aquesta tesi argumenta que aquests estudiants no es comporten racionalment en el sentit econòmic de presa de decisions.

Els futurs estudiants poden emprendre la recerca externa d'informació si creuen que els avantatges de la recerca pesen més que les despeses (SCHMIDT & SPRENG, 1996). És per això que la recerca externa de la informació s'inicia quan l'estudiant creu no disposar de la informació suficient.

En determinades circumstàncies, les decisions de compra es fan tenint en consideració una sola marca (HOUSTON, 1984). L'estudiant que té la capacitat d'accedir a la institució com a primera opció no busca informació per valorar diferents alternatives. DUNCAN (1982) va trobar que si hi ha una alternativa clarament diferenciada i superior, els consumidors no buscaven informació. A més, els consumidors poden no buscar-la si perceben baixos nivells de diferenciació entre les alternatives ofertades (DUNCAN, 1982; MAUTE & FORRESTER, 1991). Pels futurs estudiants, la recerca d'informació externa sobre universitats només es realitzarà si,

- a) creuen que les universitats són essencialment diferents les unes de les altres i,
- b) si no han decidit que hi ha una alternativa clarament superior.

La recerca externa de la informació amplia el nombre de marques a considerar (DICKINSON, 1982). Per tant, els consumidors que volen reduir el tamany de la recerca per limitar l'esforç en el procés de presa de decisions, poden no buscar informació addicional d'entre múltiples alternatives. En aquestes circumstàncies, no hi ha cap activitat de recerca d'informació externa perquè el consumidor no és conscient que el seu nivell d'informació és inadequat. Per tant, és força probable que l'alumne prengui una decisió sense cap recerca prèvia d'informació relativa a la decisió.

Els estudiants que s'informen poden ser o no capaços d'anar a la universitat. Aquesta etapa es pot considerar similar a l'etapa de recerca prèvia proposada per CHAPMAN (1984). L'etapa de recerca prèvia pot durar diversos anys, on l'estudiant pot contrastar les seves capacitats amb els tipus d'institucions que tard o d'hora poden estar capacitats per assistir-hi (BOND & WOODALL, 1994).

1.4.6. FONTS D'INFORMACIÓ

Les fonts d'informació que utilitzen els consumidors en el procés de presa de decisions es poden definir com empíriques, interpersonals, independents i comercials. Aquestes tipologies han estat adaptades de BEAL & ROGERS (1957).⁵⁸ No obstant, s'ha fet alguna modificació pels canvis significatius en les estratègies de comunicació, marketing i les tecnologies que han evolucionat des d'els anys 50.

1.4.6.1. Fonts empíriques d'informació

Es tracta d'aquelles fonts a les quals l'estudiant hi té accés directe i personal (taula 2).

Taula 2 *Fonts empíriques d'informació*

<i>FONTS EMPIRIQUES D'INFORMACIÓ</i>	Tipus de recerca	Tipus d'informació
Visita al <i>Campus</i>	Activa	No personal
Jornada de portes obertes	Activa	No personal
Sessions d'informació a l'escola	Passiva	No personal
Pràctiques experimentals a la universitat	Activa	Interpersonal

Font: *Adaptat de BRUWER (1996); CHAPMAN (1984); DEHNE (1997); EDGETT & CULLEN (1992); HOSSLER & FOLEY (1995); KELLARIS & KELLARIS (1988); RICHARDSON & STACEY (1993) i elaboració pròpia.*

A més de les jornades de portes obertes i d'altres experiències derivades de les accions de marketing de les universitats, un estudiant també pot estar en contacte amb elles

⁵⁸ MARTÍNEZ (2000: 144) distingeix quatre tipologies de fonts d'informació: fonts personals no controlables (familiars, amics, ex-alumnes, estudiants actuals i coneguts), fonts personals controlables (personal, professors...), fonts impersonals no controlables (notícies en els mitjans de comunicació) i fonts impersonals controlables (anuncis, catàlegs, correspondència, pàgines web, etc.).

mitjançant trobades puntuals al llarg de la seva vida acadèmica prèvia. Per exemple, a través de visites guiades a la universitat o programes accelerats d'aprenentatge que involucren l'estudiant en la vida universitària abans que cerquin activament una institució universitària on estudiar.

S'ha descobert que l'experiència personal ha contribuït de manera decisiva a les decisions de compra, ja que és percebuda com la forma en que més es pot confiar i la font d'informació menys esbiaixada que disposa el consumidor (MAUTE & FORRESTER, 1991). No obstant, DUNCAN (1982) suggereix que si els consumidors creuen ser incapaços de jutjar els atributs del producte, poden evitar la visita personal i confiar en el *boca-orella* o altres fonts d'informació. Així, mentre l'experiència personal del producte o servei és important en el procés de presa de decisions (TELLIS, GAETH & CLARK, 1985), els consumidors inexperts o desconfiats poden confiar en altres fonts d'informació. Els estudiants poden trobar que ells mateixos poden avaluar fàcilment la qualitat d'una institució a través de la informació que prové de la pròpia experiència, tot i que també poden utilitzar el *boca-orella* per tenir accés a la informació sobre la qualitat de la institució. Aquest factor, en la seva vessant psicològica, proporciona a les persones que reben informació positiva de la universitat la "seguretat" de que a ells també els satisfarà i, per tant, sortiran exitosos de l'experiència universitària, així com la sensació d'enfrontar-se a alguna cosa "no-desconeguda", de la qual es tenen referències directes i fiables. D'aquesta manera, els amics o coneguts de l'estudiant no poden enganyar ni persuadir de la mateixa manera que ho faria la pròpia universitat.

Degut a la seva naturalesa empírica, la inspecció directa del producte és difícil quan el que s'ofereix és un servei (MURRAY, 1991).

Els edificis de la universitat i les instal·lacions poden ser inspeccionats, però la universitat, com producte, no pot ser testada abans de la compra excepte en circumstàncies especials. La intangibilitat, tant del producte educatiu com dels possibles resultats acadèmics fa molt difícil la inspecció de la institució. Cal tenir en compte que el major grau d'interacció amb la universitat es pot aconseguir en jornades de portes obertes o en algun esdeveniment similar (per exemple, sessions d'informació a l'escola, pràctiques experimentals a la universitat),⁵⁹ tot i que la naturalesa de les jornades és persuasiva i en elles predomina un cert esperit comercial. És per això que la major part de la informació que prové d'aquestes experiències convé no tenir-la massa en compte, en tant que l'acció oberta i el missatge publicitari poden ser rebutjats pel consumidor.

A més, la inspecció de béns de consum sovint s'utilitza com a mesura preventiva (BEALES *et alii.*, 1981) i, per tant, porta a excloure aquests productes d'altres activitats de recerca d'informació addicional. En l'elecció educativa, cal determinar si les visites al campus s'utilitzen com un element de selecció o si són el final d'un procés de recerca d'informació. L'impacte d'una visita al campus per l'elecció d'universitat és molt important (FORNER, 2003; YOST & TUCKER, 1995). No obstant, no se sap si aquesta visita forma part del procés actiu de recerca d'informació i els futurs estudiants es convencen pel què veuen, o si és un mecanisme per tal que l'estudiant es familiaritzi amb la institució a la qual ja ha decidit

⁵⁹ En aquest sentit, les *activitats pràctiques* que tenen lloc a la Universitat de Barcelona (UB), constitueix una modalitat experimental, que implica la impartició de diferents tallers, corresponents a diverses àrees de coneixement (física, química, etc.) repetits al llarg de varis dies. Aquestes sessions tenen vocació comercial, i possibiliten als estudiants de centres de secundària la visita a la institució i als tallers que vulguin, en base a un horari prèviament establert per la pròpia universitat.

d'assistir. És probable que la visita a les jornades de portes obertes tingui una correlació positiva amb l'elecció de la institució (YOST & TUCKER, 1995). No obstant, també és possible que els estudiants no hagin pogut assistir a una jornada de portes obertes a la seva institució preferida com a part de les seves activitats de recerca d'informació.

Els estudiants que no poden tenir accés a la informació empírica per compte propi, poden cercar la informació a través d'altres estudiants amb experiències similars. Segons ZEITHAML (1981), els consumidors poden obtenir la informació empírica a través d'altres estudiants que tinguin experiència prèvia. Per tant, podem trobar estudiants que cerquin la informació de la universitat mitjançant altres que l'hagin demanat prèviament.

Per cloure, sembla probable que l'experiència personal pot contribuir notablement en la decisió d'un futur estudiant a l'hora de matricular-se en una institució concreta, tot i que alguns estudiants poden no deixar-se convèncer per la informació que prové de fonts empíriques, com la jornada de portes obertes. Per tant, és probable que la principal font d'informació dels estudiants en l'elecció d'universitat provingui de les fonts interpersonals d'informació.

1.4.6.2. Fonts interpersonals d'informació

Es tracta de fonts informatives on hi ha interacció entre dues o més persones (BEAL & ROGERS, 1957). Un exemple d'aquestes fonts es produeix quan un estudiant visita una institució durant una jornada de portes obertes (recerca empírica) i actua recíprocament amb el personal de reclutament de la universitat. Mentre es reconeix que aquest tipus de personal es pot considerar com una informació

comercial, el seu rol primari és el de proveir informació l'alumnat interessat. És per això que el rol del personal de reclutament de la universitat no és el d'una persona comercial (DEHNE, 1993).

Aquestes fonts es justifiquen parcialment per l'evidència que mostra que la informació massiva -diaris, televisió, ràdio, i Internet- no és tan influent en la presa de decisions com els responsables institucionals de marketing potser voldrien, i per la forta influència que les xarxes interpersonals tenen sobre el complex procés de presa de decisions.

BRENNAN (2001) suggereix que els estudiants no utilitzen gaire el material promocional quan es tracta de prendre decisions, mentre que CONNOR & DEWSON (2001) assenyalen que encara que existeix molta informació distribuïda per les institucions, els seus enquestats la van considerar massa general i excessivament complexa. De manera més específica, l'INSTITUTE FOR EMPLOYMENT STUDIES (1999) va observar al Regne Unit que només el 22% de la seva gran mostra va utilitzar Internet,⁶⁰ el 32% va utilitzar diaris/revistes i el 35% va utilitzar la publicitat en televisió com principal font d'informació. MARTINEZ & MUNDAY (1998) i YORKE (1999), en els seus estudis sobre retenció d'alumnes, van indicar que la informació massiva, prèvia a la entrada a la universitat, i rebuda per les persones que la van abandonar de manera precoç va ser considerada enganyosa.

CHRISTIE *et alii.* (2004) es van recolzar en les crítiques anteriors suggerint que la informació més eficaç reconeix que les decisions es prenen a través de les complexes xarxes socials que

⁶⁰ Cal considerar que la investigació es va fer l'any 1999, quan Internet encara no tenia el nivell de penetració que té actualment arreu. Per tant, les dades avui dia no es correspondrien de ben segur amb les de l'any que es va realitzar la investigació.

operen mitjançant l'ús de la comunicació interpersonal. Van observar que la gent jove, que no té un accés fàcil a aquestes xarxes d'informació, pot desanimar-se perquè no accedeix a una informació rellevant. Aquesta síntesi suggereix que les institucions que es relacionen amb les xarxes d'informació interpersonal tenen més èxit que aquelles que no ho fan. En qualsevol cas, les jornades de portes obertes o les pràctiques experimentals que organitzen les universitats, encara que problemàtics, d'acord amb l'opinió de JAMES (2001), facilita als alumnes una oportunitat d'apropament i coneixement d'aquestes institucions.

El procés interpersonal més actiu de recerca pot començar quan el producte és molt visible (MOWEN, 1990), quan és molt complex (PAYNE, 1976) i quan no pot ser avaluat fàcilment (HAYWOOD, 1989; MURRAY, 1991). La recerca interpersonal s'inicia en l'etapa d'avaluació d'alternatives del procés de presa de decisions (ARNDT, 1967). Els estudiants que cerquen activament informació interpersonal avaluen diferents alternatives. A més, poden intentar reduir el risc percebut de compra cercant recolzament social en la formació de les seves alternatives de decisió (ARNDT, 1967).

Per tant, la naturalesa de la decisió hauria de conduir l'estudiant a confiar decisivament en la recerca interpersonal, tot i que no sempre fa un ús d'aquesta font d'informació.⁶¹ No obstant, la sensibilitat a la influència interpersonal pot influir en el tipus d'informació cercada i les fonts utilitzades en el procés de presa de decisions (BEARDEN, NETEMEYER *et alii.*, 1989).

⁶¹ Una enquesta de RIBA & CUXART (2003) rebel·lava que quasi la meitat (43%) de l'alumnat de la UPF afirmava que ningú no els va aconsellar sobre l'accés a aquesta universitat.

Les fonts d'informació que utilitzen els estudiants en el procés de recerca interpersonal poden ser *informals* o *formals*.

1.4.6.2.a. Fonts informals d'informació.

Els pares⁶² i els amics⁶³ representen els lligams de relació més forts i, per tant, més influents en la presa de decisions (taula 3). A més, són percebuts com una font amb un alt grau de credibilitat, on el seu consell es força creïble. Alguns estudis afirmen que l'estímul i suport dels pares és el factor principal en el procés d'elecció d'universitat en les fases de predisposició i de recerca, però menys important en la fase d'elecció (CABRERA & LA NASA, 2000; HARKER *et alii.*, 2001). La seva influència impacta més en els alumnes que acaben l'ensenyament preuniversitari que en estudiants d'edat més madura (MAXWELL *et alii.*, 2000; HARKER *et alii.*, 2001). PAYNE (2003) va informar que el paper dels pares era probablement el factor més important en l'elecció d'estudis universitaris. Per KERN (2000), la família dóna un suport significatiu al procés de presa de decisions. Un estudi de BROOKS (2004) va assenyalar que el 90% dels enquestats afirmava que havien consultat els seus pares a propòsit de la seva elecció. L'INSTITUTE FOR EMPLOYMENT STUDIES (1999) va afirmar que el 73% dels alumnes

⁶² En un sentit més ampli, es parla també de *família*. Dins l'àmbit del comportament del consumidor, pares i família s'utilitzen en general com a sinònims. Per ESHLEMAN (2000), la família constitueix el grup de referència bàsic de tot individu en tant que proveeix els seus membres d'una estructura de creences, valors, actituds i normes de conducta que dirigeixen les activitats dels seus membres. SCHIFFMAN & KANUK (1997) identifiquen quatre funcions bàsiques de la família respecte el comportament de consum: benestar econòmic, recolzament emocional, estil de vida convenient i socialització.

⁶³ En l'estudi empíric es diferencien diferents nivell d'amistat i freqüència de contacte que alhora poden condicionar el tipus i qualitat de la informació obtinguda per l'estudiant: la que prové d'amics de la família, els amics de l'escola i altres amics.

deien que els pares els animaven a anar a la universitat; CHOY *et alii.* (2000: 60) van assenyalar que “pels alumnes de risc moderat a alt, la participació dels pares estava vinculada a una major probabilitat d’assistir a la universitat”. No obstant, la influència dels pares va ser valorada com un factor de baixa importància en l’estudi de LILLY *et alii.* (2000) realitzat sobre alumnes dels darrers cursos d’educació secundària. De la mateixa manera, els alumnes més avantatjats van puntuar el consell dels pares amb un valor de només 1,68 sobre 3 (KELLER & MCKEOWN, 1984) i amb una puntuació de 2,2 sobre 5 en un altre estudi de JAMES (2000). Així mateix, una enquesta de RIBA & CUXART (2003), realitzada sobre estudiants de nou accés a la UPF, reflectia que només el 12% dels enquestats havien estat aconsellats per la família en la seva decisió d’estudiar en aquesta universitat, mentre que un 15% manifestava haver-ho estat per amics.

Alguns estudis suggereixen que la implicació dels pares i de les mares tenen efectes diferents. LOOKER & LOWE (2001) i BROOKS (2004) van mostrar que era probable que les mares juguessin un paper més actiu en l’educació dels seus fills, tot i que l’estudi de BROOKS també suggereix que els pares juguen un paper clau en el procés de presa de decisions a propòsit de la realització d’estudis universitaris, particularment quan tenen accés als capitals socials i culturals necessaris per recolzar la presa de decisió.

Taula 3 *Fonts interpersonals d’informació: informal*

<i>FONTES INTERPERSONALS D’INFORMACIÓ: INFORMAL</i>	Tipus de recerca	Fonts d’informació
Família	Passiva	Interpersonal
Amics de la família	Passiva	Interpersonal
Altres amics	Passiva	Interpersonal

Font: *Adaptat de BRUWER (1996); CHAPMAN (1984); DEHNE (1997); EDGETT & CULLEN (1992); HOSSLER & FOLEY (1995); KELLARIS & KELLARIS (1988); RICHARDSON & STACEY (1993) i elaboració pròpia.*

La implicació dels pares pot donar lloc a un efecte *push* o *pull*. Per REAY *et alii.* (2001), els estudiants d'escoles privades mostraven coherència entre els hàbits familiars i els institucionals. Per tant, els pares i l'escola els empenyien en la mateixa direcció, cap el seguiment d'estudis universitaris. Però, molts estudiants d'institucions públiques estatals experimentaven desacord i els pares els allunyaven de la possibilitat de continuar una formació universitària. YORKE (1999) va identificar l'aspecte negatiu de la implicació paterna, observant que molts estudiants van anar a la universitat com a resultat de la pressió paterna i van realitzar amb freqüència eleccions equivocades respecte als estudis que van seguir. En qualsevol cas, els pares exerceixen, en general, una influència poderosa sobre les decisions. És per això que les escoles i les universitats necessiten implicar més als pares, especialment en les fases de predisposició i recerca.

1.4.6.2.b. Fonts formals d'informació

Després dels pares, segueixen les fonts estretament associades amb l'estudiant, com pot ser l'escola i els seus propis companys (taula 4).

L'evidència respecte a si l'orientació que rep l'estudiant a l'escola té efecte sobre les decisions és mixta. No obstant, existeixen dades que suggereixen que l'escola pot influir en la predisposició i en la presa de decisions. Els factors clau a l'escola són els professors, tutors i orientadors.

Taula 4 *Fonts interpersonals d'informació: formal*

<i>FONTES INTERPERSONALS D'INFORMACIÓ: FORMAL</i>	Tipus de recerca	Tipus d'informació
Professors de l'escola	Passiva	Interpersonal
Tutors de l'escola	Passiva	Interpersonal
Orientadors de l'escola	Passiva	Interpersonal
Amics de l'escola	Passiva	Interpersonal
Personal de reclutament de la universitat	Activa	Interpersonal
Estudiants de la universitat	Passiva	Interpersonal
Estudiants d'altres universitats	Passiva	Interpersonal
Professors universitaris	Passiva	Interpersonal
Líders d'opinió	Passiva	Interpersonal
Experts	Passiva	Interpersonal

Font: *Adaptat de BRUWER (1996); CHAPMAN (1984); DEHNE (1997); EDGETT & CULLEN (1992); HOSSLER & FOLEY (1995); KELLARIS & KELLARIS (1988); RICHARDSON & STACEY (1993) i elaboració pròpia.*

En termes generals, es pot afirmar que el tipus d'orientació que es realitza a l'escola, es fa sobre la base del rendiment acadèmic, essent també “el rendiment el que determina fonamentalment l'elecció d'un determinat tipus d'estudi” (GUERRA *et al.* 2005: 76). Encara que altres autors (ACEREDA & SASTRE, 1998; CASTELLÓ, 1995) consideren que el rendiment acadèmic no respon, en la major part dels casos, a la veritable capacitat intel·lectual i ni tan sols prediu el futur èxit acadèmic. És per això que la doctora AMPARO ACEREDA, psicòloga especialitzada en la superdotació intel·lectual, considera que:

“Sovint, es deriva els estudiants a determinades universitats, en funció de les expectatives que es tenen de rigurositat, excel·lència, qualitat, exigència, etc., així com a determinats estudis, sense tenir en compte la seva veritable capacitat, que és la que determinarà realment on arriba actualment el subjecte i perquè; i encara més, on és capaç d'arribar. D'aquí l'existència de tant fracàs escolar i tant abandonament d'estudis universitaris” (comunicació personal, Universitat Abat Oliba CEU, 15 de juny de 2007).

Hi ha estudis que revelen diversos efectes generats pel professorat. Poden ser molt influents (REAY *et alii.*, 2001) i actuar

com *influenciadors positius* pels alumnes d'un estatus socioeconòmic baix, proporcionant informació i consell que pot ser molt important per a ells (CONNOR & DEWSON, 2001). Però els professors tenen una posició intermitja en el rànking com assessors amb influència en l'estudi de KELLER & MCKEOWN (1984), i no apareixen com factor determinant en els estudis de WAGENAAR (1987). En l'estudi de RIBA & CUXART (2003), tan sols el 21% d'estudiants de nou accés va ser aconsellat pel professorat del seu centre de procedència; en canvi, la informació provinent del centre de secundària apareix com el principal punt d'obtenció d'informació que disposava l'alumnat abans d'accedir a la UPF. Els tutors tenen una millor percepció, essent valorats molt alts en alguns estudis com persones que recolzen i assessoren (INSTITUTE FOR EMPLOYMENT STUDIES, 1999). Però, com en el cas dels professors, tenen un nivell molt baix d'influència en l'estudi de KELLER & MCKEOWN (1984).

El que es dedueix de tot això és que l'escola, els professors i els tutors tenen un rol important. CONNELL (2004: 238) esmenta que les famílies de classe treballadora són molt dependents dels professors de l'escola per guiar, assessorar, donar suport, animar i facilitar informació als seus fills. ST JOHN, (1991) suggereix que les escoles proporcionin programes especials per millorar els resultats acadèmics i permetre als estudiants que planifiquin de manera sistemàtica el seu camí cap a la universitat. PERNA (2000) proposa la intervenció acadèmica i una major implicació dels pares. LOOKER & LOWE (2001) també defensen que el contacte professor/alumne ajuda a planificar l'accés a la universitat. CONNOR & DEWSON (2001) consideren que els professors i tutors són potencialment mentors defensors de l'educació universitària.

Altres fonts d'informació formals poden estar vinculades a les universitats, com professors, personal de reclutament o els propis estudiants. A la *University of Massachusetts Dartmouth* es va utilitzar la tècnica de l'Anàlisi Cluster per diferenciar cinc grups entre els estudiants que van sol·licitar plaça a la universitat. Dos d'ells ("locals" i "atrinxerats en el vessant acadèmic") eren els que col·locaven en major mesura a la UMD en primera opció, i amb els que podria ser adient utilitzar fonts d'informació proporcionades pels estudiants actuals (ANTES, 1997: 140-148).

O'CONNELL & BINGHAM (1995: 184-191) troben una interessant associació entre l'establiment de relacions personals amb els alumnes potencials i la proporció d'alumnes admesos que ingressen a la universitat. Això implica, segons ells, que s'hauria d'utilitzar el *marketing de relacions*⁶⁴ en el desenvolupament d'estratègies per institucions d'educació superior. SCHORING (1997) considera que el sector educatiu és d'alguna manera pioner en l'aplicació d'aquesta modalitat de marketing, sobretot pel que fa referència a les relacions amb els ex-alumnes.

Les fonts formals poden ser més creïbles que les informals si el producte és percebut com a molt tècnic (MOORTHY *et alii.*, 1997). Per això, els estudiants que consideren que un producte educatiu és complex poden buscar fonts d'informació més formals, com les que provenen de líders d'opinió i experts.

⁶⁴ Aquesta és una eina vàlida per millorar el coneixement del mercat, generar una sensació de confiança en els estudiants i aportar beneficis a la universitat mitjançant l'increment de les matrícules, l'augment dels fons, el reconeixement positiu i la fortalesa dels programes (STITTS, 1995). No obstant, requereix la participació de totes les persones de l'organització i la credibilitat i lideratge dels administradors (LAUER, 1996).

1.4.6.3. Fonts independents d'informació

Es tracta de fonts no interpersonals i de naturalesa no comercial a les quals l'estudiant té accés. Aquestes fonts són, per exemple, guies i prospectes d'informació d'estudis, materials informatius proporcionats per altres, mitjans de comunicació i la informació independent que prové d'Internet (taula 5).⁶⁵ Mentre hi ha un gran nombre de material publicitari disponible a la WWW, hi ha també una gran quantitat d'informació sense finalitat comercial. Per tant, s'assumeix que en la recerca d'informació a través d'Internet els futurs estudiants poden buscar dades no comercials.

Taula 5 *Fonts independents d'informació*

<i>FONTS INDEPENDENTS D'INFORMACIÓ</i>	Tipus de recerca	Tipus d'informació
Guies d'estudis	Activa	No personal
Internet	Activa	No personal
Mitjans de comunicació	Passiva	No personal
Prospectes institucionals	Activa	No personal
Material proporcionat per PIJ⁶⁶	Activa	No personal

Font: *Adaptat de BRUWER (1996); CHAPMAN (1984); DEHNE (1997); EDGETT & CULLEN (1992); HOSSLER & FOLEY (1995); KELLARIS & KELLARIS (1988); RICHARDSON & STACEY (1993) i elaboració pròpia.*

La recerca d'aquest tipus d'informació costa diners, temps i esforç per la recerca (BEALES *et alii.*, 1981). No obstant, si el risc de compra augmenta, el cost potencial associat a la manca d'informació també ho fa. Així, la recerca d'informació de fonts independents pot augmentar amb productes de risc elevat (DOWLING & STAELIN, 1994).

⁶⁵ Internet es pot concebre també com una font d'informació comercial, i "pot consistir en un mitjà publicitari a través de les pàgines web i com instrument de Marketing directe a través del correu electrònic" (HECKMAN, 1998: 9).

⁶⁶ Es tracta de Punts d'Informació Juvenil dependents d'institucions públiques a Catalunya (ajuntaments, entre d'altres) que ofereixen informació, assessorament i documentació sobre diversos àmbits, entre ells els de formació.

En aquests casos, el consumidor redueix al mínim el risc associat a la compra cercant informació independent i experta.

No obstant, en algunes circumstàncies, el consumidor pot ser incapaç d'avaluar la informació, sobretot si aquesta és de naturalesa tècnica. Per tant, els estudiants poden cercar fonts independents d'informació si estan força implicats en la decisió i creuen no poder confiar en altres fonts.

A més, les fonts independents poden ser massa generals per ser totalment útils (BEALES *et alii.*, 1981). Els estudiants amb necessitats molt específiques poden no disposar de la suficient informació proporcionada per un manual que ho descriu tot en termes generals. Per exemple, un sistema de classificació com el proporcionat per una guia d'universitats pot tenir en compte un criteri de classificació que pot no coincidir amb el criteri d'elecció d'un alumne en concret. Per tant, les guies informatives poden no satisfer les necessitats d'informació d'un estudiant. El nivell d'utilitat d'aquestes fonts d'informació necessita ser examinat dins el seu context.

1.4.6.4. Fonts comercials d'informació

Les fonts comercials són fonts d'informació no personals fàcilment disponibles pels estudiants i fàcilment reconegudes com a fonts publicitàries i comercials (taula 6). Són les fonts menys influents⁶⁷ en el procés de presa de decisions (KATZ & LAZERSFELD, 1955). Per això, els consumidors de serveis tendeixen a confiar més

⁶⁷ Del conjunt de respostes sobre la informació i la decisió d'accés a la UPF, només el 0,5 d'estudiants van manifestar ser aconsellats per la publicitat, la informació d'Internet i altres (RIBA & CUXART, 2003: 6).

en les fonts interpersonals, probablement induïts per la manca de credibilitat percebuda de les fonts d'informació comercial (MASCARENHAS & HIGBY, 1993).

Taula 6 *Fonts comercials d'informació: mitjans de comunicació*

<i>FONTES COMERCIALS D'INFORMACIÓ: MITJANS DE COMUNICACIÓ</i>	Tipus de mitjà	Tipus de recerca	Tipus d'informació
Prensa	Indirecte	Passiva	No personal
Ràdio	Indirecte	Passiva	No personal
Televisió	Indirecte	Passiva	No personal
Publicitat en cinemes	Indirecte	Passiva	No personal
Revistes i suplementes	Indirecte	Passiva	No personal
Publicitat exterior ⁶⁸	Indirecte	Passiva	No personal
Prospectes d'informació	Directe	Activa	No personal
Displays	Directe	Passiva	No personal
Internet	Directe	Activa	No personal
Marketing directe	Directe	Passiva	Personal

Font: *Adaptat de BRUWER (1996); CHAPMAN (1984); DEHNE (1997); EDGETT & CULLEN (1992); HOSSLER & FOLEY (1995); KELLARIS & KELLARIS (1988); RICHARDSON & STACEY (1993) i elaboració pròpia.*

BEALES *et alii.* (1981) suggereixen que les fonts comercials d'informació:

- Són les que costen menys d'obtenir
- Estan disponibles amb major facilitat
- Combinen la persuasió amb fets
- Són percebudes com influents i no fiables
- Són difícils de comparar entre productes i serveis

Malgrat aquests defectes, l'accessibilitat de les fonts comercials d'informació les converteix en una font d'informació

⁶⁸ Aquesta modalitat de publicitat comprèn tot un seguit de suports publicitaris com són les tanques publicitàries, les cabines telefòniques, els opis o marquesines, la publicitat en mitjans de transport públic (autobús, taxi, tren, metro), entre d'altres.

primària per als consumidors experts. Aquests consumidors són capaços d'avaluar amb eficàcia el missatge publicitari i poden no fer cas de la informació no pertinent o falsa (MAHESWARAN & STERNTHAL, 1990). Els futurs estudiants que són experts limitaran la seva recerca només a les fonts d'informació que els permeti completar les seves mancances prèvies (PARK & LEISSIG, 1981). Per tant, es suposa que els estudiants experts utilitzaran les fonts comercials d'informació més que aquells que no ho són.

1.5. MODEL DE PRESA DE DECISIONS

Alguns estudis reconeixen un procés racional de presa de decisions que es defineix per algunes característiques estables (LE CLAIRE, 1988; CHOY *et alii.*, 2000), però altres no veuen cap racionalitat o procés estable en la presa de decisions (BLOOMER & HODKINSON, 1997; TYLER, 1998; PERNA, 2000; CONNOR & DEWSON, 2001). DAVIES (2003) suggereix que la noció d'elecció com procés lògic i racional és problemàtica. Per tal que la presa de decisions tingui sentit, sense lligar-la de manera excessivament estreta a un procés racional predeterminat, alguns autors han desenvolupat diferents models explicatius. Això no està vinculat a fases preestablertes o a processos sinó que tracten d'explicar la variabilitat en la presa de decisions d'una manera racional. Per exemple, WAGENAAR (1987) argumenta que la seva investigació dona suport a diferents models explicatius: models d'assolir un status, de capital humà i d'elecció d'universitat. Aquest darrer model tendeix a incorporar els dos anteriors mitjançant la utilització de variables explicatives com els antecedents de la persona, les característiques institucionals i els entorns econòmic i polític.

Diversos autors (STAGE & HOSSLER, 1989; CABRERA & LA NASA, 2000; HARKER *et alii.*, 2001) han suggerit un model de presa de decisions que reconeix l'elecció com a part d'aquest procés. El model té tres estadis:

1. *Predisposició.* Considera els antecedents familiars, la disposició dels pares envers l'educació universitària, el grau d'autoestima i la naturalesa de l'escola on ha assistit l'alumne.
2. *Recerca.* Té lloc quan la persona investiga sobre les opcions disponibles havent acabat els estudis pre-universitaris, i es basa en variables com les aspiracions de carrera professional, els interessos en un determinat camp d'estudi, l'expedient acadèmic, l'accés a la informació i el contacte amb institucions universitàries.
3. *Elecció.* S'elegeixen uns determinats estudis universitaris amb determinats proveïdors. Aquesta elecció es fonamenta en l'aconsecució de l'admissió, en la disposició dels estudis apropiats relacionats amb el camp preferit d'estudi i en els costos i recompenses.

Aquest model adopta quatre temes que apareixen resumits a la taula 7.

El primer tema té relació amb el procés de presa de decisions i consta de tres fases: predisposició, recerca i elecció. El segon tema té a veure amb els factors que informen el procés de presa de decisions. El tercer identifica els requisits d'informació que donen suport a la presa de decisions. Finalment, el quart tema examina l'impacte de la diversitat sobre la presa de decisions.

Taula 7 Model de presa de decisions

<i>DECISIONS</i>	Factors	Informació	Diversitat
Predisposició	<ul style="list-style-type: none"> • Status socio-econòmic • Disposició del pares • Autoconfiança en les pròpies capacitats • Col·legi 	<ul style="list-style-type: none"> • Experiència de la família 	<ul style="list-style-type: none"> • Status socio-econòmic • Predisposició de gènere • Hàbit cultural
Recerca	<ul style="list-style-type: none"> • Aspiracions de carrera professional • Consecució acadèmica • Àrea d'interès • Perfil institucional: <ul style="list-style-type: none"> - localització - estudis oferts - reputació/imatge - costos i ajuts financers 	<ul style="list-style-type: none"> • Xarxes d'informació interpersonal <ul style="list-style-type: none"> - escola - llar - col·legues • Contacte amb proveïdors universitaris <ul style="list-style-type: none"> - cursos de prova (incloent-hi pares) - prospectes 	<ul style="list-style-type: none"> • Diferents aspiracions • Minories <ul style="list-style-type: none"> - orientació a la comunitat - el treball amb freqüència és el més important - col·legues • Diferències de gènere
Elecció	<ul style="list-style-type: none"> • Estudis i títols apropiats • Admissió • Encaix social 	<ul style="list-style-type: none"> • Comunicació amb institucions d'elecció <ul style="list-style-type: none"> - portes obertes - informació sobre necessitats 	<ul style="list-style-type: none"> • Diferències culturals • Diferències de gènere • Diferències d'edat

Font: Adaptat de STAGE & HOSSLER, 1989; CABRERA & LA NASA, 2000; HARKER et alii., 2001.

1.6. ESTUDIS D'INVESTIGACIÓ A CATALUNYA SOBRE ELS FACTORS D'ELECCIÓ D'UNIVERSITAT

Els estudis sobre els factors d'elecció provenen fonamentalment dels EE.UU. i del Regne Unit, tal com s'ha posat de relleu a la primera part d'aquesta tesi. No obstant, com també ha quedat palès en l'estudi, són escasses les investigacions a Catalunya -tanmateix que a la resta de l'estat- sobre aquesta temàtica.

En qualsevol cas, en aquest apartat es pretén presentar un recull de la literatura catalana sobre el desenvolupament de preferències i factors que influencien en l'elecció d'universitat.

L'*Estudi d'opinió sobre la percepció social de l'educació superior a Catalunya* (l'INSTITUT CERDÀ, 2006) posava de relleu que el 62,4% dels 1.904 entrevistats que seguirien estudis d'educació superior preferiria un centre públic a un privat. Pel què fa a les universitats que escollirien són, per ordre de preferència, la UB, la UAB i la UPC. La ubicació de la universitat té una relació directa amb la unitat territorial; així, els principals motius d'elecció d'universitat pels enquestats inclosos dintre del grup d'edat de 16 a 18 anys eren: la proximitat de la universitat a la seva residència (50,0%), el prestigi (35,1%), el cost (25%), la nota de tall (5,2%) i l'existència de mitjans de desplaçament adequats (5,2%).

OBIS & RIALP (1996) van realitzar una interessant classificació dels estudiants de la Universitat Autònoma de Barcelona atenent als criteris utilitzats per a l'elecció d'aquesta universitat.

Tal com s'ha indicat anteriorment, RIBA & CUXART (2003) van fer una *Enquesta de valoració del sistema i de l'organització de l'ensenyament de la Universitat Pompeu Fabra* corresponent al curs 2003-04. En aquest estudi es pretenia conèixer la motivació i els aspectes més valorats pels estudiants en l'accés a la UPF. Quasi la meitat dels enquestats (43%) afirmava que no els va aconsellar ningú per estudiar a la UPF; la resta van ser aconsellats majoritàriament pel professorat del seu centre de procedència (21%), pels seus amics (15%) i per la família (12%). Així mateix, la informació de què disposaven abans d'accedir-hi provenia majoritàriament del centre de secundària (36,5%), d'estudiants o ex-estudiants de la UPF (27,6%) i web de la UPF (25,8%). Pel què fa als elements decisius en l'elecció de la universitat, els estudiants van manifestar, en primer lloc, el prestigi (53,2%), a continuació, la

qualitat dels estudis (36,6%) i, en tercer lloc, la seva ubicació (33,2%).

Una enquesta de la UB (2007) a més de dos-cents alumnes de secundària per conèixer quins eren els factors que consideraven més importants per escollir universitat, indicava que, d'entre els tres factors escollits per cada estudiant enquestat, els més valorats per escollir universitat eren, per aquest ordre, l'oferta i qualitat d'ensenyaments (174 respostes), els serveis que la universitat ofereix als estudiants (138 respostes), la proximitat geogràfica (134 respostes), que sigui pública (110 respostes), el prestigi de la universitat (51 respostes) i, finalment, referències d'amics i/o familiars (39 respostes).

2. METODOLOGIA

Tal com s'ha exposat en el primer capítol, en la investigació s'analitza una mostra representativa del total d'alumnes inscrits en segon curs de batxillerat a Catalunya que el curs acadèmic 2006-2007, és a dir la *demanda potencial*. De la informació sobre el perfil de la mostra es deriva la determinació dels patrons que han de permetre observar les diferències de comportament entre els grups de demanda a l'hora d'elegir institució d'educació superior.

Alguns dels patrons que modulen les decisions dels individus són externs al sistema educatiu (vegeu apartat 1.2.2.), tot i que es poden identificar altres factors que condicionen amb diferent intensitat les decisions dels estudiants, com poden ser les actituds psicològiques, el coeficient intel·lectual, la religió, el nombre de germans, el nivell educatiu dels pares, els costos directes i d'oportunitat de la universitat o el sistema de beques, entre d'altres.

Altres patrons són interns i han de veure amb la influència de l'itinerari previ de batxillerat i de les notes mitges del seu expedient acadèmic, tot i que aquest darrer factor no s'ha pogut contrastar en l'estudi amb altres variables, en tant que les dades corresponen al primer curs de batxillerat. No obstant, aquest paràmetre exerceix una notable influència en la decisió o no de continuar estudis d'educació superior, i en darrer terme, en l'opció d'universitat.

Efectivament, el coneixement que tenen els estudiants sobre les seves possibilitats d'accedir a uns estudis concrets i a una determinada institució d'educació superior, pot permetre intuir el que CAÑABATE (1998: 240) anomena "efecte d'autocensura", a través del qual es pot establir una diferenciació entre patrons d'elecció d'universitat *manifestos* i *ideals*. Els primers són el resultat de les

eleccions que els sol·licitants emeten considerant, d'una banda, les seves preferències ideals (si no existissin dificultats per accedir tant als estudis que es desitgen com a la universitat) i, d'altra, les seves possibilitats reals d'accés.

2.1. OBJECTIUS DE LA INVESTIGACIÓ

La investigació pretén analitzar el perfil, opinions i preferències respecte a la universitat per part de la demanda, així com les motivacions i actituds que manifesta en relació a aquestes preferències. Concretament, els objectius d'aquesta anàlisi són els següents:

- Determinar el perfil de la demanda universitària, fent referència al gènere, edat, llengua materna, lloc on es troba el domicili familiar, existència de centre universitari a la població familiar, tipus de centre universitari a la població familiar, lloc de residència durant el curs, mitjà de transport utilitzat, finançament dels estudis, professió dels pares, realització de tasques remunerades, tipus de tasques remunerades, intenció d'anar a la universitat i nota mitjana de primer curs de batxillerat.
- Analitzar les diferències existents entre les característiques i comportament de l'alumnat esmentat anteriorment en funció de la seva intenció d'anar a la universitat, modalitat de batxillerat, titularitat del centre, gènere, demarcació i existència de centre universitari a la població familiar.
- Analitzar els canals i fonts d'informació utilitzades per informar-se sobre les diferents universitats existents i quines

són les més freqüents, distingint entre fonts interpersonals i altres tipus d'informació de caire promocional.

- Valorar la informació i la orientació que reben en l'ensenyament secundari.
- Conèixer el nivell d'influència que exerceixen els diferents factors en l'elecció d'universitat.
- Identificar les variables que més influeixen en les preferències de la universitat escollida.
- Analitzar les preferències d'universitat que realitza l'alumnat de batxillerat en funció de les seves característiques personals i acadèmiques.
- Conèixer les opinions que l'alumnat expressa en relació a les universitats presencials existents a Catalunya.

2.2. VARIABLES DE L'ESTUDI

Segons els objectius assenyalats, en l'estudi de la demanda s'han utilitzat sis tipus de variables: variables personals, variables contextuais, variables de rendiment acadèmic, variables de comportament, variables sobre motivacions i variables mixtes d'opinió:

1. *Variables personals*: Es refereixen a determinats atributs a través dels quals es pretén conèixer el perfil dels estudiants enquestats, com és el gènere i l'edat. Estan mesurades en escales categòriques i numèriques.
2. *Variables contextuais*: delimiten l'àmbit educatiu, hàbitat i perfil socioeconòmic de l'estudiant. Estan mesurades en escales categòriques o numèriques:

2.1. Educatives:

Tipus de centre

Ubicació del centre

Existència de centre universitari a la població de residència

2.2. Hàbitat:

Residència de l'estudiant

Residència dels pares o tutors

2.3. Socioeconòmiques:

Professió del pare o tutor

Professió de la mare o tutora

Becari

3. *Variables de rendiment acadèmic*: es refereixen al rendiment en el batxillerat. Estan mesurades en escales numèriques.
4. *Variables de comportament*: aquestes variables s'utilitzen per reflectir comportaments passats i presents dels estudiants mitjançant escales nominals u ordinàries:
 - 4.1. Preferències d'universitat: opció i tipus
 - 4.2. Fonts utilitzades per informar-se (multiresposta)
 - 4.4. Lloc de residència durant el curs
 - 4.5. Mitjà que utilitza per accedir al centre (multiresposta)
 - 4.6. Fonts de finançament dels estudis (multiresposta)
5. *Variables sobre motivacions*: Mesuren la influència que tenen els diferents atributs de la universitat en l'elecció. Per això, s'han utilitzat factors relatius als quatre instruments de marketing de l'oferta (servei ofert, preu, promoció i distribució), així com els que fan referència a les influències personals de la família, de l'escola o d'altres persones que

estudien o han estudiat en la universitat, en funció del valor que els atorga l'alumnat en una escala de Likert de cinc punts:

- 5.1. Reputació de la universitat
- 5.2. Qualitat de l'ensenyament
- 5.3. Ambient d'estudi
- 5.4. Varietat de titulacions oficials ofertades
- 5.5. Varietat d'estudis especialitzats ofertats (masters ...)
- 5.6. Orientació humanista/integral de la formació
- 5.7. Orientació religiosa de la formació
- 5.8. Facilitat d'accés a la universitat (proves, nota necessària)
- 5.9. Projecció internacional de la universitat
- 5.10. Capacitats pedagògiques del professorat
- 5.11. Experiència professional del professorat
- 5.12. Accessibilitat del professorat pels alumnes
- 5.13. Reputació investigadora del professorat
- 5.14. Nivell acadèmic dels estudiants
- 5.15. Proporció d'aprovat per curs
- 5.16. Grau de vinculació dels ex-alumnes amb la universitat
- 5.17. Orientació pràctica dels estudis
- 5.18. Nombre d'alumnes per classe
- 5.19. Llengua d'impartició de les classes
- 5.20. Eficàcia de la borsa de treball
- 5.21. Proporció de graduats inserits el primer any
- 5.22. Qualitat en els serveis d'assessorament i atenció a l'alumnat
- 5.23. Atractiu de les activitats ofertades
- 5.24. Atractiu de l'oferta esportiva
- 5.25. Nivell d'innovació tecnològica a la universitat
- 5.26. Funcionament de la biblioteca

- 5.27. Funcionament de la resta de serveis (cafeteria, informàtica, copisteria ...)
 - 5.28. Cost anual dels estudis
 - 5.29. Facilitats de finançament (beques, crèdits ...)
 - 5.30. Promoció i informació directa als alumnes potencials (visites a escoles, mailings...)
 - 5.31. Difusió de la universitat en els mitjans de comunicació
 - 5.32. Amabilitat en el tracte del personal de la universitat
 - 5.33. Atractiu de les instal·lacions
 - 5.34. Facilitat d'accés en transport públic
 - 5.35. Proximitat de la universitat al domicili habitual
 - 5.36. Proximitat de la universitat a un domicili no habitual (un altre domicili propi, domicili de familiars, etc.)
 - 5.37. Possibilitat de viure fora del domicili habitual
 - 5.38. La universitat més propera no imparteix la titulació desitjada
 - 5.39. Decisió familiar
 - 5.40. Recomanació familiar
 - 5.41. Recomanació d'estudiants universitaris
 - 5.42. Recomanació d'antics alumnes de la universitat
 - 5.43. Recomanació del professor/tutor/orientador
 - 5.44. Recomanació d'amics
 - 5.45. Dificultat per accedir a una universitat pública
 - 5.46. Dificultat per accedir a una altre universitat privada
 - 5.47. Altres (especificar)
6. *Variables sobre opinions*: L'últim grup de variables pretén mesurar, també mitjançant una escala de Likert de cinc punts, la imatge de les universitats presencials a Catalunya, a través de la opinió dels estudiants d'aquestes universitats

En l'annex s'inclou una relació detallada de totes aquestes variables, així com el manual de codis emprat a efectes informàtics per construir la base de dades amb les respostes no precodificades en el qüestionari (cas de preguntes de resposta espontània, o bé, en cas de sorgir altres codis dels inicialment previstos).

2.3. LA RECOLLIDA D'INFORMACIÓ

La recollida d'informació s'ha establert mitjançant la utilització d'un qüestionari⁶⁹ subministrat als estudiants. Consta de quatre pàgines i s'estructura en quatre grups de preguntes. Les primeres (1 a 14, a més de la 17), recullen tota la informació referent a les característiques contextuais de tipus personal i social; el segon grup (preguntes 15 i 16 amb 4 i 3 apartats respectivament, cada una d'elles) es refereix a les fonts d'informació emprades; el tercer grup de preguntes (preguntes 18 i 20, amb onze apartats cada una d'elles) recull opinions sobre preferències d'universitat) i el quart i darrer bloc (pregunta 19 amb 47 apartats) es refereix als motius d'elecció d'universitat.

A l'inici del qüestionari s'inclou una introducció que explica la finalitat de l'estudi, esmentat explícitament a que forma part d'una investigació de tesi doctoral. També es garanteix l'anonimat de l'enquestat, i es sol·licita la seva participació. Al final del qüestionari s'inclou un cupó de resposta on, de manera voluntària, es sol·liciten les dades personals dels enquestats per valorar la possibilitat de realitzar un altre estudi de caire longitudinal que tingui com a objectiu contrastar les opinions manifestades en el batxillerat i els factors que, finalment, hauran influït en l'elecció d'universitat.

⁶⁹ Vegeu apartat 13. MODEL D'ENQUESTA

L'ordre de les preguntes en l'enquesta pretén seguir un esquema lògic. En primer lloc, es tracta de determinar el perfil de l'alumnat, els seus atributs, característiques i comportaments relacionats amb l'escola: quina és la titularitat del centre de batxillerat on estudia, el gènere, l'any de naixement, el centre on cursa el 2n curs de batxillerat, la població del centre, la modalitat de batxillerat en que està matriculat, quina nota mitjana va obtenir el 1r curs de batxillerat, quina és la llengua materna, la població de residència familiar i si hi ha algun centre universitari a la mateixa, el lloc de residència habitual durant el curs, el mitjà de transport utilitzat, la forma de finançament dels estudis, la professió dels pares (aquesta variable es va escollir per reflectir les característiques socioeconòmiques de l'individu, per tal d'evitar preguntes que tinguessin a veure amb el nivell de renda, en tant que podrien ocasionar errors per manca de resposta) i la realització d'algun tipus de treball remunerat.

A continuació, es pregunta sobre la participació en algun acte informatiu d'alguna universitat (pregunta 15) i les fonts utilitzades o que pensa utilitzar per informar-se (pregunta 16). També s'inclou en aquesta part una pregunta relativa a la previsió d'anar a la universitat el proper curs (pregunta 17).

La pregunta sobre la preferència d'universitat en cas de voler anar-hi (pregunta 18) ve a continuació, i integra 11 apartats corresponents a cada una de les universitats presencials a Catalunya.

Després es pregunta sobre el grau d'influència dels diferents atributs en l'elecció d'universitat (pregunta 19), i integra 47 apartats referents a cada un dels atributs valorats.

L'últim bloc (pregunta 20) es refereix a la valoració que té l'alumnat de cada universitat presencial a Catalunya, incloent-hi els 11 apartats corresponents a cada universitat.

En total el qüestionari consta de 20 blocs de preguntes que corresponen a 112 variables reals, degut a que quatre dels blocs agrupen múltiples variables.

2.4. DISSENY I SELECCIÓ DE LA MOSTRA

La mostra s'ha dissenyat a partir del total d'estudiants que han cursat segon de batxillerat a Catalunya, el curs 2006-07. Per aquest curs la població de referència (univers) assoleix la xifra de 41.040 alumnes distribuïts en 700 centres dins l'àmbit de Catalunya (448 centres de titularitat pública i 252 de titularitat privada).

Davant la impossibilitat de realitzar l'estudi sobre la totalitat de la població s'ha optat per aplicar un disseny mostral estratificat per realitzar una primera selecció aleatòria de la mateixa. Per això, s'han considerat els estrats conformats per dos criteris que semblen bàsics per l'objectiu de la investigació: titularitat del centre i demarcació. Aquests criteris han estat fets operatius de la manera següent:

- *Titularitat del centre*: públic o privat.⁷⁰
- *Demarcació*: s'ha utilitzat una agrupació basada en 5 estrats, mètode habitualment utilitzat en altres estudis a nivell de Catalunya (Barcelona capital, demarcació de Barcelona, demarcació de Tarragona, demarcació de Girona i demarcació de Lleida).

⁷⁰ En aquest apartat s'inclouen els Centres d'Ensenyament Secundari a Catalunya de titularitat pública i privada (amb o sense concert econòmic amb el Departament d'Ensenyament de la Generalitat de Catalunya) que imparteixen el batxillerat LOGSE.

La taula 8 reflecteix la distribució de la població en base als dos criteris d'estratificació considerats (titularitat del centre i demarcació).

Taula 8 *Població de segon curs de batxillerat a Catalunya en el curs 2006-07*

POBLACIO 2N CURS BATXILLERAT PER DEMARCACIONS	Total (41.040)	TITULARITAT DEL CENTRE	
		Públics (25.892)	Privats (15.148)
Demarcació Barcelona – Excepte Barcelona Ciutat	19.827	13.978	5.849
Barcelona Ciutat	11.613	4.165	7.448
Demarcació Girona	3.343	2.775	568
Demarcació Lleida	2.382	1.772	610
Demarcació Tarragona	3.875	3.202	673

Font: *Consell Interuniversitari de Catalunya i elaboració pròpia.*

Tenint en compte aquestes dades es va procedir a la distribució dels elements de la mostra atenent a un sistema d'afixació proporcional, en funció del pes percentual de cada estrat combinat amb la titularitat del centre. Així es va elaborar una mostra teòrica que s'ajustava perfectament a la composició de la població.

El procés de desenvolupament del mostreig en diverses etapes es va efectuar de la següent manera:

- A. En l'elecció *d'unitats primàries* es van tenir en compte tots els municipis catalans on existeixen centres de batxillerat. Mitjançant un sistema de mostreig aleatori estratificat, es van escollir les diferents poblacions on es realitzaria el treball de camp, mantenint les proporcions pertinents segons les quotes dissenyades prèviament, tenint en compte el pes de la zona (estrat geogràfic).
- B. L'elecció *d'unitats de mostreig* de tipus secundari, o centres on enquestar els alumnes, es va realitzar seguint el mateix

criteri, és a dir, a partir d'una selecció raonada en funció dels pesos per nombre d'alumnes segons la titularitat del centre (públic i/o privat) dins cadascuna de les 5 zones d'estratificació primària que es van emprar.

- C. Finalment, per l'elecció dels *subjectes específics* a enquestar, tot i que no formaven part de quotes, es va mantenir una certa proporcionalitat respecte els diferents itineraris de segon curs de batxillerat impartits a cada centre.

En base a les dades exposades, la mostra ofereix les següents característiques tècniques:

- Univers: 41.040 alumnes.
- Grandària: 2.345 alumnes.
- Error mostral total: $\pm 2,0\%$.
- Nivell de confiança del 95,5 %, on $K=2$.

I sota el supòsit de màxima indeterminació, on $p=q=50/50$.

Les dades relatives a la mostra, segons la demarcació i la titularitat dels centres d'ensenyament, s'observen a la taula 9:

Taula 9 *Mostra d'alumnes de batxillerat per demarcació*

MOSTRA PER DEMARCACIONS	Total	ALUMNES	
		Públics	Privats
	(2.345)	(1.341)	(1.004)
Demarcació Barcelona, excepte Barcelona Ciutat	852	420	432
Barcelona Ciutat	631	271	360
Demarcació Girona	326	234	92
Demarcació Lleida	305	244	61
Demarcació Tarragona	231	172	59

La distribució de la mostra, segons la modalitats de batxillerat, en funció de la composició inicial, s'indica a la taula 10.

Taula 10 *Mostra d'alumnes per modalitat de batxillerat*

P5	Freqüències
<i>MODALITAT DE BATXILLERAT EN QUE ESTÀ MATRICULAT/DA</i>	2.345
Científic - Tecnològic	25,8
Ciències Socials	25,4
Ciències de la Salut	15,6
Humanitats	11,8
Humanitat i Ciències Socials	8,2
Científic i Ciències de la Salut	7,8
Arts	4,6
No contesta	0,7

2.5. TREBALL DE CAMP

El treball de camp d'aquesta investigació es va dur a terme entre els mesos de febrer i abril de 2007, quan l'estudiant ja comença a intuir el seu expedient final de batxillerat, el que li pot permetre aclarir expectatives sobre l'accés a estudis superiors.

Un cop seleccionades les aules per tipus de centre, localització geogràfica, curs i modalitat de batxillerat es va procedir a enquestar la totalitat dels alumnes de segon curs de batxillerat presents en elles⁷¹ a través dels seus professors, responsables d'orientació o coordinadors de segon curs de batxillerat de cada centre, per tal que no existissin diferències per especialitats, ni tampoc biaixos comparatius.

Per poder realitzar les enquestes va ser necessari, d'antuvi, obtenir el permís dels centres de batxillerat seleccionats. Per això, es va lliurar un exemplar que va ser examinat i acceptat per cada

⁷¹ El nombre de qüestionaris obtinguts finalment (2.345) no s'ajusta totalment a la mostra inicialment plantejada, ja que en alguns centres no es van poder realitzar totes les enquestes sol·licitades degut a la manca d'assistència a classe en el moment que es va subministrar el qüestionari o a altres motius.

institució que va participar en l'estudi. A continuació, els qüestionaris es van fer arribar via e-mail o per correu postal als diferents centres. En tots els casos el professorat va col·laborar per poder passar les enquestes a l'alumnat de segon curs de batxillerat en horari lectiu.

2.5.1. VALIDACIÓ I DEPURACIÓ DEL TREBALL DE CAMP

Després d'acabar el procés de recollida de dades mitjançant l'enquesta personal, es van seguir els procediments següents:

1. Verificació del compliment de les quotes establertes.
2. Revisió del compliment de les preguntes.
3. Llista de totes les respostes en preguntes amb resposta oberta.
4. Agrupació per codis de les respostes similars en les preguntes amb resposta oberta.
5. Confecció del manual de codis.⁷²
6. Assignació dels nous codis a les respostes literals que s'han donat en les preguntes amb resposta oberta.
7. Confecció d'una base de dades.
8. Introducció de la informació a una base de dades.
9. Explotació estadística a partir de les variables que s'han considerat rellevants d'acord amb els objectius de la recerca.

⁷² Vegeu apartat 12. MANUAL DE CODIS.

SEGONA PART

FACTORS D'ELECCIÓ
D'UNIVERSITAT

El present capítol recull els resultats de la recerca i es mostren les dades més rellevants per a la comprovació de la hipòtesi i les subhipòtesis presentades en la introducció d'aquest treball. L'estudi analitza els diferents apartats corresponents al perfil dels estudiants de la mostra, els canals d'informació sobre les universitats catalanes, els factors de decisió per escollir centre, així com l'aproximació a les universitats existents.

3. PERFIL DELS ESTUDIANTS DE LA MOSTRA⁷³

D'acord amb els criteris metodològics i les tècniques exposades en el capítol 2, la recerca empírica d'aquest apartat recull les característiques més significatives de l'alumnat dins el seu entorn acadèmic, personal, familiar i social. Això ha de permetre identificar un conjunt de factors que poden exercir alguna influència per comprendre i explicar les opinions i preferències que adopten els estudiants en el seu trànsit cap a l'educació superior.⁷⁴ A continuació s'analitzen les característiques de la població objecte d'estudi.

⁷³ Per defecte, al llarg de tot l'estudi s'ha aplicat l'estadístic *xhi quadrat* (chi square), de forma que, més enllà de les diferències significativament explicables en funció del marge d'error global ($\pm 2,0\%$), també, sempre que el valor resultant en un creuament sigui significativament diferent en funció de la distància respecte el valor estadísticament esperat *a priori*, segons la distribució de les respostes marginals (o globals), s'indicarà amb un signe ">" o "<" davant la cel·la en qüestió, segons el valor obtingut sigui significativament, per sobre o per sota, distant (significatiu) respecte la freqüència esperada.

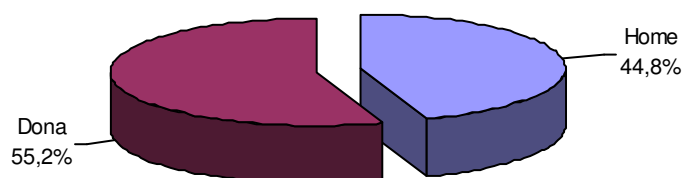
⁷⁴ No obstant, tal com assenyalen GUERRA, RUEDA, *et alii.* (2005: 16), "per poder aprofundir en les característiques que defineixen els estudiants de batxillerat cal remuntar-se al menys al període en el que es trobaven cursant 1r ó 2n de l'Ensenyament Secundari Obligatori (ESO). En aquests anys, es poden definir alguns elements claus en relació al que esperen i desitgen que sigui el seu futur en l'àmbit acadèmic i laboral, i l'esforç que estan disposats a realitzar per assolir-lo". D'acord amb aquest estudi, l'elecció de modalitat de Batxillerat o de l'escola on estudiar, són decisions que es prenen a l'ESO i que alhora defineixen en bona mesura la trajectòria posterior dels estudiants.

3.1. GÈNERE

La distribució de la mostra en funció del *Gènere*, posa de relleu que el 55,2% dels estudiants de segon curs de batxillerat són dones, proporció quelcom superior a la d'homes, amb el 44,8% (figura 2). Aquesta proporció es pot considerar similar a la de la població global, posant-se de manifest un progressiu augment del nombre de dones, que ja supera al d'estudiants de gènere masculí.

La distribució per gènere depèn també de la modalitat de batxillerat, detectant-se un major nombre d'homes en les modalitats tecnològic i científic-tecnològic i major nombre de dones en les de ciències socials i salut.

Figura 1 *Distribució de subjectes en base al gènere*



3.2. EDAT

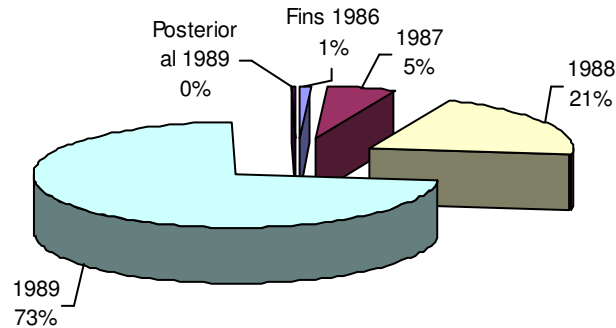
La distribució de la mostra per *Edat* reflecteix que la major part de l'alumnat tenia en el moment de realitzar-se l'enquesta (febrer-abril de 2007) al voltant dels 17-18 anys, és a dir, aquells que havien seguit amb regularitat els cursos anteriors. No obstant, existien estudiants que mostraven una variació en aquesta adequació edat/curs. Quan més elevada és aquesta més es pot pensar en subjectes amb retards escolars més accentuats i majors

problemes acadèmics. Això pot fer pensar que l'alumnat amb una edat superior a la resta de companys tendeix a triar opcions d'estudi que els permeti un accés més fàcil i alhora els ofereixi una sortida professional més ràpida. Així mateix, pel que fa a la universitat, probablement cercaran aquella que es pugui adequar al seu perfil acadèmic. En cas de ser cert aquest supòsit, a major edat l'alumnat triarà uns estudis més curts i suposadament més fàcils, així com una institució universitària amb requisits d'accés més "tous".

L'anàlisi realitzat permet observar una adequació entre edat i curs, tot i ser necessari assenyalar algunes diferències significatives pel que fa a la mostra:

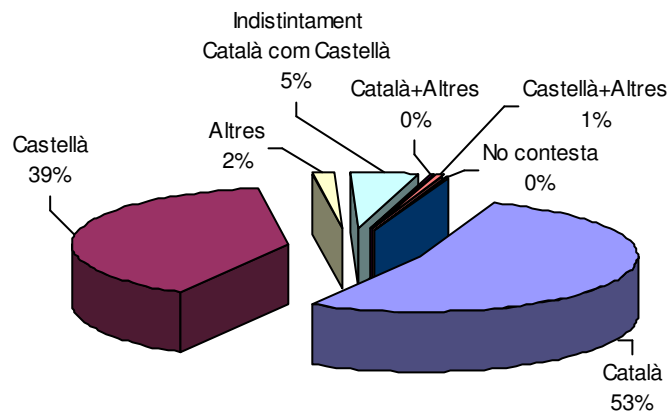
1. Encara que l'edat normal d'inici d'escolarització corresponent a segon curs de batxillerat és de 17 anys, el percentatge significatiu d'alumnes de 18 anys (21%) s'explica per la data d'aplicació del qüestionari (febrer-abril de 2007). Al no existir ajustament entre durada del curs i any natural és difícil separar entre 17 i 18 anys aquells que estan o no ajustats a l'edat-curs, en tant que depèn del moment en el qual s'efectuï l'aplicació a cada cas.
2. Els percentatges dels grups d'edats inferiors i superiors a l'edat d'escolarització de segon curs de batxillerat (17-18 anys) poden ser considerats com desajustaments del sistema. Així, és de suposar que aquells que afirmen tenir una edat de 19 anys o superior són subjectes que han tingut endarreriments escolars.

Els subjectes que han participat en la investigació presenten la distribució d'edats que es reflecteix a la figura 3.

Figura 2 *Distribució d'edat*

3.3. LLENGUA MATERNA

Pel que fa a la *Llengua materna* (figura 4), s'observa un percentatge superior de respostes d'estudiants catalanoparlants i altres (57,9%) respecte als castellanoparlants i altres (42,1%).

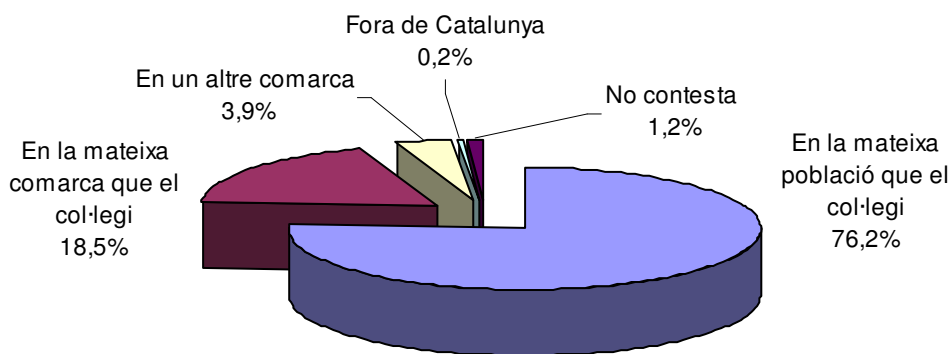
Figura 3 *Llengua materna*

3.4. LLOC ON ES TROBA EL DOMICILI FAMILIAR

El *Lloc on es troba el domicili familiar* dels estudiants enquestats (figura 5) posa de manifest una gran disparitat entre aquells que viuen a la mateixa població de l'escola (76,2%) i la resta

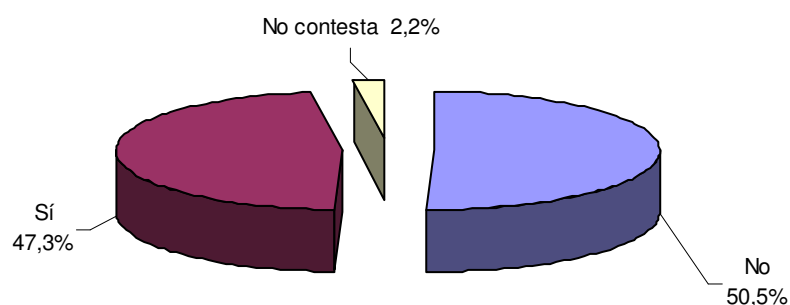
(en la mateixa comarca, el 18,5% i en altres comarques o fora de Catalunya, el 4,1%). Aquestes dades mostren, en el primer grup, un significatiu arrelament al domicili familiar, mentre que la resta o procedeix de localitats on no hi ha centres de batxillerat o bé, en base a altres criteris d'elecció, l'alumnat i les seves famílies trien centres ubicats fora del domicili familiar.

Figura 4 *Lloc on es troba el domicili familiar*



3.5. EXISTÈNCIA DE CENTRE UNIVERSITARI A LA POBLACIÓ FAMILIAR

Davant la pregunta sobre l'*Existència de centre universitari a la població familiar*, les dades ofereixen una tendència diferent a l'anterior. Hi ha un cert equilibri entre els que diuen que no en tenen cap i aquells que afirmen viure a poblacions on hi ha algun centre universitari. Això pot tenir relació amb el desplegament d'universitats a Catalunya en els darrers quinze anys. La distribució de la mostra es pot observar a la figura 6.

Figura 5 *Existència de centre universitari a la població de la residència familiar*

3.6. TIPUS DE CENTRE UNIVERSITARI A LA POBLACIÓ FAMILIAR⁷⁵

Pel què fa al *Tipus centre universitari a la població familiar* (taula 11), del 47,3% d'estudiants que diuen disposar-ne, el 33,0% d'entre ells afirma viure a alguna població on està present la UPC, el 31,1% la UB, el 20,4% la UAB i el 19,4% la UPF. La primera Universitat privada que es reconeix dins la població familiar és la URL, pel 12,1% dels enquestats. Un aspecte rellevant que s'observa a partir d'aquestes dades és que la major part de l'alumnat que pertany a la demarcació de Barcelona capital sembla desconèixer la totalitat de l'oferta universitària en aquesta demarcació (6 universitats, 3 de les quals són públiques i 3 privades), en base a les freqüències observades. També destaca el 25,3% d'enquestats que

⁷⁵ Davant d'aquesta pregunta, l'alumnat podia indicar més d'una resposta. Per tant, en l'anàlisi de dades s'han calculat els percentatges sobre el total d'universitats esmentades.

no respon a aquesta qüestió, bé sigui per desconeixement o per omissió.

Taula 11 *Tipus de centre universitari a la població de residència familiar*

P9_BIS	Freqüències
QUIN CENTRE UNIVERSITARI HI HA A LA POBLACIÓ DE RESIDÈNCIA FAMILIAR?	1.109
Universitat Politècnica de Catalunya (UPC)	33,0
Universitat de Barcelona (UB)	31,1
Universitat Autònoma de Barcelona (UAB)	20,4
Universitat Pompeu Fabra (UPF)	19,4
Universitat Ramon Llull (URL)	12,1
Universitat de Vic (UVIC)	8,7
Universitat Rovira i Virgili (URV)	6,0
Universitat Internacional de Catalunya (UIC)	5,4
Universitat de Lleida (UDL)	3,9
Universitat Abat Oliba CEU (UAO)	3,8
Universitat de Girona (UDG)	3,0
Universitat Oberta de Catalunya (UOC)	0,2
Universitat Nacional d'Educació a Distància (UNED)	0,2
Fora de Catalunya	0,1
No contesta	25,3

(Base: casos en que a la ciutat de residència hi ha un centre universitari)

3.7. LLOC DE RESIDÈNCIA DURANT EL CURS⁷⁶

Segons el *Lloc de residència durant el curs* (taula 12), es pot dir que la major part de l'alumnat de la mostra resideix en el domicili dels pares (97,4%). Això pot respondre a la proximitat de la residència familiar als centres de batxillerat. Dels que no viuen en el domicili familiar, tan sols el 0,7% ho fa en un pis compartit, un 0,6 en el domicili d'altres familiars i una proporció similar (0,4%) en un pis individual. Només un 0,3% s'allotja en una residència i el 0,2% en un internat.

⁷⁶ La pregunta es tracta com de resposta múltiple, ja que hi ha alumnes que han marcat més d'una opció; per tant, en l'anàlisi de dades els percentatges s'han calculat sobre el total de respostes i no sobre el total d'alumnes.

Taula 12 *Lloc de residència habitual durant el curs*

P10	Freqüències
<i>QUIN ÉS EL SEU LLOC DE RESIDÈNCIA HABITUAL DURANT EL CURS?</i>	2.345
El domicili dels meus pares	97,4
Un pis compartit	0,7
El domicili d'altres familiars	0,6
Un pis individual	0,4
Residència	0,3
Internat	0,2
Altres	0,2
No contesta	0,7

3.8. MITJÀ DE TRANSPORT UTILITZAT⁷⁷

Com es pot observar a la taula 13, més de la meitat dels estudiants enquestats es desplaça a peu a l'escola (50,3%), mentre que la resta afirma haver d'utilitzar algun mitjà de transport: cotxe (22,8%), autobús públic (12,5%) o moto (10,1%). Només un 5,1% utilitza el metro, el 3,9% l'autobús de l'escola, el 2,0% el tren i l'1,7% fa servir més d'un transport públic. L'1,2% i el 0,4% utilitzen la bicicleta i transport privat sense especificar, respectivament. Tot apunta que aquells que van a peu viuen relativament prop de l'escola; en canvi, els que utilitzen algun mitjà de transport ho fan per comoditat o bé perquè la distància del domicili familiar a l'escola no els permet el desplaçament a peu.

⁷⁷ Tot i que en aquesta qüestió hi ha una resposta que indica *Més d'un transport públic*, en algun cas l'alumnat ha indicat més d'una resposta; per tant, en l'anàlisi de dades els percentatges s'han calculat sobre el total de respostes i no sobre el total d'alumnes.

Taula 13 *Mitjà utilitzat per anar a l'escola*

P11	Freqüències
QUIN MITJÀ UTILITZES HABITUALMENT PER ANAR A L'ESCOLA?	2.345
A peu	50,3
Cotxe	22,8
Autobús públic	12,5
Moto	10,1
Metro	5,1
Autobús de l'escola	3,9
Tren	2,0
Més d'un transport públic	1,7
Bicicleta	1,2
Transport privat sense especificar	0,4
No contesta	0,2

*(Resposta suggerida i múltiple)***3.9. FINANÇAMENT DELS ESTUDIS**⁷⁸

El *Finançament dels estudis* té a veure amb el cost de la matrícula (com és el cas dels centres privats, tinguin o no concert econòmic amb la Generalitat de Catalunya) i amb les despeses derivades de l'ensenyament (llibres, material escolar, etc.). Com es pot observar a la taula 14, la major part del finançament d'estudis es fa mitjançant aportació familiar (95,0%), mentre que un percentatge reduït (5,2%) ho fa a través d'altres tipus de beques i/o ajuts.

Taula 14 *Finançament dels estudis*

P12	Freqüències
COM FINANCIES EL COST DELS TEUS ESTUDIS?	2.345
Aportació familiar	95,0
Beca de la Generalitat / Estat	2,3
Beca de l'escola	1,6
Altres tipus de beca / ajut	1,3
Ingressos propis	1,1
No contesta	1,2

(Resposta suggerida i múltiple)

⁷⁸ Davant la pregunta *Com financies el cost dels teus estudis?*, l'alumnat podia indicar més d'una resposta; per tant, en l'anàlisi de dades s'han calculat els percentatges sobre el total de respostes.

3.10. PROFESSIÓ DELS PARES

Un altre qüestió a considerar és la categoria professional dels pares, en tant aquesta variable es relaciona habitualment amb el nivell socio-econòmic i cultural de la família i, per tant, pot influir en l'opció d'universitat.

Com es pot veure a la figura 7, existeixen diferències significatives en les activitats laborals que desenvolupen, tant el pare com la mare.

3.10.1. PROFESSIÓ DEL PARE⁷⁹

La professió més representada en el pare correspon a la d'empleat de nivell mig (22,8%); a continuació es situa el treballador autònom (20,1%), seguit per la d'empresari (13,0%), empleat d'alt nivell (12,9%), directiu/gerent (8,1%) i funcionari (6,7%); el professor (3,8%), professional liberal (2,5%) i jubilat (1,4%) representen categories professionals poc representatives. És, però, relativament significativa la proporció d'aquells que no contesten (7,0%).

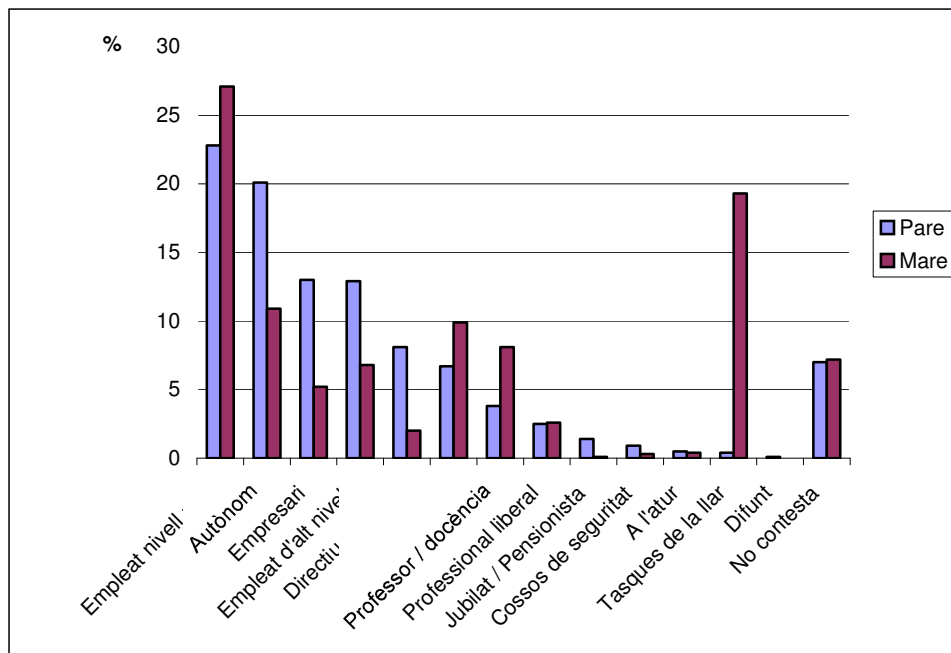
3.10.2. PROFESSIÓ DE LA MARE⁸⁰

Pel que fa a la professió de la mare, la categoria més freqüent és la d'empleat de nivell mig (27,1%), seguida per la d'autònom (20,1%) i la d'empresari (13,0%); a continuació es situen les d'empleat d'alt nivell (12,9%), directiu/gerent (8,1%) i funcionari (6,7%); les categories de professor/docència (3,8%), professional liberal (2,5%) i jubilat/pensionista (1,4%) són categories

⁷⁹ i ⁸⁰ La pregunta es tracta com de resposta múltiple, ja que hi ha alumnes que han marcat més d'una opció; per tant, en l'anàlisi de dades els percentatges s'han calculat sobre el total de respostes i no sobre el d'alumnes.

professionals poc representatives en l'estudi. En aquest grup també és significatiu el percentatge d'estudiant que no contesten (7,2%).

Figura 6 *Professió dels pares*



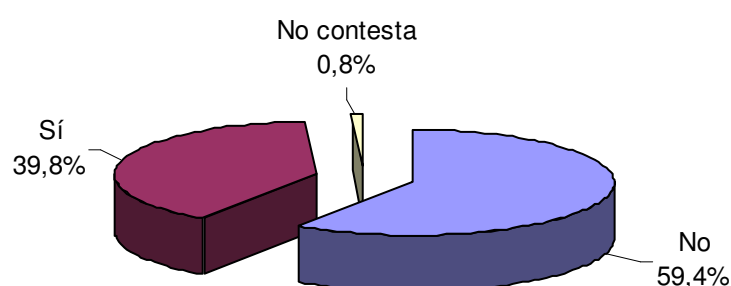
Com es pot veure, existeixen diferències significatives en la proporció d'homes i de dones que realitzen tasques a la llar (activitat que els homes pràcticament no desenvolupen), empresari, funcionari, professor/docència, empleat d'alt nivell i directiu/gerent. En canvi, sorgeixen escasses diferències dins la categoria d'empleat de nivell mig.

3.11. REALITZACIÓ DE TASQUES REMUNERADES

Una altra qüestió a considerar és la *Realització de tasques remunerades*, ja que aquesta variable es pot relacionar amb el nivell socio-econòmic de la família. Aquesta és la raó per la qual es va formular una pregunta als estudiants sobre la realització d'algun tipus d'activitat laboral mentre estudiava.

Com es pot apreciar mitjançant les dades exposades a la figura 8, realitzar alguna activitat remunerada, encara que sigui ajudar a l'empresa o explotació familiar, no és massa freqüent entre els estudiants. Només el 39,8% d'ells declara realitzar algun tipus de treball remunerat.

Figura 7 Realització de tasques remunerades



3.12. TIPUS DE TASQUES REMUNERADES

D'entre els estudiants de segon curs de batxillerat que realitzen alguna tasca remunerada (39,8%), el 43,8% fa treballs esporàdics de cap de setmana o per hores, un 39,4% treballen dues o més hores a la setmana i el 15,8% manifesta ajudar en el negoci o empresa familiar, mentre que tan sols l'1,0% no respon aquesta qüestió (taula 15).

Taula 15 Tipus de tasques remunerades

P14_bis	Freqüències
<i>QUIN TIPUS DE TREBALL REMUNERAT REALITZES?</i>	933
Treball esporàdic de cap de setmana o per hores	43,8
Treball de 2 hores o més a la setmana	39,4
Ajudo en el negoci (empresa o explotació familiar)	15,8
No contesta	1,0

(Base: estudiants que realitzen un treball remunerat)

3.13. INTENCIÓ D'ANAR A LA UNIVERSITAT

Encara que són les expectatives futures les que mouen al conjunt d'estudiants a cursar estudis superiors, hi ha diferències importants entre aquells que tenen clar que volen cursar-los, els qui no n'estan del tot segurs i aquells que no tenen cap intenció d'anar-hi. Per tant, les opinions i preferències de la mostra poden estar condicionades pel grau de disposició de cursar estudis d'educació superior. Per això, en aquest apartat es pretén conèixer quin és el grau d'interès en anar a la universitat el proper curs.

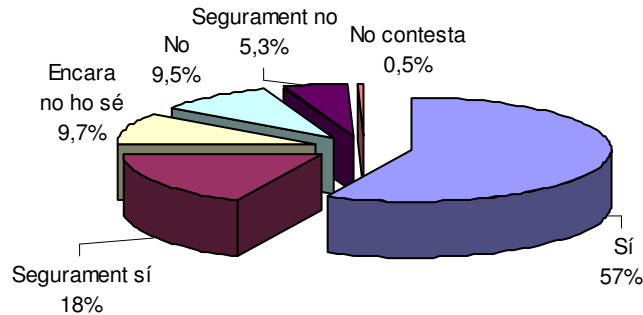
En el qüestionari subministrat als estudiants s'ha formulat la següent pregunta i escala de valors que s'indica a continuació:

En aquest moment, tens previst d'anar a la universitat el proper curs?: 1. No; 2. Segurament, no; 3. Encara no ho sé; 4. Segurament, sí; 5. Sí

L'objectiu és que l'estudiant defineixi les seves expectatives sobre la continuïtat envers els estudis d'educació superior, oscil·lant les respostes des del *no* fins al *sí*, amb tres nivells intermitjos (*segurament, no; encara no ho sé i segurament, sí*).

A continuació s'exposen els valors obtinguts per a cada una de les proposicions.

1. Segons els valors *Totals* (figura 9), el 57,0% dels enquestats manifesta la intenció d'anar a la universitat, el 18,0% també creu que hi anirà, mentre que els que encara no n'estan segurs representen el 9,7%; només un 9,5% manifesta que no hi anirà i el 5,3%, segurament no ho farà.

Figura 8 *Intenció d'anar a la universitat*

2. Pel que fa a la *Modalitat de batxillerat*, s'observa el següent (taula 16):

- Hi ha desviacions significatives en la modalitat d'Humanitats i Ciències Socials, on el nombre d'estudiants que manifesta que segurament no anirà a la universitat (1,9%) és inferior a la mitjana.
- En la modalitat Científic i Ciències de la Salut, els estudiants que tenen previst d'anar a la universitat (69,2%) superen la mitjana, essent inferior els que manifesten que no hi aniran (3,1%).
- Les diferències més rellevants rauen en el grup d'Arts, on només el 23,5% manifesta que anirà a la universitat; en canvi, els que diuen que encara no ho saben (17,4%), aquells que no hi aniran (21,5%) i els que segurament no ho faran (23,6%) estan clarament per sobre de la mitjana.
- A la resta de modalitats no hi ha desviacions significatives pel que fa a la intenció d'anar a la universitat.

Tot apunta que els estudiants provinents de la modalitat Científic i Ciències de la Salut són els qui manifesten més intenció

d'anar a la universitat, mentre que els d'Arts conformen l'itinerari percentualment menys nombrós.

Taula 16 *Intenció d'anar a la universitat, per modalitat de batxillerat*

P17 EN AQUEST MOMENT, TENS PREVIST ANAR A LA UNIVERSITAT EL PROPER CURS?	Total (2345)	MODALITAT DE BATXILLERAT							
		Científic - Tecnològic (605)	Ciències Socials (596)	Ciències de la Salut (366)	Humanita ts (276)	Humanitat i Ciències Socials (193)	Científic i Ciències de la Salut (184)	Arts (109)	No contesta (16)
Sí	57,0	58,3	58,1	58,5	60,6	50,5	>69,2	<23,5	35,2
Segurament sí	18,0	18,9	17,1	21,9	14,1	23,2	13,3	13,2	18,8
Encara no ho sé	9,7	9,3	8,1	8,7	11,0	11,2	10,5	>17,4	14,0
No	9,5	7,8	10,9	6,9	10,2	13,0	<3,1	>21,5	19,2
Segurament no	5,3	4,8	5,3	3,9	4,1	<1,9	3,8	>23,6	12,8
No contesta	0,5	0,9	0,6	0,2	0,0	0,3	0,0	0,8	0,0

3. Segons la *Titularitat del centre* (taula 17), la proporció d'estudiants de centres públics que tenen intenció d'anar a la universitat (50,2%) és sensiblement inferior a la de centres privats (68,5%). En canvi, la proporció dels que indiquen que segurament sí que hi aniran (20,6%) i els que no ho faran (12,0%) és superior a la mitjana i inferior en el cas dels centres privats (13,4% i 5,3%, respectivament).

Tot apunta que els estudiants de centres privats manifesten una major tendència a cursar estudis universitaris que els provinents de centres públics.

Taula 17 *Intenció d'anar a la universitat, per titularitat del centre*

P17 EN AQUEST MOMENT, TENS PREVIST ANAR A LA UNIVERSITAT EL PROPER CURS?	Total (2345)	TITULARITAT CENTRE	
		Públic (1480)	Privat (865)
Sí	57,0	<50,2	>68,5
Segurament sí	18,0	>20,6	<13,4
Encara no ho sé	9,7	10,5	8,5
No	9,5	>12,0	<5,3
Segurament no	5,3	6,1	3,9
No contesta	0,5	0,5	0,4

4. Segons el *Gènere* (taula 18), les dones semblen tenir una major disposició d'anar a la universitat. Les que ho afirmen (61,6%), superen en intenció els homes (51,4%); en canvi, aquests són proporcionalment més nombrosos que les dones pel què fa la proposició "encara no ho sé" (11,8% front 8,0%).

Taula 18 *Intenció d'anar a la universitat, per gènere*

P17 EN AQUEST MOMENT, TENS PREVIST ANAR A LA UNIVERSITAT EL PROPER CURS?	Total (2345)	GENERE	
		Home (1050)	Dona (1295)
Sí	57,0	<51,4	>61,6
Segurament sí	18,0	19,6	16,7
Encara no ho sé	9,7	>11,8	<8,0
No	9,5	10,4	8,8
Segurament no	5,3	5,9	4,9
No contesta	0,5	>1,0	0,1

5. Pel què fa a la *Demarcació* (taula 19), l'alumnat de la de Tarragona és el grup que proporcionalment sembla manifestar un major interès en accedir a la universitat (63,9%). Les desviacions més significatives es troben a la proposició "no", on els estudiants de la demarcació de Barcelona superen la mitjana (11,4%), mentre que els de Tarragona (5,4%) i Girona (4,3%) estan per sota.

Taula 19 *Intenció d'anar a la universitat, per demarcació*

P17 EN AQUEST MOMENT, TENS PREVIST ANAR A LA UNIVERSITAT EL PROPER CURS?	Total (2345)	DEMARCATIÓ				
		BCN capital (661)	Demarcació de Barcelona (1135)	Demarcació de Tarragona (221)	Demarcació de Girona (192)	Demarcació de Lleida (136)
Sí	57,0	58,7	54,8	63,9	57,8	54,4
Segurament sí	18,0	15,7	18,3	18,3	23,1	18,4
Encara no ho sé	9,7	10,1	9,8	7,8	10,2	9,9
No	9,5	8,9	>11,4	<5,4	<4,3	11,1
Segurament no	5,3	6,2	5,2	3,9	4,3	5,6
No contesta	0,5	0,4	0,5	0,8	0,4	0,6

6. Segons l'*Existència de centre universitari a la població familiar* (taula 20), els estudiants que indiquen que segurament no aniran a la universitat presenten una desviació per sota de la mitjana quan existeix algun centre universitari a la població familiar (3,7%), i és clarament superior en el grup que no contesta (12,5%).

Tot apunta que hi ha una major intenció d'anar a la universitat en la mesura que existeix algun centre universitari a la població de residència familiar.

Taula 20 *Intenció d'anar a la universitat, per existència de centre universitari a la població familiar*

P17 EN AQUEST MOMENT, TENS PREVIST ANAR A LA UNIVERSITAT EL PROPER CURS?	Total (2345)	EXISTÈNCIA CENTRE UNIVERSITARI EN LA CIUTAT FAMILIAR		
		No (1185)	Sí (1109)	No contesta (51)
Sí	57,0	54,3	60,0	53,7
Segurament sí	18,0	17,3	19,2	8,0
Encara no ho sé	9,7	10,9	8,1	17,2
No	9,5	10,4	8,6	8,6
Segurament no	5,3	6,5	<3,7	>12,5
No contesta	0,5	0,5	0,5	0,0

3.14. LLISTAT DE FREQUÈNCIES I NOTA MITJANA DEL PRIMER CURS

El rendiment acadèmic en el primer curs de batxillerat, permet segmentar i qualificar els estudiants per tal de conèixer les seves expectatives a l'hora de triar futurs estudis universitaris i centre on cursar-los. Per això en el qüestionari s'ha formulat la següent pregunta oberta:

Quina nota mitjana vas obtenir en el primer curs de batxillerat?

En l'anàlisi de resultats s'utilitzen les variables d'interès per anar a la universitat, modalitat de batxillerat, titularitat del centre, gènere i demarcació geogràfica dels enquestats.

1. Una primera anàlisi dels valors mitjos *Totals* (taula 21) sobre el rendiment assolit en el primer curs de batxillerat mostra, en primer lloc, que la qualificació mitjana ha estat de 6,54. La més repetida és el 6, amb un 30,8% de la mostra. També el 7 l'aconsegueix un percentatge significatiu d'alumnes (22,6%). A continuació, la qualificació de 5 és la tercera més repetida pel 13,9% dels enquestats. Força més reduïdes són les qualificacions de 8 (10,2%) i 9 (5,4%), mentre que només el 0,6% manifesta haver obtingut la màxima qualificació. Els suspesos són poc representatius en aquest primer curs: la qualificació mitja d'1 només la obté el 0,1% d'estudiants enquestats, el 2, el 0,4% i el 4, tan sols el 0,1. Finalment, un 15,9% dels enquestats no indica la nota. Tenint en compte que aquesta sol ser una dada coneguda per la mostra, el fet de no respondre-la pot ser motivat, entre altres raons, per l'oblit o perquè el rendiment acadèmic en el primer curs ha pogut ser baix i per això l'enquestat no s'ha atrevit a reflectir la nota.
2. Tenint en consideració la nota mitjana per *Intenció d'anar a la universitat* (taula 21), s'observen diferències significatives en el rendiment dels diferents grups.
 - a) El grup que manifesta la intenció d'anar a la universitat és el més nombrós (57% del total de la mostra) i el que té la qualificació mitjana més alta (6,93) respecte al promig (6,54), el percentatge de les qualificacions de 5 (6,4%) i 6 (26,1) d'aquest grup és inferior a mitja (13,9% i 30,8%,

respectivament). En canvi, les qualificacions de 7 (28,2%), 8 (15,7%) i 9 (9,1%), respectivament, estan per sobre de les mitjanes (22,6%, 10,2% i 5,4%, respectivament). El percentatge del grup que no respon (12,9%) està per sota de la mitjana (15,9).

- b) La qualificació global del grup que indica que segurament anirà a la universitat és inferior a la mitjana (6,17). Destaca un notable increment en el percentatge d'alumnes amb la qualificació de 6 (36,2%) i un descens en les qualificacions de 8 (3,3%) i 9 (0,7%) respecte de la mitjana.
- c) El grup que manifesta no saber encara si anirà a la universitat assoleix una nota mitjana de 6,05. En aquest cas, només hi ha un increment significatiu en la qualificació de 5 (20,9%) i de 6 (39,5%) respecte de la mitja. En canvi, el percentatge d'estudiants que manifesta tenir una qualificació de 7 (12,5%), 8 (4,8%) i 9 (0,3%) és menor que el promig de la mostra.
- d) Pel què fa al grup que no té intenció d'anar a la universitat, les dades són prou significatives: la qualificació mitja de batxillerat és de 5,68, quan el promig total és de 6,54. Destaca també que la qualificació que més es repeteix és la de 5 (35,2%), el percentatge més alt de tots els grups; i és força inferior a la mitja en les qualificacions de 7 (4,1%), 8 (0,9%) i 9 (0,5%), respectivament, així com a la de Ns/Nc (22,7%).
- e) L'anàlisi del grup que manifesta que segurament no anirà a la universitat posa de relleu que és el grup amb el promig de primer de batxillerat més baix (5,64), on el

percentatge d'estudiants amb les qualificacions de 5 (33,1%) i 6 (37,4%) és superior a la mitja; en canvi, el percentatge d'estudiants amb la qualificació de 7 és sensiblement inferior (11,2%), no havent-hi estudiants per sobre d'aquesta qualificació.

Segons aquestes dades, es pot observar una correlació entre la intenció d'anar a la universitat i les qualificacions de primer curs de batxillerat. Això vol dir que els estudiants més predisposats a accedir-hi tenen un millor rendiment acadèmic que aquells que manifesten una menor o nul·la predisposició.

Taula 21 Nota mitjana en el primer curs de batxillerat, per intenció d'anar a la universitat

P6 QUINA NOTA MITJANA VAS OBTENIR EN EL PRIMER CURS DE BATXILLERAT?	Total (2.345)	INTENCIÓ D'ANAR A LA UNIVERSITAT					
		Sí (1.336)	Segurament sí (422)	Encara no ho sé (228)	No (223)	Segurament no (125)	No contesta (12)
1	0,1	0,1	0,0	0,0	0,0	>0,9	0,0
2	0,4	0,5	0,7	0,0	0,0	0,0	0,0
4	0,1	0,1	0,0	0,0	>0,5	0,0	0,0
5	13,9	<6,4	16,9	>20,9	>35,2	>33,1	3,6
6	30,8	<26,1	>36,2	>39,5	35,9	37,4	44,1
7	22,6	>28,2	23,4	<12,5	<4,1	<11,2	28,2
8	10,2	>15,7	<3,3	<4,8	<0,9	<0,0	16,6
9	5,4	>9,1	<0,7	<0,3	<0,5	<0,0	0,0
10	0,6	0,9	0,4	0,5	0,2	0,0	0,0
Ns/Nc	15,9	<12,9	18,5	>21,5	>22,7	17,4	7,6
Mitjana (de 0 a 10)	6.54	6.93	6.17	6.05	5.68	5.64	6.62

3. La nota mitjana de primer curs per *Modalitat de batxillerat* (taula 22) posa de relleu algunes diferències en el rendiment dels diferents grups:

a) En la modalitat del batxillerat Científic-Tecnològic la nota mitja és de 6,65, amb un rendiment més elevat que el

promig total (6,54); la qualificació de 6 és la més freqüent (30,7%), seguida del 7 (22,6%).

- b) La qualificació mitja dels estudiants en la modalitat de Ciències Socials és de 6,41, per sota de la mitjana total; essent el 6 la nota més freqüent (32,8%), mentre que el 8, amb el 7,1% de la mostra, és inferior a la mitjana (10,2%).
- c) En la modalitat de Ciències de la Salut el rendiment mig (6,58) és més alt que la mitjana, mentre que la qualificació de 6 (34,6%) és la més freqüent del seu grup.
- d) El rendiment en la modalitat d'Humanitats és de 6,61, promig lleugerament superior a la mitjana; presenta el 6 com qualificació més freqüent (25,3%), seguida d'aprop pel 7 (22,4%); no obstant, presenta un valor de Ns/Nc (23,7%) sensiblement superior a la mitjana (15,9%).
- e) En el grup d'Humanitat i Ciències Socials la qualificació global de 6,48, és inferior a la mitjana. La qualificació més freqüent és el 7 (26,9%), seguida del 6 (26,2%).
- f) El grup Científic-Ciències de la Salut és el que presenta la millor nota mitja de primer curs (6,82); la nota més freqüent és el 7 (25,4%); encara que la qualificació de 8 (18,4%) és sensiblement superior a la mitjana (10,2%).
- g) Els estudiants que provenen de la modalitats d'Arts tenen un rendiment mitjà de 6,13, inferior al promig de la mostra; la nota més freqüent és el 6 (42,8%), clarament superior a la mitjana d'aquesta qualificació (30,8%). Destaca també la qualificació de 4 (1,1%), superior al promig d'aquesta nota (0,1%).

- h) El grup que no contesta es poc representatiu (16 individus), per tant, les desviacions en els seus valors són difícilment extrapolables.

Taula 22 Nota mitjana de primer curs per modalitat de batxillerat

P6 QUINA NOTA MITJANA VAS OBTENIR EN EL PRIMER CURS DE BATXILLERAT?	Total (2.345)	MODALITAT DE BATXILLERAT							
		Científic - Tecnològic (605)	Ciències Socials (596)	Ciències de la Salut (366)	Humanitats (276)	Humanitat i Ciències Socials (193)	Científic i Ciències de la Salut (184)	Arts (109)	No contesta (16)
1	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,3	0,0	0,0	>14,7
2	0,4	0,0	0,0	0,5	0,0	0,4	>2,1	1,5	>7,4
4	0,1	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	>1,1	0,0
5	13,9	12,5	16,6	11,6	13,3	16,9	9,4	17,8	14,7
6	30,8	30,7	32,8	34,6	25,3	26,2	24,8	>42,8	14,5
7	22,6	23,9	22,3	19,4	22,4	26,9	25,4	18,2	12,2
8	10,2	11,2	<7,1	11,8	8,7	10,8	>18,4	5,1	4,0
9	5,4	6,7	4,2	5,0	6,0	4,4	7,5	3,0	0,0
10	0,6	0,4	0,5	1,0	0,6	0,0	1,5	0,0	>6,6
Ns/Nc	15,9	14,6	16,3	16,1	>23,7	14,0	11,1	10,5	25,8
Mitjana (de 0 a 10)	6.54	6.65	6.41	6.58	6.61	6.48	6.82	6.13	5.04

4. Segons la *Titularitat del centre*, es posen de relleu les següents diferències en el rendiment dels estudiants (taula 23):

- a) En els centres públics els estudiants obtenen un rendiment lleugerament superior al dels centres privats:
- La qualificació mitjana és lleugerament superior en els centres públics (6,55) que en els privats (6,53).
 - Els percentatges de 6 (31,0%), 7 (23,0%) i 10 (0,7%) són més elevats que en els centres privats (30,5%, 22,1% i 0,6%, respectivament).
- b) En els centres privats, els percentatges corresponents a les qualificacions de 5 (15,5%), 8 (11,3%) i 9 (5,8%) són

superiors a les de centres públics (12,9%, 9,5% i 5,1%, respectivament).

Taula 23 Nota mitjana de primer curs, per titularitat del centre

P6 QUINA NOTA MITJANA VAS OBTENIR EN EL PRIMER CURS DE BATXILLERAT?	Total (2345)	TITULARITAT CENTRE	
		Públic (1480)	Privat (865)
1	0,1	0,0	0,3
2	0,4	0,4	0,3
4	0,1	0,0	0,2
5	13,9	12,9	15,5
6	30,8	31,0	30,5
7	22,6	23,0	22,1
8	10,2	9,5	11,3
9	5,4	5,1	5,8
10	0,6	0,7	0,6
Ns/Nc	15,9	17,4	13,3
Mitjana (de 0 a 10)	6.54	6.55	6.53

5. En funció del *Gènere*, els resultats de l'enquesta (taula 24) revelen diferències en el rendiment escolar entre homes i dones:

a) Les dones obtenen un millor rendiment, en termes generals, en el primer curs de batxillerat:

- La qualificació mitjana és més elevada (6,65) que la dels homes (6,41).
- Les qualificacions de 8 (11,3%), 9 (6,3%) i 10 (0,7%) superen en percentatge a les dels homes (8,7%, 4,3% i 0,5%, respectivament).
- A les qualificacions per sota de l'aprobat, baixen discretament els percentatges front l'altre grup.

- b) El percentatge d'homes que obté una nota mitja de 5 (16,3%) i de 6 (31,9%) és superior al de dones (11,8% i 30,0%, respectivament).

Tot apunta a que els millors resultats acadèmics de les dones determina que siguin més nombroses en el batxillerat i que estiguin en millor disposició d'accedir a la universitat.

Taula 24 Nota mitjana de primer curs, per gènere

P6 QUINA NOTA MITJANA VAS OBTENIR EN EL PRIMER CURS DE BATXILLERAT?	Total (2345)	GENERE	
		Home (1050)	Dona (1295)
1	0,1	0,2	0,0
2	0,4	0,6	0,2
4	0,1	0,1	0,1
5	13,9	>16,3	11,8
6	30,8	31,9	30,0
7	22,6	22,4	22,8
8	10,2	8,7	11,3
9	5,4	4,3	6,3
10	0,6	0,5	0,7
Ns/Nc	15,9	14,8	16,7
Mitjana (de 0 a 10)	6.54	6.41	6.65

6. El comportament de la nota mitjana per *Demarcació* (taula 25) posa de relleu algunes diferències entre les diferents demarcacions:
- a) A Barcelona capital convergeix l'alumnat amb un rendiment promig de (6,43), per sota de la mitjana (6,54). Per qualificacions, la més freqüent és el 6 (30,7%), mentre que l'1 (0,4%) representa el major percentatge d'aquesta qualificació front les altres demarcacions.
- b) A la demarcació de Barcelona, la qualificació mitjana és de 6,53, lleugerament per sota del promig global. La nota més

freqüent és el 6 (30,2%) i, a continuació, el 7 (22,3%). La qualificació de 2 (0,6%) és la més nombrosa de totes les demarcacions.

- c) La demarcació de Tarragona presenta una qualificació mitja de 6,65, per sobre de la mitjana total. La nota més repetida és el 6 (33,4%), seguida del 7 (22,2%). Aquesta demarcació té proporcionalment el major nombre d'estudiants amb la qualificació de 8 (13,5%).
- d) A la demarcació de Girona, els estudiants manifesten obtenir una qualificació mitja de 6,66, per sobre de la mitjana global, sent la més repetida el 6 (29,8%) i el 7 (22,0%). És la demarcació que presenta percentualment el major nombre d'individus que no han respòs aquesta pregunta (17,9%).
- e) La qualificació mitjana més alta de primer curs de batxillerat és a la demarcació de Lleida (6,78); a més, és on hi ha més repetides les qualificacions de 6 (34,5%), 9 (7,7%) i 10 (1,6%), respectivament.

Taula 25 Nota mitjana de primer curs, per demarcació

P6 QUINA NOTA MITJANA VAS OBTENIR EN EL PRIMER CURS DE BATXILLERAT?	Total (2345)	DEMARCACIÓ				
		BCN capital (661)	Demarcació de Barcelona (1135)	Demarcació de Tarragona (221)	Demarcació de Girona (192)	Demarcació de Lleida (136)
1	0,1	0,4	0,0	0,3	0,0	0,0
2	0,4	0,3	0,6	0,0	0,0	0,0
4	0,1	0,2	0,1	0,0	0,0	0,0
5	13,9	15,0	14,8	11,3	11,8	7,7
6	30,8	30,7	30,2	33,4	29,8	34,5
7	22,6	23,6	22,3	22,2	22,0	22,2
8	10,2	8,3	10,1	13,5	12,7	10,7
9	5,4	4,0	6,0	5,1	4,8	7,7
10	0,6	0,4	0,5	1,1	1,1	1,6
Ns/Nc	15,9	17,2	15,4	13,2	17,9	15,6
Mitjana (de 0 a 10)	6.54	6.43	6.53	6.65	6.66	6.78

7. Respecte a la nota mitjana segons l'*Existència d'un centre universitari a la població familiar*, la mostra proporciona dades significatives en el rendiment dels grups que afirmen tenir-ne algun i aquells que diuen que no en tenen cap (taula 26):

- a) En termes generals, el rendiment és lleugerament més elevat pel que fa a l'alumnat que disposa d'algun centre universitari a la població familiar.
 - La qualificació mitja d'aquest grup (6,63) és lleugerament superior a la del que indica que no existeix cap centre (6,48).
 - El percentatge de 7 (24,6%), 9 (6,0%) i Ns/Nc (17,2%) és superior al del grup que afirma no disposar-ne (20,4%, 5,0% i 14,6%, respectivament).
 - A la resta de qualificacions baixen els percentatges respecte a l'altre grup.

- b) Els estudiants que no disposen de cap centre universitari a la població familiar obtenen percentatges de notes mitges de 1 (0,1%), 2, (0,6%), 5 (15,1%), 6 (32,9%), 8 (10,5%) i 10 (0,8%) superiors als d'aquells que manifesten tenir-ne (0,0%, 0,0%, 12,3%, 29,2%, 10,1% i 0,5%, respectivament).

- c) El grup que no contesta, tot i l'escassa representativitat, presenta desviacions significatives respecte a la mitjana general en les qualificacions de suspès: 1 (4,6%) i 2 (3,7%). És el grup amb la qualificació mitja més baixa (5,88) respecte al promig total.

Taula 26 *Nota mitjana de primer curs, per existència de centre universitari a la població familiar*

P6	Total	EXISTÈNCIA CENTRE UNIVERSITARI EN LA CIUTAT FAMILIAR		
		No	Sí	No contesta
QUINA NOTA MITJANA VAS OBTENIR EN EL PRIMER CURS DE BATXILLERAT?	(2345)	(1185)	(1109)	(51)
1	0,1	0,1	0,0	>4,6
2	0,4	0,6	<0,0	>3,7
4	0,1	0,1	0,1	0,0
5	13,9	15,1	12,3	17,8
6	30,8	32,9	29,2	20,0
7	22,6	20,4	24,6	30,3
8	10,2	10,5	10,1	5,6
9	5,4	5,0	6,0	1,5
10	0,6	0,8	0,5	0,0
Ns/Nc	15,9	14,6	17,2	16,4
Mitjana (de 0 a 10)	6.54	6.48	6.63	5.88

4. CANALS D'INFORMACIÓ

A l'hora d'afrontar la decisió d'accedir a una institució d'educació superior, els estudiants poden obtenir la informació sobre la oferta universitària a través d'un ampli ventall de canals i fonts d'informació per construir les seves preferències.

Quins són els canals i el pes que pot tenir cada un d'ells en l'elecció d'una institució d'educació superior és el que s'intenta analitzar en aquest apartat de l'estudi, tot tenint en compte que no tota la mostra té intenció d'accedir a la universitat o de realitzar una recerca activa d'informació. Per això, s'analitza, en primer lloc, si han participat en algun acte informatiu, el tipus d'acte, les fonts d'informació emprades i les diferències entre cada una d'elles, prenen en consideració les variables d'interès per anar a la universitat, modalitat de batxillerat, gènere, titularitat del centre i demarcació.

Els canals i les fonts d'informació pels quals es va preguntar els estudiants han estat els que es detallen a continuació.

4.1. ASSISTÈNCIA A ACTES INFORMATIUS DE LES UNIVERSITATS

L'assistència a actes informatius de les universitats o altres institucions públiques o privades són decisions que en general prenen els estudiants de manera voluntària o induïda. La participació en aquests actes pot influir i condicionar l'elecció d'estudis i de centre universitari on cursar-los. Per tant, l'anàlisi d'aquesta qüestió és interessant perquè pot contribuir a comprendre i explicar adequadament el procés d'elecció d'universitat.

Per analitzar els actes informatius on ha participat l'alumnat, s'ha formulat, en primer lloc, la següent pregunta introductòria dicotòmica en el qüestionari subministrat a la mostra:

En l'últim mes, has assistit a algun acte informatiu d'alguna universitat?

Aquesta pregunta té com a objectiu disposar d'una informació qualitativament més rellevant; per això, s'ha establert un criteri metodològic on es pretén discriminar la informació obtinguda per l'estudiant, centrant-la en l'últim mes, anterior a la complimentació de l'enquesta.

A partir de les dades exposades es poden extreure les següents conclusions:

1. Segons el nombre *Total* d'assistents a algun acte informatiu d'alguna universitat (taula 27), la proporció d'estudiants que diuen haver-hi assistit l'últim mes (66,7%) és clarament superior a la d'aquells que no hi han assistit (32,7%).
2. Quan s'introdueix la *Intenció d'anar a la universitat*, es posen de relleu altres diferències significatives entre els diferents grups (taula 27):

- a) En el grup que té intenció d'anar a la universitat, el percentatge dels que han assistit a algun acte informatiu està per sobre de la mitjana (72,7%); en canvi, el grup que manifesta no haver assistit està per sota (26,7%).
- b) La proporció d'estudiants que indiquen que segurament hi aniran és similar a la mitjana: el 67,2% ha assistit a algun acte i el 32,0%, no ho ha fet.
- c) El grup que encara no ho sap segueix la mateixa tendència de l'anterior: el 63,4% diu haver-hi assistit i el 36,6% manifesta no haver-ho fet.
- d) Els percentatges s'inverteixen en el grup que indica que no anirà a la universitat. Els qui han assistit a algun acte només representen el 39,5% del total, mentre que el percentatge dels que no hi han assistit és del 60,0%. Això és lògic si es té en compte la manca d'interès d'aquest grup en anar a la universitat.
- e) Pel què fa al grup d'estudiants que indiquen que segurament no hi aniran, el 57,4% ha assistit a algun acte i el 42,6% manifesta que no ho ha fet.
- f) El grup que no contesta és poc representatiu (tan sols 12 respostes), per tant, les dades no són extrapolables al conjunt de la mostra.

Tot apunta a que el percentatge d'assistència a actes informatius d'alguna universitat disminueix en funció del grau d'intenció d'anar-hi.

Taula 27 Assistència a algun acte informatiu l'últim més, per intenció d'anar a la universitat

P15 EN L'ÚLTIM MES, HAS ASSISTIT A ALGUN ACTE INFORMATIU D'ALGUNA UNIVERSITAT?	Total (2345)	INTENCIO D'ANAR A LA UNIVERSITAT					
		Sí (1336)	Segurament sí (422)	Encara no ho sé (228)	No (223)	Segurament no (125)	No contesta (12)
No	32,7	<26,7	32,0	36,6	>60,0	42,6	34,3
Sí	66,7	>72,7	67,2	63,4	<39,5	57,4	49,2
No contesta	0,6	0,6	0,8	0,0	0,5	0,0	>16,6

3. Segons la *Modalitat de batxillerat*, el nivell d'assistència a algun acte informatiu promogut per alguna universitat és el següent (taula 28):
- Els percentatges en el grup Científic-Tecnològic es situen al voltant de la mitjana: el 64,4% ha assistit a algun acte, mentre que el 35,0% no ho ha fet.
 - Pel què fa al grup de Ciències Socials, la mostra ofereix també uns percentatges situats sobre la mitjana: el 68,8% ha assistit a algun acte i el 30,5% no ho ha fet.
 - Els estudiants del grup de Ciències de la Salut és el més participatiu en actes informatius promoguts per les universitats: el 72,6% manifesta haver assistit l'últim més i només el 27,0% indica no haver-ho fet.
 - En la modalitat d'Humanitats, el percentatge de participants en algun acte informatiu és inferior a la mitja (61,5%), mentre que el grup que no hi ha assistit està per sobre (38,5%).
 - El grup d'Humanitats i Ciències Socials té un comportament similar al de Ciències Socials. El "sí" (68,1%) està lleugerament per sobre de la mitjana, mentre que el "no" (30,4%) està per sota.

- f) El grup Científic i Ciències de la Salut presenta uns percentatges semblants al grup anterior: el “sí” representa el 67,7%, mentre que el “no”, el 31,9%.
- g) Els d'Arts, és el grup de batxillerat que presenta la desviació més gran respecte a la mitjana: només el 57,1% ha assistit a algun acte informatiu, mentre que el 42,1% no ho ha fet.

Tot indica que són els estudiants en les modalitats de batxillerat de Ciències de la Salut i Ciències Socials els qui participen en major proporció en actes informatius promoguts per alguna universitat.

Taula 28 *Assistència a algun acte informatiu l'últim més, per modalitat de batxillerat*

P15 EN L'ÚLTIM MES, HAS ASSISTIT A ALGUN ACTE INFORMATIU D'ALGUNA UNIVERSITAT?	Total (2345)	MODALITAT DE BATXILLERAT							
		Científic - Tecnològic (605)	Ciències Socials (596)	Ciències de la Salut (366)	Humanitats (276)	Humanitat i Ciències Socials (193)	Científic i Ciències de la Salut (184)	Arts (109)	No contesta (16)
No	32,7	35,0	30,5	27,0	38,5	30,4	31,9	42,1	25,9
Sí	66,7	64,4	68,8	72,6	61,5	68,1	67,7	57,1	74,1
No contesta	0,6	0,6	0,7	0,4	0,0	1,5	0,4	0,8	0,0

4. Pel que fa a la *Titularitat del centre*, el percentatge d'estudiants de centres privats que manifesta haver assistit a actes informatius promoguts per alguna universitat (77,6%) és clarament superior al d'estudiants de centres públics (60,4%). Aquestes dades apunten a una major participació dels centres privats en aquests tipus d'actes, potser provocat per una major pressió exercida per les universitats, especialment les privades, sobre aquest perfil de centres (taula 29).

Taula 29 Assistència a algun acte informatiu l'últim més, per titularitat del centre

P15 EN L'ÚLTIM MES, HAS ASSISTIT A ALGUN ACTE INFORMATIU D'ALGUNA UNIVERSITAT?	Total	TITULARITAT CENTRE	
		Públic	Privat
	(2345)	(1480)	(865)
No	32,7	>39,1	<21,6
Sí	66,7	<60,4	>77,6
No contesta	0,6	0,5	0,8

5. En funció de la variable *Gènere*, es pot observar a la taula 30 que la proporció de dones que assisteixen a algun acte informatiu és lleugerament superior (67,5%) a la d'homes (65,7%). Això apunta a un cert major interès de les dones per obtenir informació de les universitats mitjançant l'assistència a actes informatius.

Taula 30 Assistència a algun acte informatiu l'últim més, per gènere

P15 EN L'ÚLTIM MES, HAS ASSISTIT A ALGUN ACTE INFORMATIU D'ALGUNA UNIVERSITAT?	Total	GENERE	
		Home	Dona
	(2345)	(1050)	(1295)
No	32,7	33,5	31,9
Sí	66,7	65,7	67,5
No contesta	0,6	0,7	0,5

6. Hi ha una desigual distribució del percentatge d'estudiants que diuen haver assistit l'últim mes a algun acte informatiu, en alguna de les *Demarcacions*, tal com s'observa a la taula 31.
- a) A la demarcació de Barcelona, el percentatge d'estudiants que ha participat en algun acte informatiu (65,5%) està lleugerament per sota de la mitjana (66,7%).

- b) En canvi, a la demarcació de Tarragona la proporció d'assistents és la més alta de totes les demarcacions (79,5%), sensiblement superior a la mitjana.
- c) Pel que fa a la demarcació de Girona, el percentatge d'assistents (63,1%) és lleugerament inferior a la mitjana.
- d) Per contra, a la demarcació de Lleida, amb el 59,5% d'assistents, es troba el menor percentatge relatiu de totes les demarcacions.

Taula 31 *Assistència a algun acte informatiu l'últim més, per demarcació*

P15 EN L'ÚLTIM MES, HAS ASSISTIT A ALGUN ACTE INFORMATIU D'ALGUNA UNIVERSITAT?	Total (2345)	DEMARCATIÓ				
		BCN capital (661)	Demarcació de Barcelona (1135)	Demarcació de Tarragona (221)	Demarcació de Girona (192)	Demarcació de Lleida (136)
No	32,7	31,8	34,0	<20,1	36,6	40,2
Sí	66,7	67,1	65,5	>79,5	63,1	59,5
No contesta	0,6	1,1	0,4	0,5	0,4	0,3

7. D'altra banda, la taula 32 posa de manifest que els estudiants que disposen d'algun *Centre universitari a la població familiar* manifesten haver participat en algun acte informatiu en major proporció (69,3%) que aquells que no en disposen (64,4%).

Taula 32 *Assistència a algun acte informatiu l'últim més, per existència d'un centre universitari en la ciutat familiar*

P15 EN L'ÚLTIM MES, HAS ASSISTIT A ALGUN ACTE INFORMATIU D'ALGUNA UNIVERSITAT?	Total (2345)	EXISTÈNCIA CENTRE UNIVERSITARI EN LA CIUTAT FAMILIAR		
		No (1185)	Sí (1109)	No contesta (51)
No	32,7	35,0	30,0	36,1
Sí	66,7	64,4	69,3	63,9
No contesta	0,6	0,5	0,7	0,0

4.1.1 TIPUS D'ACTE INFORMATIU AL QUAL HA ASSISTIT

La resposta afirmativa sobre l'assistència a algun acte informatiu d'alguna universitat condueix a quatre possibles respostes tancades, amb un ítem obert per a cada una d'elles, amb l'objecte de reservar la possibilitat d'incorporar successives respostes obertes:

1. *Visita personal a la/les universitat/s (especificar)*
2. *Jornada de portes obertes de la/les universitat/s (especificar)*
3. *Xerrada a l'escola de la/les universitat/s (especificar)*
4. *Altres (especificar)*

Els resultats⁸¹ exposats a la taula 33 posen de manifest que el 50,2% dels estudiants que han assistit a algun acte informatiu d'alguna universitat al llarg de l'últim mes ho ha fet a la Jornada de portes obertes de la/les universitat/s, el 39,3% dels quals també ha assistit a alguna xerrada a l'escola d'alguna universitat, el 12,6% a visitat personalment alguna universitat/s i el 5,7% ha assistit a altres actes informatius.

El 48,3% d'aquells que han assistit a algun acte informatiu al llarg de l'últim mes ha participat en alguna xerrada a l'escola de la/les universitats, el 40,9% dels quals també ha assistit a la jornada de portes obertes de la/les universitat/s, el 17,3% ha visitat personalment la/les universitat/s i el 4,0% ha assistit a altres actes informatius.

La visita a la/les universitat/s representa un percentatge sensiblement inferior (17,5%), el 47,6% dels quals ha assistit a alguna xerrada a l'escola d'alguna universitat, el 35,9% ha assistit a

⁸¹ Davant la pregunta *En l'últim mes has assistit a algun acte informatiu d'alguna universitat?*, l'alumnat podia donar més d'una resposta; per tant, els percentatges s'han calculat sobre el total de respostes.

alguna jornada de portes obertes de la/les universitat/s i el 3,4% ha participat en altres actes informatius.

Finalment, tan sols el 9,5% dels assistents a algun acte informatiu ha participat en altres actes informatius promoguts per alguna universitat.

Taula 33 Tipus d'acte informatiu a que ha assistit l'últim mes

EN L'ÚLTIM MES HAS ASSISTIT A ALGUN ACTE INFORMATIU D'ALGUNA UNIVERSITAT?	Total	ASSISTÈNCIA A ACTES INFORMATIUS		
		Visita personal a la/les universitat/s	Jornada de portes obertes a la /les universitat/s	Xerrada a l'escola de la/les universitat/s
<i>Total</i>	(1564)	(274)	(785)	(755)
Visita personal a la/les universitat/s	17,5	>100,0	<12,6	17,3
Jornada de portes obertes de la/les universitat/s	50,2	<35,9	>100,0	<40,9
Xerrada a l'escola de la/les universitat/s	48,3	47,6	<39,3	>100,0
Altres actes informatius	9,5	<3,4	<5,7	<4,0

(Base: només entre els estudiants que en el darrer mes han assistit a algun acte informatiu d'alguna universitat)

4.1.1.1. Visita personal a la/les universitat/s

A continuació es realitza una anàlisi del primer tipus d'acte reflectit en l'estudi: el contacte personal amb la/les universitat/s:

1. Del *Total* d'assistents a algun acte informatiu (taula 34), el 17,5% manifesta haver visitat personalment la universitat durant l'últim mes. Aquesta xifra representa tan sols el 13% del total d'estudiants de la mostra (2.345).
2. Segons la *Intenció d'anar a la universitat* (taula 34), el percentatge és lleugerament superior a la mitja en el cas d'aquells que manifesten la intenció d'anar a la universitat (18,9%). En canvi, aquells que tenen un escàs (18,2%) o nul interès (17,5%) en accedir-hi diuen haver assistit en major percentatge que aquells que indiquen que segurament hi

aniran (14,9%). Segons això, s'intueix que una part de l'alumnat que ha respòs afirmativament a la participació en aquests tipus d'actes, en realitat podia voler referir-se a la participació en alguna jornada de portes obertes.

Taula 34 *Contacte personal amb la/les universitat/s, per intenció d'anar-hi*

P15_1 CONTACTE PERSONAL AMB LA /LES UNIVERSITAT/S	Total	INTENCIÓ D'ANAR A LA UNIVERSITAT					
		Sí	Segurament sí	Encara no ho sé	No	Segurament no	No contesta
	(274)	(170)	(49)	(24)	(18)	(12)	(1)
Sí	17,5	18,9	14,9	13,4	17,5	18,2	8,5
No	82,5	81,1	85,1	86,6	82,5	81,8	91,5

(Base: només entre els estudiants que en el darrer mes han assistit a visita personal a una universitat)

3. Tot tenint en compte el reduït nombre de la mostra, l'anàlisi de resultats, segons la *Modalitat de batxillerat* (taula 35) posa de relleu que dels estudiants que manifesten haver contactat personalment amb alguna universitat, els que cursen les modalitats de batxillerat d'Arts (21,5%), de Científic-Tecnològic (19,4%) i d'Humanitats-Ciències Socials (19,3%) són els que percentualment indiquen haver contactat amb alguna universitat en major nombre que la mitjana; en canvi, el 15,1% de l'alumnat de Ciències de la Salut i el 16,4% del de la modalitat de Ciències Socials ho fan en menor percentatge.

Taula 35 *Contacte personal amb la/les universitat/s, per modalitat de batxillerat*

P15_1 CONTACTE PERSONAL AMB LA /LES UNIVERSITAT/S	Total	MODALITAT DE BATXILLERAT							
		Científic - Tecnològic	Ciències Socials	Ciències de la Salut	Humanita ts	Humanitat i Ciències Socials	Científic i Ciències de la Salut	Arts	No contesta
	(274)	(70)	(72)	(44)	(32)	(22)	(22)	(10)	(2)
Sí	17,5	19,4	16,4	15,1	16,2	19,3	18,4	21,5	21,8
No	82,5	80,6	83,6	84,9	83,8	80,7	81,6	78,5	78,2

(Base: només entre els estudiants que en el darrer mes han assistit a visita personal a una universitat)

4. Segons la *Titularitat del centre* (taula 36), el 23,2% d'estudiants de centres privats reconeixen haver contactat personalment amb alguna universitat, mentre que només ho fa el 13,9% dels pertanyents a centres de titularitat pública. Aquestes dades posen de manifest que en l'àmbit privat l'alumnat efectua una recerca més intensa mitjançant les fons d'informació empíriques.

Taula 36 *Contacte personal amb la/les universitat/s, per titularitat del centre*

P15_1 CONTACTE PERSONAL AMB LA /LES UNIVERSITAT/S	Total (274)	TITULARITAT CENTRE	
		Públic (166)	Privat (108)
Sí	17,5	<13,9	>23,2
No	82,5	86,1	76,8

(Base: només entre els estudiants que en el darrer mes han assistit a visita personal a una universitat)

5. Segons el *Gènere* (taula 37), els homes manifesten haver contactat personalment amb una institució universitària en major percentatge (20,8%) que les dones (15%).

Taula 37 *Contacte personal amb la/les universitat/s, per gènere*

P15_1 CONTACTE PERSONAL AMB LA /LES UNIVERSITAT/S	Total (274)	GENERE	
		Home (119)	Dona (155)
Sí	17,5	>20,8	15,0
No	82,5	79,2	85,0

(Base: només entre els estudiants que en el darrer mes han assistit a visita personal a una universitat)

6. Pel que fa a la *Demarcació* (taula 38), i segons la representativitat de la mostra, l'alumnat de la de Barcelona capital (18,2%) i de la demarcació de Barcelona (18,1%) semblen mobilitzar-se més a l'hora de cercar alternatives per

accedir a la universitat. En canvi a les de Girona (14,9%) i de Lleida (7,9%), malgrat la escassa representativitat de la mostra, ho fan en menor proporció.

Taula 38 *Contacte personal amb la/les universitat/s, per demarcació*

P15_1 CONTACTE PERSONAL AMB LA /LES UNIVERSITAT/S	Total (274)	DEMARCATIÓ				
		BCN capital (73)	Demarcació de Barcelona (140)	Demarcació de Tarragona (29)	Demarcació de Girona (19)	Demarcació de Lleida (13)
Sí	17,5	18,2	18,1	18,9	14,9	<7,9
No	82,5	81,8	81,9	81,1	85,1	92,1

(Base: només entre els estudiants que en el darrer mes han assistit a visita personal a una universitat)

7. Quan s'analitza el contacte personal en funció de l'*Existència d'un centre universitari a la població familiar* (taula 39) es constata una major disposició de l'alumnat si aquest està prop del domicili familiar (18,3%). En funció d'aquestes dades, s'intueix que la proximitat física a una institució d'educació superior pot exercir en l'estudiant una major influència i predisposició al contacte personal amb la mateixa.

Taula 39 *Contacte personal amb la/les universitat/s, per existència de centre universitari en la població familiar*

P15_1 CONTACTE PERSONAL AMB LA /LES UNIVERSITAT/S	Total (274)	EXISTÈNCIA CENTRE UNIVERSITARI EN LA CIUTAT FAMILIAR		
		No (137)	Sí (131)	No contesta (6)
Sí	17,5	16,7	18,3	20,5
No	82,5	83,3	81,7	79,5

(Base: només entre els estudiants que en el darrer mes han assistit a visita personal a una universitat)

4.1.1.1.a. Universitat/s visitada/es personalment

En aquest sub-apartat s'analitza quines han estat les universitats catalanes on els estudiants han assistit a algun acte informatiu el darrer mes.

De les dades exposades es deriva el següent:

1. Segons els percentatges *Totals* (taula 40),⁸² la UAB, amb el 26,4% de visites, és la universitat més visitada personalment pels estudiants, seguida de la URL, amb el 13% i de la UB, amb el 10,3%. Les menys visitades són la URV (2,1%), la UDG (1,7%), la UVIC (0,9%) i, finalment, la UDL, amb només el 0,3%. Contrasta l'alt percentatge d'estudiants que no ha indicat el nom de la/es universitat/s visitades (32,7%), la qual cosa, sorprenent per l'escàs nivell de recordació, sembla posar de manifest una visita passiva i no motivada per aquest segment de la mostra.
2. L'anàlisi segons la *Intenció d'anar a la universitat*, permet observar les següents diferències (taula 40):
 - a) Pel què fa a l'alumnat que manifesta la intenció d'anar a la universitat, els percentatges de visites a la major part d'universitats estan sobre la mitjana a cada universitat. Les desviacions més significatives corresponen als increments sobre la mitja a la URL (16,6%), UPF (5,9%) i UIC (5,2%).
 - b) En el grup que manifesta que segurament hi anirà creix notablement el nombre de visites sobre la mitjana a la UAB (36,3%), UB (14,3%) i UPC (10,6%); en canvi, baixa clarament a la UPF (1,9%).
 - c) A la resta de grups, el nombre d'estudiants que ha visitat alguna universitat és poc representatiu per fer una anàlisi acurada de les dades; únicament, cal destacar l'alt

⁸² Davant la pregunta *...a quines universitats has assistit?*, els estudiants podien proporcionar més d'una resposta; per tant, els percentatges s'han calculat sobre el total de respostes.

percentatge d'estudiants que no indiquen la universitat/s visitada/des en el grup que manifesta que no té intenció d'anar a la universitat (77,3%).

Taula 40 *Visita personal a la/les universitat/s, per intenció d'anar-hi*

P15_BIS_1 A QUINES UNIVERSITATS HAS ASSISTIT - VISITA PERSONAL	Total (274)	INTENCIÓ D'ANAR A LA UNIVERSITAT					
		Sí	Segurament sí	Encara no ho sé	No	Segurament no	No contesta
		(170)	(49)	(24)	(18)	(12)	(1)
Universitat Autònoma de Barcelona (UAB)	26,4	25,7	36,3	28,2	18,8	12,2	0,0
Universitat Ramon Llull (URL)	13,0	16,6	8,5	5,8	0,0	5,7	0,0
Universitat de Barcelona (UB)	10,3	9,8	14,3	9,5	0,0	22,0	0,0
Universitat Abat Oliba CEU (UAO)	8,0	8,9	6,8	3,8	3,9	11,5	0,0
Universitat Politècnica de Catalunya (UPC)	6,8	7,4	10,6	0,0	0,0	5,7	0,0
Universitat Pompeu Fabra (UPF)	4,3	5,9	1,9	0,0	0,0	0,0	0,0
Universitat Internacional de Catalunya (UIC)	3,6	5,2	0,8	0,0	0,0	0,0	0,0
Universitat Rovira i Virgili (URV)	2,1	1,8	3,7	5,2	0,0	0,0	0,0
Universitat de Girona (UDG)	1,7	2,4	0,8	0,0	0,0	0,0	0,0
Universitat de Vic (UVIC)	0,9	0,7	2,6	0,0	0,0	0,0	0,0
Fora de Catalunya	0,6	0,5	1,7	0,0	0,0	0,0	0,0
Universitat de Lleida (UDL)	0,3	0,0	0,9	2,0	0,0	0,0	0,0
No contesta	32,7	27,0	27,0	45,6	>77,3	48,5	100,0

(Base: només entre els estudiants que en el darrer mes han assistit a una visita personal a una universitat)

3. La visita personal a la/les universitat/s, segons la *Modalitat de batxillerat*, posa de manifest el següent (taula 41):

- a) En el grup Científic-Tecnològic hi ha diferències significatives a la UPF, on el percentatge de visites (19,6%) es situa per sobre de la seva mitjana (6,8%).
- b) Pel què fa al grup de Ciències Socials, destaca el percentatge de visites a la UAO (14,6%), superior també a la seva mitjana (8,0%).

- c) El més rellevant en el grup de Ciències de la Salut és el major percentatge de visites a la UAB (39,6%) i UB (14,6%) i el descens a la UAO (2,8%), respecte a les seves mitjanes (26,4%, 10,3% i 8,0%, respectivament).
- d) En la modalitat d'Humanitats, el percentatge de visites a la UB (30,0%) es situa per sobre de la seva mitjana (10,3%). Destaca també l'increment a la UAB (35,3%) respecte a la mitjana (26,4%).
- e) En el grup d'Humanitats i Ciències Socials la UAB (32,9%), UPF (7,5%), UIC (8,5%) i UVIC (3,0%) es situen per sobre de la seva mitjana. En canvi, per sota es troba la URL (5,9%) i la UPC (0,0%). És significatiu en aquest grup l'índex d'estudiants que no indiquen la universitat/s visitada/es (43,6%), en un percentatge superior a la mitjana (32,7%).
- f) L'alumnat en la modalitat Científic i Ciències de la Salut presenta increments rellevants respecte a la mitjana a la UAB (47,3%) i URL (22,5%), així com a la UIC (5,5%) i la UVIC (2,8%); en canvi es nul·la l'assistència a la UAO, UPF, URV, UDG i UDL.
- g) El grup d'Arts, amb una mostra de només 14 alumnes, presenta valors clarament superiors a la mitja a la URL (34,5%, front 13,0%) i fora de Catalunya (5,6%, front 0,6%).

Taula 41 *Visita personal a la/les universitat/s, per modalitat de batxillerat*

P15_BIS_1 A QUINES UNIVERSITATS HAS ASSISTIT - VISITA PERSONAL	Total	MODALITAT DE BATXILLERAT							
		Científic - Tecnològic	Ciències Socials	Ciències de la Salut	Humanita ts	Humanitat i Ciències Socials	Científic i Ciències de la Salut	Arts	No contesta
	(274)	(70)	(72)	(44)	(32)	(22)	(22)	(10)	(2)
Universitat Autònoma de Barcelona (UAB)	26,4	17,1	17,5	39,6	35,3	32,9	>47,3	24,0	0,0
Universitat Ramon Llull (URL)	13,0	12,3	12,6	6,2	9,2	5,9	22,5	>34,5	>60,7
Universitat de Barcelona (UB)	10,3	6,8	4,4	14,6	>30,0	7,3	7,1	17,6	0,0
Universitat Abat Oliba CEU (UAO)	8,0	9,7	>14,6	2,8	4,7	5,9	0,0	6,3	0,0
Universitat Politècnica de Catalunya (UPC)	6,8	>19,6	1,6	0,0	2,4	0,0	4,8	5,6	0,0
Universitat Pompeu Fabra (UPF)	4,3	1,5	8,3	2,8	7,1	7,5	0,0	0,0	0,0
Universitat Internacional de Catalunya (UIC)	3,6	2,8	5,6	1,9	0,0	8,5	5,5	0,0	0,0
Universitat Rovira i Virgili (URV)	2,1	3,3	4,9	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Universitat de Girona (UDG)	1,7	1,6	0,0	4,6	2,4	1,4	0,0	5,6	0,0
Universitat de Vic (UVIC)	0,9	0,0	1,6	0,0	0,0	3,0	2,8	0,0	0,0
Fora de Catalunya	0,6	0,7	0,0	0,0	0,0	1,6	0,0	>5,6	0,0
Universitat de Lleida (UDL)	0,3	0,5	0,0	1,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
No contesta	32,7	29,9	38,6	35,4	16,4	43,6	31,0	29,6	39,3

(Base: només entre els estudiants que en el darrer mes han assistit a una visita personal a una universitat)

4. La *Titularitat del centre* permet identificar diferències significatives pel que fa a les visites personals a les universitats (taula 42):

- a) Els estudiants de centres públics visiten en major proporció les universitats públiques que les privades. La UAB és la que té un major percentatge de visites respecte a la seva mitjana (37,8%).
- b) En canvi, els estudiants de centres privats visiten amb major freqüència, en general, les universitats privades. És per això, que la URL (21,4%), UAO (14,9%) i UIC (7,0%) es situen clarament per sobre de la seva mitjana (13,0%, 8,0% i 3,6%, respectivament).

En canvi, la UAB, tot i ser la segona universitat més visitada (15,8%), el seu percentatge de visites es situa per sota de la seva mitjana (26,4%).

Taula 42 *Visita personal a la/les universitat/s, per titularitat del centre*

P15 BIS 1 A QUINES UNIVERSITATS HAS ASSISTIT - VISITA PERSONAL	Total (274)	TITULARITAT CENTRE	
		Públic (166)	Privat (108)
Universitat Autònoma de Barcelona (UAB)	26,4	>37,8	<15,8
Universitat Ramon Llull (URL)	13,0	<3,9	>21,4
Universitat de Barcelona (UB)	10,3	15,0	6,0
Universitat Abat Oliba CEU (UAO)	8,0	<0,6	>14,9
Universitat Politècnica de Catalunya (UPC)	6,8	5,3	8,2
Universitat Pompeu Fabra (UPF)	4,3	3,3	5,2
Universitat Internacional de Catalunya (UIC)	3,6	<0,0	>7,0
Universitat Rovira i Virgili (URV)	2,1	2,2	2,0
Universitat de Girona (UDG)	1,7	2,2	1,2
Universitat de Vic (UVIC)	0,9	0,0	1,7
Fora de Catalunya	0,6	0,3	0,9
Universitat de Lleida (UDL)	0,3	0,6	0,0
No contesta	32,7	36,7	29,0

(Base: només entre els estudiants que en el darrer mes han assistit a una visita personal a una universitat)

5. En funció del *Gènere* (taula 43), les diferències més significatives es troben a la URL, UB i UAO, on el percentatge de visites de dones (15,0%, 12,0% i 10,2%, respectivament) supera el d'homes (11,2%, 8,7% i 6,0%, respectivament). En canvi, a la UPC, el nombre de visites d'homes (8,8%) és clarament superior al de dones (4,6%).

Taula 43 *Visita personal a la/les universitat/s, per gènere*

P15_BIS_1 A QUINES UNIVERSITATS HAS ASSISTIT - VISITA PERSONAL	Total	GENERE	
		Home	Dona
	(274)	(119)	(155)
Universitat Autònoma de Barcelona (UAB)	26,4	27,1	25,6
Universitat Ramon Llull (URL)	13,0	11,2	15,0
Universitat de Barcelona (UB)	10,3	8,7	12,0
Universitat Abat Oliba CEU (UAO)	8,0	6,0	10,2
Universitat Politècnica de Catalunya (UPC)	6,8	8,8	4,6
Universitat Pompeu Fabra (UPF)	4,3	4,0	4,5
Universitat Internacional de Catalunya (UIC)	3,6	3,7	3,6
Universitat Rovira i Virgili (URV)	2,1	2,6	1,6
Universitat de Girona (UDG)	1,7	2,1	1,3
Universitat de Vic (UVIC)	0,9	0,0	1,8
Fora de Catalunya	0,6	0,4	0,8
Universitat de Lleida (UDL)	0,3	0,5	0,0
No contesta	32,7	31,0	34,5

(Base: només entre els estudiants que en el darrer mes han assistit a una visita personal a una universitat)

6. L'anàlisi segons la *Demarcació* permet observar les següents diferències (taula 44).
- El més significatiu a Barcelona capital és que el nombre de visites a la UAB (15,4%) és inferior a la seva mitjana (26,4%).
 - Per contra, a la demarcació de Barcelona, el nombre d'estudiants que visita la UAB (31,5%) està per sobre de la mitjana.
 - A la demarcació de Tarragona, la URV és qui presenta un percentatge superior a la mitjana (18,6%), tot i ser la tercera universitat més visitada, després de la UAB (37,0%) i la UB (20,3%).

- d) Respecte a la demarcació de Girona, el percentatge d'assistents a la UIC (15,9%) i UDG (9,5%) és superior a la mitjana (3,6% i 1,7%, respectivament), tot i ser dades poc significatives degut al reduït nombre de la mostra.
- e) El mateix passa a la demarcació de Lleida, que amb només una mostra de 6 estudiants, les dades no es poden extrapolar a tot l'univers.

En funció dels resultats observats, tot apunta que la proximitat geogràfica exerceix una notable influència a l'hora de visitar personalment alguna universitat.

Taula 44 *Visita personal a la/les universitat/s, per demarcació*

P15 BIS 1 A QUINES UNIVERSITATS HAS ASSISTIT - VISITA PERSONAL	Total (274)	DEMARCATIÓ				
		BCN capital (73)	Demarcació de Barcelona (140)	Demarcació de Tarragona (29)	Demarcació de Girona (19)	Demarcació de Lleida (13)
Universitat Autònoma de Barcelona (UAB)	26,4	15,4	31,5	37,0	21,0	0,0
Universitat Ramon Llull (URL)	13,0	14,8	12,6	13,6	9,5	6,4
Universitat de Barcelona (UB)	10,3	12,9	7,5	20,3	7,9	0,0
Universitat Abat Oliba CEU (UAO)	8,0	9,5	10,2	0,0	0,0	0,0
Universitat Politècnica de Catalunya (UPC)	6,8	9,8	7,2	0,0	2,0	6,4
Universitat Pompeu Fabra (UPF)	4,3	4,9	4,6	3,1	2,0	0,0
Universitat Internacional de Catalunya (UIC)	3,6	4,2	2,4	1,9	>15,9	0,0
Universitat Rovira i Virgili (URV)	2,1	0,0	0,0	>18,6	0,0	0,0
Universitat de Girona (UDG)	1,7	0,0	2,2	0,0	>9,5	0,0
Universitat de Vic (UVIC)	0,9	1,4	0,5	0,0	4,0	0,0
Fora de Catalunya	0,6	0,0	0,5	0,0	0,0	>15,4
Universitat de Lleida (UDL)	0,3	0,0	0,0	0,0	0,0	>12,9
No contesta	32,7	37,6	31,7	19,8	34,2	58,9

(Base: només entre els estudiants que en el darrer mes han assistit a una visita personal a una universitat)

7. Segons l'Existència d'un centre universitari a la població familiar, en general no hi ha diferències significatives a la mostra (taula 45). Cal subratllar, no obstant, que el

percentatge de visites a la UAO d'estudiants que no disposen de centre universitari a la població familiar (11,7%), està per sobre de la mitjana (8,0%).

Taula 45 *Visita personal a la/les universitat/s, per existència de centre universitari en la població familiar*

P15_BIS_1 A QUINES UNIVERSITATS HAS ASSISTIT - VISITA PERSONAL	Total (274)	EXISTÈNCIA CENTRE UNIVERSITARI EN LA CIUTAT FAMILIAR		
		No (137)	Sí (131)	No contesta (6)
Universitat Autònoma de Barcelona (UAB)	26,4	25,3	28,0	11,7
Universitat Ramon Llull (URL)	13,0	12,1	13,3	26,2
Universitat de Barcelona (UB)	10,3	9,9	11,3	0,0
Universitat Abat Oliba CEU (UAO)	8,0	11,7	4,9	0,0
Universitat Politècnica de Catalunya (UPC)	6,8	6,5	6,9	10,4
Universitat Pompeu Fabra (UPF)	4,3	5,1	3,7	0,0
Universitat Internacional de Catalunya (UIC)	3,6	4,7	2,8	0,0
Universitat Rovira i Virgili (URV)	2,1	2,7	1,7	0,0
Universitat de Girona (UDG)	1,7	2,5	1,0	0,0
Universitat de Vic (UVIC)	0,9	0,8	1,0	0,0
Fora de Catalunya	0,6	0,3	0,9	0,0
Universitat de Lleida (UDL)	0,3	0,3	0,3	0,0
No contesta	32,7	30,2	34,1	51,7

(Base: només entre els estudiants que en el darrer mes han assistit a una visita personal a una universitat)

4.1.1.2. Jornada de portes obertes de la/les universitat/s

Una altra variable analitzada per comprovar si d'alguna manera els canals i les fonts d'informació estan influïent en les decisions que prenen els estudiants quan finalitzin el batxillerat és la Jornada de portes obertes de la/les universitats.

Les dades més significatives de la mostra són les que es presenten a continuació.

1. El 50,2% dels estudiants que en el darrer mes han assistit a algun acte informatiu d'alguna universitat ha participat en

alguna Jornada de portes obertes. Aquest percentatge representa alhora el 33% del total d'estudiants de la mostra.

2. Si introduïm la *Intenció d'anar a la universitat*, es posen en evidència algunes diferències entre els diferents grups (taula 46):
 - a) El percentatge d'alumnes que té la intenció d'anar a la universitat (51,3%) està per sobre de la mitjana (50,2%).
 - b) El percentatge d'estudiants que manifesta que segurament hi anirà (50,9%) està lleugerament per sobre de la mitjana, però en un percentatge inferior.
 - c) El grup que encara no ho sap (51,8%) també ha assistit en major percentatge que la mitjana.
 - d) En canvi, el percentatge d'assistència dels que indiquen que no aniran a la universitat (33,6%) és clarament inferior a la mitjana. Sembla evident la manca d'interès d'aquest grup en rebre cap tipus d'informació quan té clar que no vol anar a la universitat.
 - e) El nombre d'estudiants que manifesta que segurament no anirà a la universitat (54,5%) és el que ha assistit en major proporció a alguna Jornada de portes obertes, la qual cosa contrasta amb el menor percentatge de participació dels grups que manifesten, en major o menor mesura, algun tipus d'interès en accedir-hi.
 - f) El grup que no contesta és poc significatiu (8 respostes), per tant, no s'escau una anàlisi de les dades d'aquest grup.

Taula 46 *Assistència a Jornada de portes obertes, per intenció d'anar a la universitat*

P15_2 ASSISTÈNCIA - JORNADA DE PORTES OBERTES DE LA/LES UNIVERSITAT/S	INTENCIÓ D'ANAR A LA UNIVERSITAT						
	Total	Sí	Segurament sí	Encara no ho sé	No	Segurament no	No contesta
	(785)	(486)	(141)	(70)	(52)	(34)	(3)
Sí	50,2	51,3	50,9	51,8	<33,6	54,5	45,3
No	49,8	48,7	49,1	48,2	>66,4	45,5	54,7

(Base: només entre els estudiants que en el darrer mes han assistit a jornada de portes obertes)

3. Tenint en compte la *Modalitat de batxillerat*, el més destacable és el següent (taula 47):

- a) El percentatge més alt d'assistència a alguna Jornada de portes obertes correspon als estudiants que cursen el Científic i Ciències de la Salut (55,9%) i Ciències de la Salut (55,7%), ambdós per sobre de la mitjana (50,2%).
- b) El grup d'Humanitats i Ciències Socials també ha assistit en una proporció per sobre de la mitjana (52,4%).
- c) Els alumnes en les modalitats d'Humanitats (49,3%), Científic-Tecnològic (48,5%), d'Arts (48,5%) i de Ciències Socials (47,3%) participen en conjunt per sota de la mitjana en alguna Jornada de portes obertes de les universitats.

Taula 47 *Assistència a Jornada de portes obertes, per modalitat de batxillerat*

P15_2 ASSISTÈNCIA - JORNADA DE PORTES OBERTES DE LA/LES UNIVERSITAT/S	MODALITAT DE BATXILLERAT								
	Total	Científic - Tecnològic	Ciències Socials	Ciències de la Salut	Humanita ts	Humanitat i Ciències Socials	Científic i Ciències de la Salut	Arts	No contesta
	(785)	(199)	(206)	(126)	(93)	(62)	(64)	(29)	(6)
SÍ	50,2	48,5	47,3	55,7	49,3	52,4	55,9	48,5	28,4
No	49,8	51,5	52,7	44,3	50,7	47,6	44,1	51,5	71,6

(Base: només entre els estudiants que en el darrer mes han assistit a jornada de portes obertes)

4. Segons la *Titularitat del centre* (taula 48), els estudiants de centres públics manifesten haver assistit a les Jornades de portes obertes de les universitats en una proporció superior (53,8%) als de centres privats (44,7%).

Taula 48 Assistència a Jornada de portes obertes, per titularitat del centre

P15_2 ASSISTÈNCIA - JORNADA DE PORTES OBERTES DE LA/LES UNIVERSITAT/S	Total (785)	TITULARITAT CENTRE	
		Públic (476)	Privat (309)
Sí	50,2	53,8	<44,7
No	49,8	46,2	>55,3

(Base: només entre els estudiants que en el darrer mes han assistit a jornada de portes obertes)

5. Existeixen diferències poc significatives en funció del *Gènere* (taula 49), on el percentatge de dones que han assistit a les Jornades de portes obertes de les universitats (51,5%) és lleugerament superior al d'homes (48,5%).

Taula 49 Assistència a Jornada de portes obertes, per gènere

P15_2 ASSISTÈNCIA - JORNADA DE PORTES OBERTES DE LA/LES UNIVERSITAT/S	Total (785)	GENERE	
		Home (342)	Dona (443)
Sí	50,2	48,5	51,5
No	49,8	51,5	48,5

(Base: només entre els estudiants que en el darrer mes han assistit a jornada de portes obertes)

6. Les diferències més rellevants expressades pels estudiants es reflecteixen quan s'introdueix la *Demarcació* (taula 50).
- a) El percentatge d'assistència a alguna Jornada de portes obertes és superior a les demarcacions de Tarragona, de Lleida i de Girona que a les de Barcelona ciutat i a la demarcació de Barcelona.

- A la demarcació de Tarragona (70,8%) és on es produeix l'increment més significatiu respecte a la mitja (50,2%).
- A les demarcacions de Girona (53,5%) i de Lleida (57,5%) la participació dels estudiants en aquests tipus d'actes també és superior a la mitjana.

b) Tot i haver un nombre significatiu d'universitats tan públiques com privades a Barcelona capital, el percentatge d'assistència a alguna Jornada de portes obertes en aquesta demarcació és tan sols del 41,4%. Així mateix, l'assistència a la demarcació de Barcelona (49,3%) també és inferior a la mitjana.

Tot apunta a que les escoles i/o el seu alumnat, davant la concentració d'una àmplia oferta universitària, esdevenen més impermeables a les fons empíriques d'informació que aquells que disposen d'una oferta limitada.

Taula 50 *Assistència a Jornada de portes obertes, per demarcació*

P15_2 ASSISTÈNCIA - JORNADA DE PORTES OBERTES DE LA/LES UNIVERSITAT/S	Total (785)	DEMARCATIÓ				
		BCN capital (210)	Demarcació de Barcelona (400)	Demarcació de Tarragona (83)	Demarcació de Girona (55)	Demarcació de Lleida (37)
Sí	50,2	<41,4	49,3	>70,8	53,5	57,5
No	49,8	>58,6	50,7	<29,2	46,5	42,5

(Base: només entre els estudiants que en el darrer mes han assistit a jornada de portes obertes)

7. Des d'el punt de vista de l'*Existència d'un centre universitari a la població familiar* (taula 51), el grup que manifesta no tenir-ne cap és quelcom més nombrós a l'hora d'assistir a alguna Jornada de portes obertes (52,5%) que el grup que en disposa (47,9%).

Taula 51 *Assistència a Jornada de portes obertes, per existència de centre universitari a la població familiar*

P15_2 ASSISTÈNCIA - JORNADA DE PORTES OBERTES DE LA/LES UNIVERSITAT/S	Total (785)	EXISTÈNCIA CENTRE UNIVERSITARI EN LA CIUTAT FAMILIAR		
		No (393)	Sí (376)	No contesta (16)
Sí	50,2	52,5	47,9	49,3
No	49,8	47,5	52,1	50,7

(Base: només entre els estudiants que en el darrer mes han assistit a jornada de portes obertes)

4.1.1.2.a. Universitat/s visitada/es en Jornada de portes obertes

A continuació s'analitzen les dades més representatives de les universitats on els estudiants han assistit a alguna Jornada de portes obertes, tenint en compte els criteris metodològics establerts en aquest estudi.

1. En valors *Totals* (taula 52),⁸³ més de la meitat de la mostra ha assistit a la Jornada de portes obertes de la UAB (53,2%), seguida a gran distància per la UPC (6,0%), URL (5,7%) i UB (5,0). La resta d'assistència a Jornades de portes obertes d'altres universitats està força repartida i oscil·la entre el 3,7% de la UAO i el 0,4% de la UVIC. A la taula destaca l'elevat percentatge d'estudiants que no contesten el nom de la universitat (26,3%). Aquest valor torna a reflectir un escàs nivell recordatori d'una part significativa d'estudiants que han assistit a algun acte informatiu d'alguna universitat i, per tant, sembla posar-se de manifest la manca de notorietat d'alguna de les universitats visitades o bé és conseqüència d'una visita passiva i poc motivada per aquest segment de la mostra.

⁸³ Davant la pregunta *A quina/es universitat/s has assistit en les Jornades de portes obertes, l'últim mes?*, l'alumnat podia donar més d'una resposta; per tant, els percentatges s'han calculat sobre el total de respostes.

2. Hi ha algunes diferències en l'assistència a les Jornades de portes obertes tenint en consideració la *Intenció d'anar a la universitat* (taula 52).
- a) El percentatge d'alumnes de la UAB (63,2%) i la UDG (1,5%), que manifesten que segurament aniran a la universitat està clarament per sobre de la seva mitjana (53,2% i 0,4%, respectivament).
- b) En canvi, els percentatges dels que manifesten que no hi aniran es redueix considerablement respecte a la mitja, pel que fa a la UAB (27,1%), i s'incrementa tant a la UAO (10,1%) com en el grup que no contesta (57,3%).
- c) En el grup que indica que segurament no anirà a la Universitat torna a destacar el nombre d'estudiants que no contesten el nom de la/es universitat/s (45,5%), força per sobre de la mitjana (26,3%).

Taula 52 *Assistència a Jornades de portes obertes de les universitats, per intenció d'anar a la universitat*

P15_BIS_2 A QUINES UNIVERSITATS HAS ASSISTIT - JORNADES DE PORTES OBERTES	Total (785)	INTENCIO D'ANAR A LA UNIVERSITAT					
		Sí (486)	Segurament sí (141)	Encara no ho sé (70)	No (52)	Segurament no (34)	No contesta (3)
Universitat Autònoma de Barcelona (UAB)	53,2	53,3	63,2	52,5	<27,1	42,1	25,5
Universitat Politècnica de Catalunya (UPC)	6,0	8,0	4,5	1,5	0,0	0,0	0,0
Universitat Ramon Llull (URL)	5,7	7,3	3,9	1,0	2,0	2,9	0,0
Universitat de Barcelona (UB)	5,0	5,6	3,9	1,1	7,4	7,3	0,0
Universitat Abat Oliba CEU (UAO)	3,7	3,6	2,3	4,4	>10,1	2,9	0,0
Universitat Rovira i Virgili (URV)	3,6	3,6	4,9	4,0	1,7	0,0	0,0
Universitat Internacional de Catalunya (UIC)	3,5	4,1	1,5	3,4	2,0	5,7	0,0
Universitat de Lleida (UDL)	2,5	2,6	2,6	2,8	1,5	1,0	0,0
Universitat Pompeu Fabra (UPF)	2,1	2,6	0,7	3,4	0,0	0,0	0,0
Universitat de Girona (UDG)	0,4	0,2	>1,5	0,0	0,0	0,0	0,0
Universitat de Vic (UVIC)	0,4	0,6	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Fora de Catalunya	0,1	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
No contesta	26,3	22,7	21,7	33,3	>57,3	>45,5	74,5

(Base: només entre els estudiants que en el darrer mes han assistit a una jornada de portes obertes)

3. Pel que fa a la *Modalitat de batxillerat* existeixen les següents diferències (taula 53):
- a) En el grup Científic-Tecnològic, el percentatge d'assistents a les Jornades de portes obertes de la UPC (20,0%) és força superior a la seva mitjana (6,0%); en canvi, és sensiblement inferior a la mitjana a la UAO (0,6%) i a la UPF (0,0%). Pel què fa a la UPC, cal tenir en compte que la principal via d'accés als seus estudis és a través d'aquesta modalitat de batxillerat; en canvi, tan la UAO com la UPF estan molt més orientades cap estudis dins l'àmbit de Ciències Socials.
 - b) Tot el contrari passa quan s'analitzen els valors en l'itinerari de Ciències Socials, on l'assistència a les Jornades de portes obertes de la UPC (1,8%) és sensiblement inferior a la mitjana d'aquesta universitat; per contra, és superior a la mitjana a les universitats URL (9,7%), UAO (8,6%) i UPF (5,2%).
 - c) En els grups de Ciències de la Salut i d'Humanitats i Ciències Socials torna a ser evident la disminució percentual d'assistents a les Jornades de la UPC (0,8%, en el primer cas, i 0,0% en el segon), respecte al promig d'aquesta universitat.
 - d) Pel què fa a la modalitat d'Humanitats, destaca l'increment, per sobre de la mitjana, a la UAO (7,7%); no obstant, en aquest grup destaca el major percentatge d'estudiants que no indica la universitat on ha assistit a la Jornada de portes obertes (31,1%).

Taula 53 *Assistència a Jornades de portes obertes de les universitats, per modalitat de batxillerat*

P15 BIS 2 A QUINES UNIVERSITATS HAS ASSISTIT - JORNADES DE PORTES OBERTES	Total	MODALITAT DE BATXILLERAT							
		Científic - Tecnològic	Ciències Socials	Ciències de la Salut	Humanita ts	Humanitat i Ciències Socials	Científic i Ciències de la Salut	Arts	No contesta
	(785)	(199)	(206)	(126)	(93)	(62)	(64)	(29)	(6)
Universitat Autònoma de Barcelona (UAB)	53,2	51,7	44,7	58,6	55,0	63,1	55,1	59,4	80,1
Universitat Politècnica de Catalunya (UPC)	6,0	>20,0	<1,8	<0,8	2,0	<0,0	2,1	2,5	0,0
Universitat Ramon Llull (URL)	5,7	6,0	>9,7	3,8	2,2	2,2	3,0	7,5	>30,1
Universitat de Barcelona (UB)	5,0	3,7	4,9	8,1	4,1	1,1	7,7	5,6	0,0
Universitat Abat Oliba CEU (UAO)	3,7	<0,6	>8,6	2,0	>7,7	1,7	0,0	0,0	0,0
Universitat Rovira i Virgili (URV)	3,6	3,2	4,9	2,5	4,1	4,5	3,8	0,0	0,0
Universitat Internacional de Catalunya (UIC)	3,5	2,8	5,4	2,0	2,0	2,0	6,8	1,2	19,9
Universitat de Lleida (UDL)	2,5	2,1	4,1	2,2	1,2	1,4	3,6	0,0	0,0
Universitat Pompeu Fabra (UPF)	2,1	<0,0	>5,2	1,7	0,0	4,9	0,0	2,5	0,0
Universitat de Girona (UDG)	0,4	0,6	0,0	1,4	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Universitat de Vic (UVIC)	0,4	0,7	0,0	0,0	0,8	0,0	0,9	0,0	0,0
Fora de Catalunya	0,1	0,3	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
No contesta	26,3	22,5	29,7	24,1	31,1	22,9	29,1	24,1	19,9

(Base: només entre els estudiants que en el darrer mes han assistit a una jornada de portes obertes)

4. L'anàlisi segons la *Titularitat del centre* (taula 54), posa de manifest que els estudiants de centres públics (27,1%) assisteixen en una proporció lleugerament superior que els alumnes de centres privats (24,7%) a les Jornades de portes obertes de les universitats. Una observació més detallada d'aquestes dades posa de relleu el següent:

- a) Pel què fa als centres públics, el percentatge de subjectes que assisteix a la UAB (62,1%) és superior a la seva mitjana (53,2%). Per contra, el percentatge d'assistents a la URL (0,6%), UAO (0,6%) i UIC (0,0%) és sensiblement inferior (5,7%, 3,7% i 3,5%, respectivament).

- b) Respecte als centres privats, l'alumnat indica haver assistit en menor proporció que la mitjana a la UAB (36,7%), però en major percentatge a la URL (15,0%), UAO (9,2%) i UIC (10,0%).

Taula 54 *Assistència a Jornades de portes obertes de les universitats, per titularitat del centre*

P15 BIS 2 A QUINES UNIVERSITATS HAS ASSISTIT - JORNADES DE PORTES OBERTES	Total (785)	TITULARITAT CENTRE	
		Públic (476)	Privat (309)
Universitat Autònoma de Barcelona (UAB)	53,2	>62,1	<36,7
Universitat Politècnica de Catalunya (UPC)	6,0	4,6	8,5
Universitat Ramon Llull (URL)	5,7	<0,6	>15,0
Universitat de Barcelona (UB)	5,0	5,4	4,2
Universitat Abat Oliba CEU (UAO)	3,7	<0,6	>9,2
Universitat Rovira i Virgili (URV)	3,6	2,3	>6,2
Universitat Internacional de Catalunya (UIC)	3,5	<0,0	>10,0
Universitat de Lleida (UDL)	2,5	2,0	3,4
Universitat Pompeu Fabra (UPF)	2,1	2,0	2,2
Universitat de Girona (UDG)	0,4	0,5	0,2
Universitat de Vic (UVIC)	0,4	0,0	1,0
Fora de Catalunya	0,1	0,0	0,2
No contesta	26,3	27,1	24,7

(Base: només entre els estudiants que en el darrer mes han assistit a una jornada de portes obertes)

5. En funció del *Gènere* (taula 55), el més destacable és que el percentatge d'homes que manifesta haver assistit a alguna Jornada de portes obertes a la UPC (11,9%) és força superior al de dones (1,7%).

Això sembla posar de manifest, un cop més, una certa inclinació dels homes cap a estudis de tipus tècnic i científic.

Taula 55 *Assistència a Jornades de portes obertes de les universitats, per gènere*

P15_BIS_2 A QUINES UNIVERSITATS HAS ASSISTIT - JORNADES DE PORTES OBERTES	Total	GENERE	
		Home	Dona
	(785)	(342)	(443)
Universitat Autònoma de Barcelona (UAB)	53,2	54,1	52,6
Universitat Politècnica de Catalunya (UPC)	6,0	>11,9	<1,7
Universitat Ramon Llull (URL)	5,7	7,0	4,7
Universitat de Barcelona (UB)	5,0	5,1	4,9
Universitat Abat Oliba CEU (UAO)	3,7	2,3	4,6
Universitat Rovira i Virgili (URV)	3,6	2,6	4,4
Universitat Internacional de Catalunya (UIC)	3,5	3,5	3,5
Universitat de Lleida (UDL)	2,5	2,8	2,3
Universitat Pompeu Fabra (UPF)	2,1	1,5	2,5
Universitat de Girona (UDG)	0,4	0,5	0,3
Universitat de Vic (UVIC)	0,4	0,4	0,3
Fora de Catalunya	0,1	0,2	0,0
No contesta	26,3	22,4	29,1

(Base: només entre els estudiants que en el darrer mes han assistit a una jornada de portes obertes)

6. La taula 56 mostra els subjectes que van assistir a les Jornades de portes obertes, segons la *Demarcació*. La observació d'aquestes dades posa de relleu el següent:
- A Barcelona capital, els percentatges d'assistència a les Jornades de Portes obertes de la UPC (9,9%) i de la UAO (9,9%) estan per sobre de la seva mitjana (6,0% i 3,7%, respectivament), mentre que a la URV (0,0%) i a la UPF (0,0%) estan per sota (3,6% i 2,1%, respectivament).
 - A la demarcació de Barcelona, tant els assistents a la URV (0,0%) com a la UDL (0,2%) estan per sota de la seva mitjana (3,6% i 2,5%, respectivament).
 - Pel què fa a la demarcació de Tarragona, el percentatge d'assistents a la URV (24,3%) és clarament superior a la

mitjana (3,6%). En canvi, el grup que no contesta (13,7%) és inferior a la mitjana (26,3%).

- d) A la demarcació de Girona, els percentatges d'estudiants que participen a les Jornades de portes obertes de la UB (12,1%) i de la UDG (5,3%) estan per sobre de la seva mitjana, mentre que el de la UPC (0,0%), està per sota.
- e) A la demarcació de Lleida, el percentatge d'assistents a la UAB (3,4%) és clarament inferior a la seva mitjana (53,2%); en canvi, els assistents a la UDL (41,2%) i fora de Catalunya (1,2%) estan per sobre (2,5% i 0,1%, respectivament).

Taula 56 *Assistència a Jornades de portes obertes de les universitats, per demarcació*

P15_BIS_2 A QUINES UNIVERSITATS HAS ASSISTIT - JORNADES DE PORTES OBERTES	Total (785)	DEMARCATIÓ				
		BCN capital (210)	Demarcació de Barcelona (400)	Demarcació de Tarragona (83)	Demarcació de Girona (55)	Demarcació de Lleida (37)
Universitat Autònoma de Barcelona (UAB)	53,2	50,0	55,7	62,5	63,1	<3,4
Universitat Politècnica de Catalunya (UPC)	6,0	>9,9	7,0	1,8	<0,0	0,9
Universitat Ramon Llull (URL)	5,7	8,0	6,9	1,8	1,7	0,9
Universitat de Barcelona (UB)	5,0	7,1	3,2	6,3	>12,1	0,0
Universitat Abat Oliba CEU (UAO)	3,7	>9,9	2,4	1,3	1,0	0,0
Universitat Rovira i Virgili (URV)	3,6	<0,0	<0,0	>24,3	0,0	0,0
Universitat Internacional de Catalunya (UIC)	3,5	5,6	3,4	<0,0	7,8	0,0
Universitat de Lleida (UDL)	2,5	0,6	<0,2	0,0	0,6	>41,2
Universitat Pompeu Fabra (UPF)	2,1	<0,0	3,0	3,0	1,1	0,9
Universitat de Girona (UDG)	0,4	0,0	0,0	0,0	>5,3	0,0
Universitat de Vic (UVIC)	0,4	0,0	0,5	0,0	1,1	0,0
Fora de Catalunya	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	>1,2
No contesta	26,3	21,9	30,6	<13,7	17,0	>51,5

(Base: només entre els estudiants que en el darrer mes han assistit a una jornada de portes obertes)

Tot apunta a que la UAB té una alta capacitat de convocatòria a les seves Jornades de portes obertes. La titularitat pública, el caràcter de *campus*, així com l'àmplia oferta de titulacions que ofereix genera una forta atractivitat de la demanda d'altres demarcacions. A la resta d'universitats hi assisteixen estudiants provinents, en general, de la pròpia demarcació.

7. No sembla un factor rellevant per assistir a les Jornades de portes obertes d'una universitat l'*Existència d'un centre universitari a la població familiar* (taula 57). En tot cas, es produeixen increments sobre la mitjana a la UPC (8,5%) i a la URL (8,4%), per aquells estudiants que viuen a la mateixa població on són presents aquestes universitats. Per contra, el percentatge d'aquest grup que no contesta (20,7%) està per sota de la mitjana (26,3%).

Taula 57 *Assistència a Jornades de portes obertes de les universitats, per existència de centre universitari a la població familiar*

P15_BIS_2 A QUINES UNIVERSITATS HAS ASSISTIT - JORNADES DE PORTES OBERTES	Total (785)	EXISTÈNCIA CENTRE UNIVERSITARI EN LA CIUTAT FAMILIAR		
		No (393)	Sí (376)	No contesta (16)
Universitat Autònoma de Barcelona (UAB)	53,2	55,1	52,0	32,5
Universitat Politècnica de Catalunya (UPC)	6,0	3,7	>8,5	6,6
Universitat Ramon Llull (URL)	5,7	3,5	>8,4	0,0
Universitat de Barcelona (UB)	5,0	6,2	3,8	0,0
Universitat Abat Oliba CEU (UAO)	3,7	2,0	5,4	6,6
Universitat Rovira i Virgili (URV)	3,6	3,7	3,7	0,0
Universitat Internacional de Catalunya (UIC)	3,5	3,9	3,0	4,3
Universitat de Lleida (UDL)	2,5	1,9	3,3	0,0
Universitat Pompeu Fabra (UPF)	2,1	2,5	1,7	0,0
Universitat de Girona (UDG)	0,4	0,8	0,0	0,0
Universitat de Vic (UVIC)	0,4	0,6	0,1	0,0
Fora de Catalunya	0,1	0,0	0,1	0,0
No contesta	26,3	30,0	<20,7	>54,4

(Base: només entre els estudiants que en el darrer mes han assistit a una jornada de portes obertes)

4.1.1.3. Xerrada a l'escola de la/les universitat/s

En aquest apartat de la investigació s'analitza l'opinió manifestada per la mostra d'estudiants que en el darrer mes han assistit a algun acte informatiu, sobre l'assistència a xerrades informatives que les universitats realitzen a les escoles.

L'observació de les dades posa de manifest el següent (taula 58):

1. Pel què fa als valors *Totals*, el 48,3% d'assistents a algun acte informatiu manifesta haver participat en alguna xerrada de la/les universitat/s a l'escola. Això representa el 35,4% del total d'estudiants de la mostra.
2. Segons la *Intenció d'anar a la universitat*, el percentatge del grup que manifesta tenir la intenció d'anar-hi (50,7%) està per sobre de la mitjana (48,3%), mentre que la resta de grups està per sota, excepte el grup que creu que segurament no hi anirà (53,8%).

Taula 58 *Xerrada a l'escola de la/es universitat/s, per intenció d'anar a la universitat*

P15_3 ASSISTÈNCIA - XERRADA A L'ESCOLA DE LA/LES UNIVERSITAT/S	Total	INTENCIÓ D'ANAR A LA UNIVERSITAT					
		Sí	Segurament sí	Encara no ho sé	No	Segurament no	No contesta
	(755)	(467)	(135)	(67)	(50)	(32)	(3)
Sí	48,3	50,7	43,0	43,1	43,9	53,8	29,5
No	51,7	49,3	57,0	56,9	56,1	46,2	70,5

(Base: només entre els estudiants que en el darrer mes han assistit a xerrada a l'escola de les universitats)

3. Les diferències més significatives per *Modalitat de batxillerat* són les que s'observen a continuació (taula 59):

- a) Els que cursen la modalitat de Humanitats i Ciències Socials són els que assisteixen en major percentatge (54,3%) que la mitjana (48,3%) a alguna xerrada a l'escola per part de la/es universitat/s. A continuació els segueixen els de les modalitats Científic i Ciències de la Salut (53,1%) i de Ciències Socials (49,4%).
- b) Els que menys hi assisteixen són els pertanyents a les modalitats d'Arts (45,4%) i de Científic-Tecnològic (43,0%).

Taula 59 Xerrada a l'escola de la/es universitat/s, per modalitat de batxillerat

P15_3 ASSISTÈNCIA - XERRADA A L'ESCOLA DE LA/LES UNIVERSITAT/S	Total (755)	MODALITAT DE BATXILLERAT							
		Científic - Tecnològic (192)	Ciències Socials (199)	Ciències de la Salut (121)	Humanita ts (89)	Humanitat i Ciències Socials (60)	Científic i Ciències de la Salut (61)	Arts (28)	No contesta (6)
Sí	48,3	43,0	49,4	50,9	46,4	54,3	53,1	45,4	56,4
No	51,7	57,0	50,6	49,1	53,6	45,7	46,9	54,6	43,6

(Base: només entre els estudiants que en el darrer mes han assistit a xerrada a l'escola de les universitats)

4. Pel què fa a la *Titularitat del centre* (taula 60), els estudiants de centres privats han assistit a alguna xerrada a l'escola en un percentatge clarament superior (65,6%) respecte als de centres públics (34,5%).

Taula 60 Xerrada a l'escola de la/es universitat/s, per titularitat del centre

P15_3 ASSISTÈNCIA - XERRADA A L'ESCOLA DE LA/LES UNIVERSITAT/S	Total (755)	TITULARITAT CENTRE	
		Públic (458)	Privat (297)
Sí	48,3	<37,0	>65,5
No	51,7	>63,0	<34,5

(Base: només entre els estudiants que en el darrer mes han assistit a xerrada a l'escola de les universitats)

5. En funció del *Gènere* (taula 61), el percentatge de dones que ha assistit a alguna xerrada a l'escola (50,7%) supera el d'homes (45,1%).

Taula 61 *Xerrada a l'escola de la/es universitat/s, per gènere*

P15_3 ASSISTÈNCIA - XERRADA A L'ESCOLA DE LA/LES UNIVERSITAT/S	Total (755)	GÈNERE	
		Home (329)	Dona (426)
Sí	48,3	45,1	50,7
No	51,7	54,9	49,3

(Base: només entre els estudiants que en el darrer mes han assistit a xerrada a l'escola de les universitats)

6. Segons la *Demarcació*, hi ha les següents diferències en els percentatges d'estudiants que afirmen haver assistit l'últim mes a alguna xerrada a l'escola (taula 62):
- A Barcelona capital (48,9%) no hi ha diferències significatives respecte a la mitjana (48,3%).
 - A la demarcació de Barcelona, el percentatge d'estudiants que ha assistit a alguna xerrada a l'escola està per sota de la mitjana (43,5%).
 - En canvi, a la demarcació de Tarragona el percentatge dels que hi han assistit (53,6%) està per sobre.
 - A la demarcació de Girona hi ha el major percentatge d'assistents (75,7%).
 - Per contra, a la demarcació de Lleida, el percentatge d'assistents (42,7%) està per sota de la mitjana, essent el més baix de totes les demarcacions.

Taula 62 Xerrada a l'escola de la/es universitat/s, per demarcació

P15_3 ASSISTÈNCIA - XERRADA A L'ESCOLA DE LA/LES UNIVERSITAT/S	Total	DEMARCATIÓ				
		BCN capital	Demarcació de Barcelona	Demarcació de Tarragona	Demarcació de Girona	Demarcació de Lleida
	(755)	(202)	(385)	(80)	(53)	(35)
Sí	48,3	48,9	<43,5	53,6	>75,7	42,7
No	51,7	51,1	56,5	46,4	<24,3	57,3

(Base: només entre els estudiants que en el darrer mes han assistit a xerrada a l'escola de les universitats)

7. Pel què fa a l'Existència d'un centre universitari a la població familiar (taula 63), el grup que manifesta disposar-ne (50,6%) diu que assisteix en major nombre a una xerrada a l'escola que el grup que no en disposa (46,5%).

Taula 63 Xerrada a l'escola de la/es universitat/s, per existència de centre a la població familiar

P15_3 ASSISTÈNCIA - XERRADA A L'ESCOLA DE LA/LES UNIVERSITAT/S	Total	EXISTÈNCIA CENTRE UNIVERSITARI EN LA CIUTAT FAMILIAR		
		No	Sí	No contesta
	(755)	(378)	(362)	(16)
Sí	48,3	46,5	50,6	37,2
No	51,7	53,5	49,4	62,8

(Base: només entre els estudiants que en el darrer mes han assistit a xerrada a l'escola de les universitats)

4.1.1.3.a. Universitat/s que ha/n fet alguna xerrada a l'escola

A partir de les dades d'estudiants que han assistit a alguna xerrada a l'escola promoguda per alguna universitat, s'analitza la participació de les universitats on l'alumnat ha assistit.

1. Pel que fa als valors *Totals* (taula 64),⁸⁴ el major nombre d'assistents correspon a la URL (13,4%), seguida de la UPF (13,2%), la UVIC (10,8%) i UAB (10,5%). La classificació es tanca amb la UDG (3,9%), la UIC (1,7%), fora de Catalunya (0,8%) i la UDL (0,2%). És significatiu en aquesta taula l'alt

⁸⁴ Davant la pregunta *En l'últim mes, quina/es universitat/s ha/n fet una xerrada informativa a l'escola?*, l'alumnat podia donar més d'una resposta; per tant, els percentatges s'han calculat sobre el total de respostes.

percentatge d'estudiants que no contesta (47,2%). Això sembla posar novament de manifest l'escàs nivell de recordació d'algunes universitats per una part rellevant de la mostra, potser com a conseqüència de la manca de notorietat d'alguna de les universitats participants a les xerrades.

2. Segons la *Intenció d'anar a la universitat* (taula 64), s'observa alguna diferència significativa:

- a) El grup que té intenció d'anar a la universitat, assisteix a les xerrades de la URL (6,3%) en menor proporció que la mitjana (13,4%).
- b) Així mateix, el grup que manifesta no tenir intenció d'anar a la universitat, assisteix a les xerrades de la UVIC (1,6%) en menor proporció que la mitjana (10,8%). En aquest mateix grup, el percentatge d'estudiants que no respon la pregunta (69,9%) és superior a la seva mitjana (47,2%).

Taula 64 *Xerrada a l'escola de la/es universitat/s, per intenció d'anar a la universitat*

P15_BIS_3 A QUINES UNIVERSITATS HAS ASSISTIT - XERRADA A L'ESCOLA	Total (755)	INTENCIÓ D'ANAR A LA UNIVERSITAT					
		Sí (467)	Segurament sí (135)	Encara no ho sé (67)	No (50)	Segurament no (32)	No contesta (3)
Universitat Ramon Llull (URL)	13,4	15,8	<6,3	16,7	6,8	7,6	0,0
Universitat Pompeu Fabra (UPF)	13,2	15,7	8,3	12,4	5,8	5,9	0,0
Universitat de Vic (UVIC)	10,8	11,4	11,0	16,1	<1,6	3,9	0,0
Universitat Autònoma de Barcelona (UAB)	10,5	11,1	10,2	15,1	1,8	5,8	30,5
Universitat Rovira i Virgili (URV)	9,2	10,0	8,0	4,4	4,3	16,3	0,0
Universitat Abat Oliba CEU (UAO)	8,4	10,1	4,6	4,1	8,3	5,3	0,0
Universitat Politècnica de Catalunya (UPC)	6,8	7,6	6,4	3,7	3,5	6,5	0,0
Universitat de Barcelona (UB)	5,6	6,4	5,3	6,6	0,0	1,9	0,0
Universitat de Girona (UDG)	3,9	3,9	5,1	2,1	2,7	3,6	0,0
Universitat Internacional de Catalunya (UIC)	1,7	1,9	1,2	0,0	1,1	4,1	0,0
Fora de Catalunya	0,8	1,0	0,5	0,0	0,0	0,9	0,0
Universitat de Lleida (UDL)	0,2	0,2	0,0	0,0	1,1	0,0	0,0
No contesta	47,2	42,5	53,8	46,1	>69,9	59,8	69,5

(Base: només entre els estudiants que en el darrer mes han assistit a una xerrada a l'escola de les universitats)

3. L'anàlisi segons la *Modalitat de batxillerat* ofereix les següents dades (taula 65):

- a) Pel què fa a la modalitat Científic-Tecnològic, els assistents a les xerrades de la UPF (6,8%), la UVIC (5,5%) i la UAO (3,8%) estan per sota de la mitjana; en canvi, la UPC (15,4%) està per sobre.
- b) En l'itinerari de Ciències Socials, s'observa que la UPF (19,5%) i la UAO (12,5%) són les universitats on el percentatge d'estudiants que assisteix a alguna xerrada està per sobre de la seva mitjana; no així la UPC (2,3%) que, donat el seu caràcter científic-tecnològic, està clarament per sota.
- c) En el grup de Ciències de la Salut, la UDG és la Universitat on i ha un significatiu major nombre d'assistents (7,3%) respecte a la seva pròpia mitjana (3,9%).
- d) Destaca un major nombre d'assistents del grup d'Humanitats a la UVIC (20,1), respecte a la seva mitjana (10,8%).
- e) En l'itinerari d'Humanitats i Ciències Socials, es situen per sobre de la seva mitjana la UVIC (31,6%) i Fora de Catalunya (3,4%).
- f) Pel què fa a la modalitat Científic i Ciències de la Salut, destaca l'increment dels assistents a la UPC (15,5%) respecte a la seva mitjana (6,8%).
- g) El grup d'Arts, tot i la reduïda mostra, no presenta desviacions significatives respecte la mitjana.

Taula 65 Xerrada a l'escola de la/es universitat/s, per modalitat de batxillerat

P15 BIS 3 A QUINES UNIVERSITATS HAS ASSISTIT - XERRADA A L'ESCOLA	Total	MODALITAT DE BATXILLERAT							
		Científic - Tecnològic	Ciències Socials	Ciències de la Salut	Humanita ts	Humanitat i Ciències Socials	Científic i Ciències de la Salut	Arts	No contesta
	(755)	(192)	(199)	(121)	(89)	(60)	(61)	(28)	(6)
Universitat Ramon Llull (URL)	13,4	14,3	16,6	12,1	9,7	6,7	11,1	25,4	8,3
Universitat Pompeu Fabra (UPF)	13,2	<6,8	>19,5	12,1	13,6	16,7	12,3	3,9	10,0
Universitat de Vic (UVIC)	10,8	<5,5	9,0	6,7	>20,1	>31,6	7,2	0,0	27,0
Universitat Autònoma de Barcelona (UAB)	10,5	10,7	8,2	7,4	13,9	13,6	17,8	5,3	8,3
Universitat Rovira i Virgili (URV)	9,2	9,4	9,9	9,7	10,8	3,6	13,6	0,0	0,0
Universitat Abat Oliba CEU (UAO)	8,4	<3,8	>12,5	8,9	10,5	8,5	7,8	1,2	0,0
Universitat Politècnica de Catalunya (UPC)	6,8	>15,4	<2,3	4,6	3,1	1,1	>15,5	2,7	0,0
Universitat de Barcelona (UB)	5,6	6,0	5,9	5,5	3,7	3,6	9,5	5,3	0,0
Universitat de Girona (UDG)	3,9	4,7	1,5	>7,3	6,5	0,9	1,8	2,7	8,7
Universitat Internacional de Catalunya (UIC)	1,7	1,0	1,8	2,4	2,1	1,1	1,6	3,0	0,0
Fora de Catalunya	0,8	0,0	0,6	0,3	0,0	>3,4	2,4	1,2	0,0
Universitat de Lleida (UDL)	0,2	0,0	0,3	0,0	0,7	0,0	0,8	0,0	0,0
No contesta	47,2	45,7	49,3	54,9	39,2	36,0	44,3	57,0	73,0

(Base: només entre els estudiants que en el darrer mes han assistit a una xerrada a l'escola de les universitats)

4. En funció de la *Titularitat del centre* (taula 66), es posa de manifest el següent:

- a) El percentatge de subjectes de centres públics que assisteix a les xerrades de la URL (1,0%) i de la UPF (4,0%) és inferior a la mitjana d'aquestes universitats. Per contra, el percentatge d'assistents a la URV (14,4%) i a la UDG (8,1%) és superior.
- b) L'alumnat de centres privats que assisteix a xerrades de la URL (24,2%), de la UPF (21,2%), de la UAO (15,7%) i de la UIC (3,0,%) està per sobre de mitjana d'aquestes universitats; en canvi, la proporció d'assistents a la URV (4,7%) i la UDG (0,2%) està per sota.

Tot apunta a que les universitats privades promouen més xerrades a escoles privades que les universitats públiques, tret de la UPF que incideix més en centres de titularitat privada. La UVIC, amb el seu caire semi-privat, així com les universitats públiques en general, incideixen sobretot en centres de titularitat pública.

Taula 66 Xerrada a l'escola de la/es universitat/s, per titularitat del centre

P15_BIS_3 A QUINES UNIVERSITATS HAS ASSISTIT - XERRADA A L'ESCOLA	Total (755)	TITULARITAT CENTRE	
		Públic (458)	Privat (297)
Universitat Ramon Llull (URL)	13,4	<1,0	>24,2
Universitat Pompeu Fabra (UPF)	13,2	<4,0	>21,2
Universitat de Vic (UVIC)	10,8	13,7	8,2
Universitat Autònoma de Barcelona (UAB)	10,5	9,7	11,2
Universitat Rovira i Virgili (URV)	9,2	>14,4	<4,7
Universitat Abat Oliba CEU (UAO)	8,4	<0,0	>15,7
Universitat Politècnica de Catalunya (UPC)	6,8	6,6	7,0
Universitat de Barcelona (UB)	5,6	5,0	6,2
Universitat de Girona (UDG)	3,9	>8,1	<0,2
Universitat Internacional de Catalunya (UIC)	1,7	<0,2	>3,0
Fora de Catalunya	0,8	0,0	1,5
Universitat de Lleida (UDL)	0,2	0,2	0,3
No contesta	47,2	49,8	44,8

(Base: només entre els estudiants que en el darrer mes han assistit a una xerrada a l'escola de les universitats)

5. Per *Gènere*, la taula 67 mostra les següents dades:

- a) El percentatge d'homes és inferior respecte a la mitjana a la UVIC (6,5%) i a la UAO (4,7%).
- b) La UVIC també presenta un percentatge major de dones (13,7%) respecte a la mitjana, al contrari que la UPC, on aquest és inferior (5,2%).

Taula 67 *Xerrada a l'escola de la/es universitat/s, per gènere*

P15_BIS_3 A QUINES UNIVERSITATS HAS ASSISTIT - XERRADA A L'ESCOLA	Total (755)	GENERE	
		Home (329)	Dona (426)
Universitat Ramon Llull (URL)	13,4	13,8	13,1
Universitat Pompeu Fabra (UPF)	13,2	12,0	14,0
Universitat de Vic (UVIC)	10,8	<6,5	>13,7
Universitat Autònoma de Barcelona (UAB)	10,5	11,8	9,6
Universitat Rovira i Virgili (URV)	9,2	9,0	9,3
Universitat Abat Oliba CEU (UAO)	8,4	<4,7	11,0
Universitat Politècnica de Catalunya (UPC)	6,8	9,2	5,2
Universitat de Barcelona (UB)	5,6	6,5	5,1
Universitat de Girona (UDG)	3,9	3,6	4,0
Universitat Internacional de Catalunya (UIC)	1,7	2,0	1,5
Fora de Catalunya	0,8	0,1	1,2
Universitat de Lleida (UDL)	0,2	0,0	0,4
No contesta	47,2	47,4	47,0

(Base: només entre els estudiants que en el darrer mes han assistit a una xerrada a l'escola de les universitats)

6. Per *Demarcació*, la taula 68 mostra les diferències més significatives dels estudiants que han assistit a alguna xerrada de les universitats a la seva escola:
- A Barcelona ciutat, el nombre d'assistents a les xerrades de la UPF (23,7%) és superior a la mitjana.
 - A la demarcació de Barcelona, el percentatge de la UVIC (18,6%) és superior a la mitjana, mentre que el de la URV (1,6%) i el de la UDG (0,2%) és inferior.
 - Hi ha diferències a la demarcació de Tarragona, on la URL (5,5), UPF (0,7%) i la UVIC (2,6%) són menys presents que la seva mitjana; en canvi, la URV (66,4%) és la que presenta un major increment respecte a la mitjana.
 - Pel què fa a la demarcació de Girona, el percentatge d'estudiants que assisteix a xerrades de la UDG i de fora

de Catalunya és clarament superior a la mitjana, amb un 34,1% i 7,0%, respectivament.

- e) A la demarcació de Lleida, destaca l'assistència d'estudiants a xerrades de la UAO (23,2%) i de la UIC (9,9%), per sobre de la seva mitjana, i en un percentatge clarament superior a la UDL (3,3%).

Taula 68 Xerrada a l'escola de la/es universitat/s, per demarcació

P15 BIS 3 A QUINES UNIVERSITATS HAS ASSISTIT - XERRADA A L'ESCOLA	Total (755)	DEMARCATIÓ				
		BCN capital (202)	Demarcació de Barcelona (385)	Demarcació de Tarragona (80)	Demarcació de Girona (53)	Demarcació de Lleida (35)
Universitat Ramon Llull (URL)	13,4	13,9	16,0	<5,5	6,7	21,6
Universitat Pompeu Fabra (UPF)	13,2	>23,7	10,6	<0,7	12,1	11,6
Universitat de Vic (UVIC)	10,8	<0,5	>18,6	<2,6	14,1	5,0
Universitat Autònoma de Barcelona (UAB)	10,5	13,3	9,6	12,2	9,7	0,0
Universitat Rovira i Virgili (URV)	9,2	<0,5	<1,6	>66,4	3,7	1,7
Universitat Abat Oliba CEU(UAO)	8,4	8,9	6,1	9,9	9,8	>23,2
Universitat Politècnica de Catalunya (UPC)	6,8	7,3	7,0	9,8	3,7	1,7
Universitat de Barcelona (UB)	5,6	8,5	6,2	1,7	1,9	1,7
Universitat de Girona (UDG)	3,9	<0,0	<0,2	0,0	>34,1	0,0
Universitat Internacional de Catalunya (UIC)	1,7	2,5	1,2	0,0	0,4	>9,9
Fora de Catalunya	0,8	0,0	0,0	0,0	>7,0	0,0
Universitat de Lleida (UDL)	0,2	0,0	0,0	0,0	0,7	>3,3
No contesta	47,2	53,5	49,9	<25,1	36,3	66,8

(Base: només entre els estudiants que en el darrer mes han assistit a una xerrada a l'escola de les universitats)

7. L'anàlisi de dades, en funció de l'Existència d'un centre universitari a la població familiar, permet destacar el següent (taula 69):

- a) A les poblacions on no n'hi ha cap, els estudiants assisteixen en major proporció respecte a la mitjana a les xerrades de la UVIC (14,5%) i de la UDG (7,6%); en canvi,

la proporció és menor a les de la UPF (8,0%) i a la UAB (7,3%).

- b) Aquells que en disposen, assisteixen per sobre de la mitjana a les xerrades de la UPF (18,1%) i, per sota, a les de la UVIC (7,3%) i de la UDG (0,3%).

Taula 69 *Xerrada a l'escola de la/es universitat/s, per existència de centre universitari a la població familiar*

P15_BIS_3 A QUINES UNIVERSITATS HAS ASSISTIT - XERRADA A L'ESCOLA	Total (755)	EXISTÈNCIA CENTRE UNIVERSITARI EN LA CIUTAT FAMILIAR		
		No (378)	Sí (362)	No contesta (16)
Universitat Ramon Llull (URL)	13,4	13,7	13,4	5,7
Universitat Pompeu Fabra (UPF)	13,2	<8,0	>18,1	12,2
Universitat de Vic (UVIC)	10,8	>14,5	<7,3	5,7
Universitat Autònoma de Barcelona (UAB)	10,5	<7,3	13,3	20,0
Universitat Rovira i Virgili (URV)	9,2	9,5	8,9	7,8
Universitat Abat Oliba CEU (UAO)	8,4	6,0	10,6	12,9
Universitat Politècnica de Catalunya (UPC)	6,8	6,6	7,0	7,8
Universitat de Barcelona (UB)	5,6	4,6	6,8	2,6
Universitat de Girona (UDG)	3,9	>7,6	<0,3	0,0
Universitat Internacional de Catalunya (UIC)	1,7	1,2	2,0	6,4
Fora de Catalunya	0,8	1,0	0,6	0,0
Universitat de Lleida (UDL)	0,2	0,5	0,0	0,0
No contesta	47,2	49,9	44,4	52,3

(Base: només entre els estudiants que en el darrer mes han assistit a una xerrada a l'escola de les universitats)

4.1.1.4. Altres actes informatius

A banda dels actes informatius descrits anteriorment, els estudiants que volen accedir a la universitat disposen d'altres opcions per estar informats abans de prendre una decisió després de cursar el batxillerat. Però, quants d'entre tots ells han assistit a altres actes informatius? L'anàlisi d'aquest apartat es presenta a continuació.

1. Segons el nombre *Total* d'estudiants que en el darrer mes han assistit a algun acte informatiu, només el 9,5% diuen haver participat en altres actes. Això representa tan sols el 0,1% del total de la mostra. (taula 70).
2. Si s'introdueix la *Intenció d'anar a la universitat*, es posen de relleu algunes diferències entre els grups (taula 70):
 - a) En el grup que manifesta la intenció d'anar a la universitat, el percentatge d'assistents a altres actes (9,7%) està lleugerament per sobre de la mitjana.
 - b) El percentatge d'alumnes que manifesten que segurament hi aniran (12,0%) és superior a la mitjana.
 - c) En canvi, el percentatge de participants a altres actes, dins el grup que encara no ho sap, està per sota de la mitjana (7,3%).
 - d) Els percentatges d'assistència a altres actes dels grups que no hi aniran i segurament no ho faran, tot i l'escassa representativitat, també són inferiors a la mitjana (6,2% i 4,9%, respectivament).

Tot apunta a una limitada participació de l'alumnat a altres actes informatius, bé sigui perquè les universitats no els ho proposen o per la manca de motivació i d'interès davant altres opcions informatives promogudes per l'oferta universitària.

Taula 70 *Altres actes informatius, per intenció d'anar a la universitat*

P15_4 ASSISTÈNCIA - ALTRES ACTES INFORMATIUS	Total	INTENCIÓ D'ANAR A LA UNIVERSITAT					
		Sí	Segurament sí	Encara no ho sé	No	Segurament no	No contesta
	(149)	(92)	(27)	(13)	(10)	(6)	(1)
Sí	9,5	9,7	12,0	7,3	6,2	4,9	25,2
No	90,5	90,3	88,0	92,7	93,8	95,1	74,8

(Base: només entre els estudiants que en el darrer mes han assistit a altres actes)

3. La comparació, segons la *Modalitat de batxillerat*, evidencia el següent (taula 71):

- a) Els estudiants que cursen la modalitat de Ciències Socials (6,4%) participen en menor proporció que la mitjana.
- b) Aquesta desviació també apareix en el grup d'Humanitats, on només el 4,7% hi participa.
- c) Malgrat l'escassa representativitat, el grup d'Humanitats i Ciències Socials (16,9%) és el que assisteix en major proporció que la mitjana.
- d) Per sobre de la mitjana es situen també els estudiants en la modalitat Científic i Ciències de la Salut, amb una assistència a altres actes del 15,5%.
- e) Els de la modalitat d'Arts són els menys participatius, amb només l'1,4% d'assistència a altres actes.

Taula 71 *Altres actes informatius, per modalitat de batxillerat*

P15_4 ASSISTÈNCIA - ALTRES ACTES INFORMATIUS	Total (149)	MODALITAT DE BATXILLERAT							
		Científic - Tecnològic (38)	Ciències Socials (39)	Ciències de la Salut (24)	Humanita ts (18)	Humanitat i Ciències Socials (12)	Científic i Ciències de la Salut (12)	Arts (6)	No contesta (1)
Sí	9,5	10,7	<6,4	11,3	<4,7	>16,9	>15,5	<1,4	12,7
No	90,5	89,3	93,6	88,7	95,3	83,1	84,5	98,6	87,3

(Base: només entre els estudiants que en el darrer mes han assistit a altres actes)

4. Segons la *Titularitat del centre* (taula 72), no hi ha diferències significatives entre els centres públics i els privats.

Taula 72 *Altres actes informatius, per titularitat del centre*

P15_4 ASSISTÈNCIA - ALTRES ACTES INFORMATIUS	Total (149)	TITULARITAT CENTRE	
		Públic (90)	Privat (59)
Sí	9,5	9,6	9,4
No	90,5	90,4	90,6

(Base: només entre els estudiants que en el darrer mes han assistit a altres actes)

5. Hi ha diferències respecte al criteri *Gènere* (taula 73), on el percentatge de dones que ha assistit a altres actes informatius (10,2%) és superior al d'homes (8,6%).

Taula 73 *Altres actes informatius, per gènere*

P15_4 ASSISTÈNCIA - ALTRES ACTES INFORMATIUS	Total	GENERE	
		Home	Dona
	(149)	(65)	(84)
Sí	9,5	8,6	10,2
No	90,5	91,4	89,8

(Base: només entre els estudiants que en el darrer mes han assistit a altres actes)

6. Tenint en compte la *Demarcació*, l'assistència a altres actes informatius mostra les següents diferències (taula 74):
- A Barcelona capital, el nombre d'estudiants que ha assistit a altres actes (14,2%) està per sobre de la mitjana (9,5%).
 - Per contra, a la demarcació de Tarragona la proporció d'estudiants que hi assisteixen és només del 1,5%, força per sota de la mitjana.
 - A la demarcació de Lleida, el percentatge d'assistència a altres actes (13,5%) està per sobre de la mitjana.
 - A les demarcacions de Girona i de Barcelona no hi ha desviacions significatives respecte a la mitjana.

Taula 74 *Altres actes informatius, per demarcació*

P15_4 ASSISTÈNCIA - ALTRES ACTES INFORMATIUS	Total	DEMARCATIÓ				
		BCN capital	Demarcació de Barcelona	Demarcació de Tarragona	Demarcació de Girona	Demarcació de Lleida
	(149)	(40)	(76)	(16)	(10)	(7)
Sí	9,5	>14,2	8,4	<1,5	9,0	13,5
No	90,5	85,8	91,6	98,5	91,0	86,5

(Base: només entre els estudiants que en el darrer mes han assistit a altres actes)

7. El nombre d'assistents a altres actes informatius, en funció de l'*Existència d'un centre universitari a la població familiar* (taula 75), posa de relleu que els estudiants que en disposen (11,8%) assisteixen a altres actes en un nombre superior a la mitjana (9,5%), mentre que els que no en disposen (7,5%), assisteixen en una proporció inferior.

Taula 75 *Altres actes informatius, per existència de centre universitari a la població familiar*

P15_4 ASSISTÈNCIA - ALTRES ACTES INFORMATIUS	Total (149)	EXISTÈNCIA CENTRE UNIVERSITARI EN LA CIUTAT FAMILIAR		
		No (75)	Sí (71)	No contesta (3)
Sí	9,5	7,5	>11,8	6,5
No	90,5	92,5	88,2	93,5

(Base: només entre els estudiants que en el darrer mes han assistit a altres actes)

4.1.1.4.a. Tipus actes informatius

En aquest apartat s'analitzen els altres tipus d'actes informatius als quals han assistit els estudiants. Les taules recullen els diferents actes on l'alumnat manifesta haver assistit en el darrer mes. El tamany reduït de la mostra (164 estudiants) implica que quan per a la seva anàlisi es desagrega en segments més reduïts, alguns d'aquests no són prou representatius a l'hora d'extrapolar els resultats a tot l'univers de la mostra.

1. La taula 76 mostra, en primer lloc, els percentatges *Totals* d'assistents a altres actes informatius. El Saló Estudia⁸⁵

⁸⁵ Es tracta d'un Saló d'ensenyament que té com objectiu informar i orientar els estudiants, pares mares i professionals de l'educació, sobre els estudis acadèmics i professionals que s'imparteixen a Catalunya. Hi participen totes les universitats públiques i privades a Catalunya, així com els seus centres adscrits i/o adherits. També són presents altres universitats d'arreu l'estat i d'altres països, a més de centres de Cicles Formatius de Grau Superior, així com altres organitzacions educatives i de serveis d'àmbit públic i privat. Se celebra cada any

encapçala el rànking amb el 61,0% d'assistents, percentatge clarament per sobre de la resta d'actes. El segueix la Fira Recerca (8,1%),⁸⁶ Tria Via Boca Nord (8,0%)⁸⁷ i Altres centres docents (7,7%).⁸⁸ Tanquen la classificació l'IQS (3,3%),⁸⁹ Altres Fires (2,0%),⁹⁰ JOU (2,0%)⁹¹ i la Fundació EMI (0,9%).⁹² El 7,8% d'enquestats no especifica el tipus d'acte on ha assistit.

2. Quan s'introdueix la *Intenció d'anar a la universitat*, destaca, per sobre de la mitjana, Altres centres docents (43,9%) en el grup que *no té intenció d'anar-hi*. No obstant, la tendència és la d'una major assistència a altres actes a mesura que

al Recinte Firal de Montjuïc, a Barcelona. El certamen de l'any 2007 va tenir lloc del 21 al 25 de març.

⁸⁶ La fira *Recerca 2007* és un espai de consulta i d'intercanvi de productes i de serveis relacionats amb la formació i el treball. L'edició de l'any 2007 va tenir lloc els dies 22, 23 i 24 de febrer, al recinte firal El Sucre, a la població de Vic, i va oferir a través de diferents expositors la formació i la informació per guiar els joves assistents en el trànsit de l'educació secundària a la universitat.

⁸⁷ Es tracta d'un acte informatiu realitzat a L'Espai Jove Boca Nord, equipament públic per a joves, situat al districte d'Horta-Guimardó, a Barcelona Ciutat, on s'ofereix informació acadèmica i ocupacional especialitzada.

⁸⁸ Les respostes no indiquen els noms dels centres docents; tot i això, es poden considerar centres privats adscrits o associats a alguna universitat pública o privada, on s'imparteixen estudis oficials o propis de cada institució d'ensenyament superior, centres públics o privats de CFGS i altres centres privats que imparteixen ensenyaments propis.

⁸⁹ Tal com s'ha indicat en el punt 1.1.3.2., aquesta és una institució federada a la URL on s'imparteixen les titulacions homologades d'Enginyeria Industrial, Enginyeria Química, Llicenciatura en Química, Llicenciatura en ADE i Diplomatura en Ciències Empresarials, així com programes de Doctorat, Masters i Formació Contínua.

⁹⁰ Els que indiquen a les enquestes *Altres Fires* no assenyalen el nom.

⁹¹ Es tracta de la *Jornada d'Orientació Universitària i Professional* organitzada pels centres d'ensenyament secundari de les comarques de Lleida. La XXII edició va tenir lloc el dia 7 de febrer de 2007, a l'IES Manuel de Pedrolo, de Tàrraga.

⁹² La Fundació EMI és un centre pertanyent al grup IQS on s'imparteix la Diplomatura en Ciències Empresarials com a titulació universitària homologada, a més d'oferir altres modalitats de formació.

s'incrementa la intenció d'anar a la universitat, i menor, en cas contrari (taula 76).

Taula 76 Assistència a altres actes informatius, per intenció d'anar a la universitat

P15_BIS_4 A QUINS ACTES INFORMATIUS HAS ASSISTIT	Total (149)	INTENCIÓ D'ANAR A LA UNIVERSITAT					
		Sí (92)	Segurament sí (27)	Encara no ho sé (13)	No (10)	Segurament no (6)	No contesta (1)
Saló Estudia (Saló de l'ensenyament)	61,0	62,8	62,3	65,4	45,0	43,7	0,0
Fira Recerca	8,1	7,4	5,1	16,1	0,0	0,0	>100,0
Trià Via Boca Nord	8,0	8,8	7,1	4,9	0,0	24,0	0,0
Altres centres docents	7,7	5,5	7,3	0,0	>43,9	32,3	0,0
IQS (Institut Químic de Sarrià)	3,3	3,8	0,0	6,6	11,1	0,0	0,0
Altres fires	2,0	1,1	3,5	3,5	0,0	11,4	0,0
JOU (Jornades Orientatives Universitàries)	2,0	2,0	2,2	3,5	0,0	0,0	0,0
Fundació EMI	0,9	0,8	2,1	0,0	0,0	0,0	0,0
Ns/Nc	7,8	8,3	11,4	0,0	0,0	0,0	0,0

(Base: només entre els estudiants que en el darrer mes han assistit a "altres actes")

3. Segons la *Modalitat de batxillerat*, i donada la escassa representativitat de la mostra a cada una d'elles, no sembla rellevant realitzar una anàlisi de les desviacions observades, donada la impossibilitat de poder extrapolar les dades a tot l'univers de la mostra (taula 77).

Taula 77 Assistència a altres actes informatius, per modalitat de batxillerat

P15_BIS_4 A QUINS ACTES INFORMATIUS HAS ASSISTIT	Total (149)	MODALITAT DE BATXILLERAT							
		Científic - Tecnològic (38)	Ciències Socials (39)	Ciències de la Salut (24)	Humanitats (18)	Humanitat i Ciències Socials (12)	Científic i Ciències de la Salut (12)	Arts (6)	No contesta (1)
Saló Estudia (Saló de l'ensenyament)	61,0	65,0	71,5	58,3	87,7	64,3	33,9	0,0	0,0
Fira Recerca	8,1	4,1	6,4	6,1	0,0	8,3	>26,4	0,0	0,0
Trià Via Boca Nord	8,0	10,0	7,8	2,8	12,3	0,0	10,9	0,0	>100,0
Altres centres docents	7,7	6,2	0,0	10,3	0,0	16,7	8,5	>100	0,0
IQS (Institut Químic de Sarrià)	3,3	0,0	2,6	>9,9	0,0	0,0	7,2	0,0	0,0
Altres fires	2,0	1,8	3,7	1,3	0,0	0,0	4,0	0,0	0,0
JOU (Jornades Orientatives Universitàries)	2,0	1,8	2,8	4,0	0,0	1,8	0,0	0,0	0,0
Fundació EMI	0,9	0,0	>5,2	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Ns/Nc	7,8	13,0	0,0	8,6	0,0	8,9	9,0	0,0	0,0

(Base: només entre els estudiants que en el darrer mes han assistit a "altres actes")

4. En funció de la *Titularitat del centre* (taula 78), s'observa que a la Fira Recerca no hi assisteixen estudiants de centres privats, mentre que al Saló Estudia la proporció d'aquests (67,0%) és superior a la dels provinents de centres públics (57,1%). Així mateix, als actes promoguts per l'IQS tan sols acudeixen estudiants de centres privats.

Taula 78 Assistència a altres actes informatius, per titularitat del centre.

P15 BIS 4 A QUINS ACTES INFORMATIUS HAS ASSISTIT	Total (149)	TITULARITAT CENTRE	
		Públic (90)	Privat (59)
Saló Estudia (Saló de l'ensenyament)	61,0	57,1	67,0
Fira Recerca	8,1	13,3	<0,0
Trià Via Boca Nord	8,0	7,8	8,2
Altres centres docents	7,7	7,7	7,7
IQS (Institut Químic de Sarrià)	3,3	0,0	>8,5
Altres fires	2,0	3,2	0,0
JOU (Jornades Orientatives Universitàries)	2,0	3,3	0,0
Fundació EMI	0,9	0,0	2,4
Ns/Nc	7,8	8,8	6,1

(Base: només entre els estudiants que en el darrer mes han assistit a "altres actes")

5. Segons el *Gènere*, l'anàlisi de la taula 79 posa de manifest que el percentatge de Ns/Nc és força superior en els homes (18,5%) que en les dones (0,7%).

Taula 79 Assistència a altres actes informatius, per gènere

P15 BIS 4 A QUINS ACTES INFORMATIUS HAS ASSISTIT	Total (149)	GENERE	
		Home (65)	Dona (84)
Saló Estudia (Saló de l'ensenyament)	61,0	48,7	69,1
Fira Recerca	8,1	11,7	5,8
Trià Via Boca Nord	8,0	5,4	9,7
Altres centres docents	7,7	12,0	4,8
IQS (Institut Químic de Sarrià)	3,3	1,2	4,7
Altres fires	2,0	0,6	2,8
JOU (Jornades Orientatives Universitàries)	2,0	1,3	2,5
Fundació EMI	0,9	1,2	0,8
Ns/Nc	7,8	>18,5	<0,7

(Base: només entre els estudiants que en el darrer mes han assistit a "altres actes")

6. Les diferències més destacades expressades per l'alumnat es posen de manifest quan s'introdueix la *Demarcació* (taula 80):

- a) A Barcelona capital no es detecten assistents a la Fira Recerca (0,0%); en canvi, és superior a la mitjana el nombre d'assistents a Tria Via Boca Nord (19,3%).
- b) Els estudiants a la demarcació de Barcelona que assisteixen a la Fira Recerca (18,0%) superen la mitjana; en canvi, no assisteixen a Tria Via Boca Nord (0,0%).
- c) A la demarcació de Tarragona, malgrat el grup poc representatiu, la assistència a Altres centres docents (100%) dobla la mitjana.
- d) Pel que fa a la demarcació de Girona, tot i ser un grup també poc representatiu, el percentatge de Ns/Nc (25,0%) és clarament superior a la mitjana (7,8%).
- e) La demarcació de Lleida no presenta un nombre significatiu d'enquestat; tot i això, el nombre d'assistents a Altres Fires (14,4%) i els assistents a JOU superen clarament la mitjana (28,8%).

Taula 80 Assistència a altres actes informatius, per demarcació

P15_BIS_4 A QUINS ACTES INFORMATIUS HAS ASSISTIT	Total (149)	DEMARCACIÓ				
		BCN capital (40)	Demarcació de Barcelona (76)	Demarcació de Tarragona (16)	Demarcació de Girona (10)	Demarcació de Lleida (7)
Saló Estudia (Saló de l'ensenyament)	61,0	67,7	56,6	0,0	68,8	59,0
Fira Recerca	8,1	<0,0	>18,0	0,0	0,0	0,0
Tria Via Boca Nord	8,0	>19,3	<0,0	0,0	0,0	5,0
Altres centres docents	7,7	8,1	6,2	>100,0	0,0	0,0
IQS (Institut Químic de Sarrià)	3,3	0,0	7,3	0,0	0,0	0,0
Altres fires	2,0	1,3	0,0	0,0	6,2	>14,4
JOU (Jornades Orientatives Universitàries)	2,0	0,0	0,0	0,0	0,0	>28,8
Fundació EMI	0,9	0,0	2,1	0,0	0,0	0,0
Ns/Nc	7,8	3,6	9,8	0,0	>25,0	3,6

(Base: només entre els estudiants que en el darrer mes han assistit a "altres actes")

7. Com es posa de relleu a la taula 81, l'*Existència d'un centre universitari a la població familiar* no sembla un factor rellevant per assistir a altres actes informatius.

Taula 81 *Assistència a altres actes informatius, per existència de centre universitari a la població familiar*

P15_BIS_4 A QUINS ACTES INFORMATIUS HAS ASSISTIT	Total (149)	EXISTÈNCIA CENTRE UNIVERSITARI EN LA CIUTAT FAMILIAR		
		No (75)	Sí (71)	No contesta (3)
Saló Estudia (Saló de l'ensenyament)	61,0	49,0	69,2	50,0
Fira Recerca	8,1	8,9	7,8	0,0
Tria Via Boca Nord	8,0	2,7	10,5	>50,0
Altres centres docents	7,7	10,2	6,2	0,0
IQS (Institut Químic de Sarrià)	3,3	7,2	0,8	0,0
Altres fires	2,0	3,6	0,9	0,0
JOU (Jornades Orientatives Universitàries)	2,0	3,9	0,8	0,0
Fundació EMI	0,9	2,4	0,0	0,0
Ns/Nc	7,8	14,0	3,8	0,0

(Base: només entre els estudiants que en el darrer mes han assistit a "altres actes")

4.2. FONTS D'INFORMACIÓ EMPRADES

En aquest apartat s'analitzen les fonts emprades o que pensen utilitzar els estudiants de la mostra, amb independència del seu nivell d'interès sobre l'accés a la universitat. Per això, s'ha utilitzat la següent pregunta tancada de resposta múltiple:

¿Quina/es font/s has utilitzat o penses utilitzar per informar-te sobre les diferents universitats existents?

Les proposicions es divideixen en tres apartats: *Referències*, *Visites* i *Mitjans de comunicació*. Algunes d'elles es formulen amb un ítem obert de resposta espontània.

A continuació es detalla cada un dels apartats esmentats, sobre les respostes emeses pels estudiants de la mostra.

4.2.1. REFERÈNCIES

Ens referirem en aquest apartat al conjunt de fonts interpersonals, sota la denominació de *Referències*, que utilitzen o pensen utilitzar els estudiants a l'hora d'informar-se sobre la oferta universitària. Les taules mostren les dades de les diferents fonts, segons els criteris metodològics prèviament definits.

En base a aquestes dades es poden realitzar els següents comentaris:

1. Segons els valors *Totals*⁹³ (taula 82) es posa de manifest que els estudiants obtenen o pensen obtenir informació sobre la universitat a través de diverses vies, essent la informació provinent dels centres on estudien els que més utilitzen o pensen utilitzar per informar-se. La font més utilitzada és la proporcionada pel professor, tutor u orientador de l'escola (58,2%), seguida pels estudiants de la universitat (46,5%). La família (44,6%) també juga un rol important com agent informant respecte a la universitat; a continuació apareixen els amics de l'escola (28,4%), altres amics (25,4%) i amics de la família (17,7%); els antics alumnes de la universitat han estat utilitzats pel 15,3% i tanquen la classificació els qui no pensen utilitzar cap font d'informació (8,4%) i la informació telefònica (5,9%).
2. Quan s'introdueix la *Intenció d'anar a la universitat*, es posen de manifest diferències significatives (taula 82):

⁹³ Davant la pregunta *Quina/es font/s has utilitzat o penses utilitzar per informar-te sobre les diferents universitats existents?*, pel què fa a l'apartat de *Referències*, l'alumnat podia indicar més d'una opció; per tant, els percentatges s'han calculat sobre el total de respostes.

- a) La proporció d'estudiants que s'informen a través d'estudiants de la universitat (53,4%), família (50,8%), amics de la família (21,0%) i antics alumnes de la universitat (17,7%) és superior a la mitjana en el grup que té intenció d'anar-hi. En aquest mateix grup estan per sota de la mitjana els que no indiquen cap referència (0,3%).
- b) En el grup que indica que segurament anirà a la universitat només el 0,2% d'estudiants no contesta el tipus de fonts utilitzades, percentatge per sota de la mitjana (1,9%).
- c) El grup que manifesta que no sap si anirà a la universitat, són inferiors a la mitjana de les fonts d'informació emprades la família (32,5%), amics de la família (10,6%) i antics alumnes de la universitat (9,5%).
- d) Pel que fa als percentatges dels que creuen que no aniran a la universitat, és clarament inferior a la mitjana la font que ha de veure amb els estudiants de la universitat (25,1%), família (27,2%) i antics alumnes de la universitat (9,4%). En aquest grup, el nombre de respostes que no indiquen la font d'informació utilitzada (11,6%) és força més elevat que la mitjana.
- e) Els estudiants que manifesten que segurament no aniran a la universitat, utilitzen amb menor freqüència que la mitjana les següents fonts: estudiants de la universitat (31,6%), amics de la família (9,0%) i antics alumnes de la universitat (4,2%).

Taula 82 *Fonts d'informació emprades: referències, per intenció d'anar a la universitat*

P16 REFERÈNCIA QUINA/ES FONTS HAS UTILITZAT O PENSES UTILITZAR PER INFORMAR-TE SOBRE LES DIFERENTS UNIVERSITATS EXISTENTS?	Total	INTENCIÓ D'ANAR A LA UNIVERSITAT					
		Sí	Segurament sí	Encara no ho sé	No	Segurament no	No contesta
	(2345)	(1336)	(422)	(228)	(223)	(125)	(12)
Informació proporcionada pel professor / tutor / orientador de l'escola	58,2	60,6	57,9	50,5	51,9	62,0	34,3
Estudiants de la universitat	46,5	>53,4	43,7	39,5	<25,1	<31,6	68,6
Família	44,6	>50,8	41,2	<32,5	<27,2	42,7	38,3
Amics de l'escola	28,4	29,9	29,2	22,4	26,5	26,4	3,6
Altres amics	25,4	25,7	27,2	22,3	24,0	23,8	27,0
Amics de la família	17,7	>21,0	16,7	<10,6	13,2	<9,0	0,0
Antics alumnes de la universitat	15,3	>17,7	17,2	<9,5	<9,4	<4,2	17,0
Cap	6,4	5,3	6,9	8,5	8,5	9,1	0,0
Informació telefònica	5,9	6,7	6,0	3,1	4,2	5,8	0,0
No contesta	1,9	<0,3	<0,2	2,8	>11,6	3,7	>20,2

3. Les desviacions més importants segons la *Modalitat de batxillerat* són les següents (taula 83):

- a) L'alumnat, en la modalitat de Ciències Socials, utilitza els antics alumnes de la universitat (18,6%) en major proporció que la mitjana (15,3%).
- b) En el grup d'Humanitats i Ciències Socials, es produeixen percentatges més baixos que la mitjana quan les fonts utilitzades són els amics de la família (10,2%) i la Informació telefònica (2,3%).
- c) En la modalitat Científic i Ciències de la Salut, la família (54,8%) és la font més utilitzada que la mitjana (44,6%).
- d) En el batxillerat d'Arts, la família (31,8%) és una font menys utilitzada que la mitjana (44,6%); en canvi, altres amics (35,3%) i la informació telefònica (11,0%) estan per sobre (25,4% i 5,9%, respectivament).

Taula 83 *Fonts d'informació emprades: referències, per modalitat de batxillerat*

P16_REFERÈNCIA QUINA/ES FONTS HAS UTILITZAT O PENSES UTILITZAR PER INFORMAR- TE SOBRE LES DIFERENTS UNIVERSITATS EXISTENTS?	Total	MODALITAT DE BATXILLERAT							
		Científic - Tecnològic	Ciències Socials	Ciències de la Salut	Humanita ts	Humanitat i Ciències Socials	Científic i Ciències de la Salut	Arts	No contesta
	(2345)	(605)	(596)	(366)	(276)	(193)	(184)	(109)	(16)
Informació proporcionada pel professor / tutor / orientador de l'escola	58,2	52,7	57,7	64,8	61,3	59,6	63,8	49,4	65,5
Estudiants de la universitat	46,5	46,6	45,8	44,9	40,5	49,8	55,9	48,6	51,3
Família	44,6	47,4	45,6	40,3	41,5	42,0	>54,8	<31,8	48,0
Amics de l'escola	28,4	25,9	30,3	26,7	31,9	24,2	29,8	32,5	39,7
Altres amics	25,4	25,8	25,3	24,1	22,9	24,8	26,0	>35,3	18,9
Amics de la família	17,7	19,2	17,6	17,8	19,9	<10,2	19,8	14,1	18,9
Antics alumnes de la universitat	15,3	13,9	>18,6	14,3	16,5	12,6	11,3	13,1	>38,0
Cap	6,4	6,8	5,1	6,9	7,8	4,2	4,9	9,5	>25,6
Informació telefònica	5,9	4,4	5,0	8,1	8,4	<2,3	5,8	>11,0	14,7
No contesta	1,9	1,9	2,3	0,9	2,9	2,1	1,0	1,6	0,0

4. Segons la *Titularitat del centre* (taula 84) cal destacar el següent:

- a) Els estudiants de centres públics, utilitzen o pensen utilitzar per sota de la mitjana la família (38,6%), amics de la família (14,4%) i antics alumnes de la universitat (13,2%).
- b) Pel què fa als estudiants de centres privats, utilitzen o pensen utilitzar per sobre de la mitjana la família (54,7%), amics de la família (23,5%) i antics alumnes de la universitat (18,8%) com a fonts d'informació sobre les universitats. En canvi, per sota de la mitjana estan els que no contesten (0,7%).

Tot apunta a que, en general, l'alumnat de centres privats utilitza o pensa utilitzar més fonts interpersonals a l'hora d'informar-se sobre l'oferta universitària existent.

Taula 84 *Fonts d'informació emprades: referències, per titularitat del centre*

P16_REFERÈNCIA QUINA/ES FONTS HAS UTILITZAT O PENSES UTILITZAR PER INFORMAR-TE SOBRE LES DIFERENTS UNIVERSITATS EXISTENTS?	Total (2345)	TITULARITAT CENTRE	
		Públic (1480)	Privat (865)
Informació proporcionada pel professor / tutor / orientador de l'escola	58,2	56,5	61,3
Estudiants de la universitat	46,5	44,4	50,2
Família	44,6	<38,6	>54,7
Amics de l'escola	28,4	26,9	31,0
Altres amics	25,4	24,1	27,7
Amics de la família	17,7	<14,4	>23,5
Antics alumnes de la universitat	15,3	<13,2	>18,8
Cap	6,4	6,7	5,8
Informació telefònica	5,9	5,2	7,2
No contesta	1,9	2,6	<0,7

5. Segons el *Gènere* (taula 85), les dones utilitzen les referències d'estudiants de la universitat (50,8%) per sobre de la mitjana. Pel què fa als homes, aquest percentatge és del 41,2%, per sota de la mitjana (46,5%). També destaca que el percentatge d'homes que no indiquen les fonts utilitzades en l'enquesta (2,8%), està per sobre de la mitjana (1,9%).

Taula 85 *Fonts d'informació emprades: referències, per gènere*

P16_REFERÈNCIA QUINA/ES FONTS HAS UTILITZAT O PENSES UTILITZAR PER INFORMAR-TE SOBRE LES DIFERENTS UNIVERSITATS EXISTENTS?	Total (2345)	GENERE	
		Home (1050)	Dona (1295)
Informació proporcionada pel professor / tutor / orientador de l'escola	58,2	55,4	60,6
Estudiants de la universitat	46,5	<41,2	>50,8
Família	44,6	47,0	42,6
Amics de l'escola	28,4	30,9	26,4
Altres amics	25,4	26,2	24,7
Amics de la família	17,7	19,0	16,7
Antics alumnes de la universitat	15,3	13,8	16,5
Cap	6,4	6,8	6,1
Informació telefònica	5,9	5,5	6,2
No contesta	1,9	>2,8	1,2

6. El més rellevant per *Demarcació* (taula 86) ha de veure amb les fonts utilitzades pels estudiants de Barcelona capital, on altres amics (29,5%) i amics de la família (21,1%) s'utilitzen com a fonts d'informació per sobre de la mitjana (25,4% i 17,7%, respectivament).

Taula 86 *Fonts d'informació emprades: referències, per demarcació*

P16_REFERÈNCIA QUINA/ES FONTS HAS UTILITZAT O PENSES UTILITZAR PER INFORMAR-TE SOBRE LES DIFERENTS UNIVERSITATS EXISTENTS?	Total (2345)	DEMARCACIÓ				
		BCN capital (661)	Demarcació de Barcelona (1135)	Demarcació de Tarragona (221)	Demarcació de Girona (192)	Demarcació de Lleida (136)
Informació proporcionada pel professor / tutor / orientador de l'escola	58,2	56,2	61,3	56,6	57,5	46,3
Estudiants de la universitat	46,5	47,3	45,0	47,9	52,8	44,6
Família	44,6	47,5	42,7	42,9	46,2	46,2
Amics de l'escola	28,4	28,6	27,2	30,8	30,1	31,8
Altres amics	25,4	>29,5	22,6	27,6	23,3	28,6
Amics de la família	17,7	>21,1	15,6	16,1	18,0	21,4
Antics alumnes de la universitat	15,3	16,1	14,5	13,5	19,1	15,1
Cap	6,4	7,2	6,1	8,3	3,2	6,4
Informació telefònica	5,9	7,4	4,6	6,4	7,2	7,5
No contesta	1,9	1,2	2,5	1,0	1,4	2,4

7. En funció de l'*Existència de centre universitari a la població familiar* (taula 87), la família (49,4%), altres amics (28,6%) i amics de la família (21,5%) es situen per sobre de la mitjana (44,6%, 25,4% i 17,7%, respectivament), en el cas d'estudiants que disposen d'algun centre universitari a la població familiar. Els percentatges que estan per sota en el grup que manifesta no disposar-ne són la família (40,1%) i amics de la família (14,2%). Pel què fa al grup que no contesta, la Informació telefònica (16,4%) supera clarament la mitjana (5,9%).

Taula 87 *Fonts d'informació emprades: referències, per existència de centre universitari a la població familiar*

P16_REFERÈNCIA QUINA/ES FONTS HAS UTILITZAT O PENSES UTILITZAR PER INFORMAR-TE SOBRE LES DIFERENTS UNIVERSITATS EXISTENTS?	Total (2345)	EXISTÈNCIA CENTRE UNIVERSITARI EN LA CIUTAT FAMILIAR		
		No (1185)	Sí (1109)	No contesta (51)
Informació proporcionada pel professor / tutor / orientador de l'escola	58,2	59,1	56,7	72,6
Estudiants de la universitat	46,5	45,1	48,1	44,4
Família	44,6	<40,1	>49,4	42,5
Amics de l'escola	28,4	28,4	28,3	31,7
Altres amics	25,4	22,8	>28,6	15,3
Amics de la família	17,7	<14,2	>21,5	18,3
Antics alumnes de la universitat	15,3	15,2	15,0	23,3
Cap	6,4	6,9	5,9	5,9
Informació telefònica	5,9	5,4	6,1	>16,4
No contesta	1,9	1,8	2,0	0,0

4.2.2. VISITES

Aquest apartat inclou un conjunt de fonts empíriques i independents que utilitzen o pensen utilitzar els estudiants per informar-se sobre les diferents universitats existents. Les taules que es presenten a continuació reflecteixen les diferents fonts utilitzades, així com les dades obtingudes de la mostra, atenent als criteris metodològics prèviament definits.

1. Segons les dades *Totals*⁹⁴ (taula 88), la font d'informació més utilitzada, segons l'opinió de l'alumnat, són les Jornades de portes obertes de la universitat (51,6%), seguida de les presentacions de la universitat a l'escola (32,2%) i la visita al Saló Estudia (27,2%); segueix l'opció de la visita personal a la universitat (25,1%), mentre que els que no utilitzen cap font d'informació representen el 18,5% de la mostra. En darrer

⁹⁴ Davant la pregunta *Quina/es font/s has utilitzat o penses utilitzar per informar-te sobre les diferents universitats existents?*, pel què fa a l'apartat de *Visites*, l'alumnat podia indicar més d'una opció; per tant, els percentatges s'han calculat sobre el total de respostes.

lloc, es situen els centres d'informació de l'Administració (4,2%), visites a altres fires d'estudiants (3,7%) i altres (0,9%).

2. Els resultats posen de relleu les següents diferències en funció de la *Intenció d'anar a la universitat* (taula 88):

- a) En el grup d'estudiants que manifesta la seva intenció d'anar a la universitat, es situen per sobre de la mitjana les següents fonts d'informació: Jornades de portes obertes de la universitat (57,1%), presentacions de la universitat a l'escola (36,9%), visita al Saló Estudia (31,9%) i visita personal a la universitat (30,8%). Per sota es situa cap font d'informació (13,8%) i aquells que no indiquen les fonts utilitzades (0,3%).
- b) En el grup que indica que segurament anirà a la universitat destaca el percentatge d'estudiants que no indiquen cap font utilitzada (0,2%), per sota de la mitjana (1,9%).
- c) Pel què fa al grup que manifesta no saber-ho encara, són inferiors a la mitjana les Jornades de portes obertes de la universitat (41,6%) i la visita personal a la universitat (16,1%); en canvi, augmenta el nombre d'estudiants que no utilitzen o no pensen utilitzar cap font (25,1%).
- d) Els percentatges inferiors a la mitja del grup que indica que no anirà a la universitat són les Jornades de portes obertes de la universitat (27,8%), presentacions de la universitat a l'escola (21,8%), visita al Saló Estudia (16,1%) i visita personal a la universitat (13,8%); en canvi, estan per sobre els que no utilitzen o no pensen utilitzar cap font d'informació (30,5%), altres (2,4%), així com el els que no contesten (11,6%).

e) Aquells que manifesten que segurament no aniran a la universitat utilitzen amb una freqüència força menys significativa que la mitjana la visita al Saló Estudia (14,2%) i la visita personal a la universitat (14,2%); també és un grup que es situa per sobre de la mitjana pel que fa a no fer servir cap font d'informació (28,8%).

Taula 88 *Fonts d'informació emprades: visites, per intenció d'anar a la universitat*

P16_VISITES QUINA/ES FONTS HAS UTILITZAT O PENSES UTILITZAR PER INFORMAR-TE SOBRE LES DIFERENTS UNIVERSITATS EXISTENTS?	Total	INTENCIÓ D'ANAR A LA UNIVERSITAT					
		Sí	Segurament sí	Encara no ho sé	No	Segurament no	No contesta
	(2345)	(1336)	(422)	(228)	(223)	(125)	(12)
Jornades de portes obertes de la universitat	51,6	>57,1	51,9	<41,6	<27,8	52,4	44,1
Presentacions de la universitat a l'escola	32,2	>36,9	28,9	27,0	<21,8	22,5	9,5
Visita al Saló Estudia	27,2	>31,9	25,7	21,2	<16,1	<14,2	12,3
Visita personal a la universitat	25,1	>30,8	20,9	<16,1	<13,8	<14,2	30,2
Cap	18,5	<13,8	20,2	>25,1	>30,5	>28,8	16,0
Centres d'informació de L'administració	4,2	3,6	4,7	3,4	6,7	5,3	7,6
Visita a altres fires d'estudiants	3,7	4,0	3,6	2,2	4,5	2,1	0,0
Altres	0,9	0,6	1,4	0,0	>2,4	0,3	>7,6
No contesta	1,9	<0,3	<0,2	2,8	>11,6	3,7	>20,2

3. L'anàlisi segons la *Modalitat de batxillerat* presenta escasses desviacions (taula 89): en el grup de Ciències de la Salut, la visita a altres fires d'estudiants (1,5%) està per sota de la mitjana (3,7%), en el d'Humanitats i Ciències Socials, el nombre d'estudiants que utilitzen altres fonts d'informació (2,6%) és superior a la mitjana (0,9%), com també ho és pel Científic i Ciències de la Salut la visita a altres fires d'estudiants (7,8%), respecte la mitjana (3,7%).

Taula 89 *Fonts d'informació emprades: visites, per modalitat de batxillerat*

P16_VISITES QUINA/ES FONTS HAS UTILITZT O PENSES UTILITZAR PER INFORMAR- TE SOBRE LES DIFERENTS UNIVERSITATS EXISTENTS?	Total	MODALITAT DE BATXILLERAT							
		Científic - Tecnològic	Ciències Socials	Ciències de la Salut	Humanita ts	Humanitat i Ciències Socials	Científic i Ciències de la Salut	Arts	No contesta
	(2345)	(605)	(596)	(366)	(276)	(193)	(184)	(109)	(16)
Jornades de portes obertes de la universitat	51,6	48,0	53,0	55,6	52,7	48,4	55,7	46,1	50,1
Presentacions de la universitat a l'escola	32,2	31,3	34,3	30,6	27,2	34,2	37,0	31,4	35,2
Visita al Saló Estudia	27,2	27,6	24,3	28,9	27,4	33,8	26,9	24,5	19,5
Visita personal a la universitat	25,1	24,7	27,2	22,6	22,6	20,8	28,1	30,8	35,5
Cap	18,5	18,0	17,5	18,6	19,9	18,3	16,3	25,5	23,7
Centres d'informació de L'Administració	4,2	3,6	4,5	4,6	3,0	2,7	5,9	5,9	11,6
Visita a altres fires d'estudiants	3,7	3,1	4,3	<1,5	3,1	4,6	>7,8	0,8	>21,4
Altres	0,9	0,5	0,9	0,6	0,7	>2,6	0,9	0,0	>7,4
No contesta	1,9	1,9	2,3	0,9	2,9	2,1	1,0	1,6	0,0

4. Pel què fa a la *Titularitat del centre* (taula 90), l'anàlisi permet observar el següent:

- a) En els centres públics, el percentatge de subjectes que assisteix o vol assistir a presentacions de la universitat a l'escola (26,0%), visitar al Saló Estudia (21,6%) i visitar personalment la universitat (20,1%) és inferior a la mitjana, per contra, és superior el percentatge dels que no utilitzen o no pensen utilitzar cap font d'informació (21,6%).
- b) Respecte dels centres de titularitat privada, els alumnes que assisteixen o pensen assistir a presentacions de la universitat a l'escola (42,7%), assistir al Saló Estudia (36,9%) ó visitar personalment la universitat (33,5%) es situen clarament per sobre de la mitjana, mentre que els que no utilitzen o no pensen utilitzar cap font (13,1%),

visitar altres fires d'estudiants (2,3%) i no contesten (0,7%) estan per sota de la mitjana.

Taula 90 *Fonts d'informació emprades: visites, per titularitat del centre*

P16_VISITES QUINA/ES FONTS HAS UTILITZT O PENSES UTILITZAR PER INFORMAR-TE SOBRE LES DIFERENTS UNIVERSITATS EXISTENTS?	Total (2345)	TITULARITAT CENTRE	
		Públic (1480)	Privat (865)
Jornades de portes obertes de la universitat	51,6	51,0	52,6
Presentacions de la universitat a l'escola	32,2	<26,0	>42,7
Visita al Saló Estudia	27,2	<21,6	>36,9
Visita personal a la universitat	25,1	<20,1	>33,5
Cap	18,5	>21,6	<13,1
Centres d'informació de L'administració	4,2	4,2	4,2
Visita a altres fires d'estudiants	3,7	4,5	<2,3
Altres	0,9	1,0	0,7
No contesta	1,9	2,6	<0,7

5. Respecte al *Gènere* (taula 91), les dades més rellevants són les següents:

- a) Els homes han utilitzat o pensen utilitzar les Jornades de portes obertes de la universitat (45,8%) i la visita al Saló Estudia (22,4%) en menor proporció que la mitjana, i utilitzen o pensen utilitzar per sobre, cap font (21,7%); també és superior respecte la mitjana el nombre dels que no contesten (2,8%).
- b) Respecte les dones, tan les que assisteixen o pensen assistir tant a les Jornades de portes obertes de la universitat (56,3%) com al Saló Estudia (31,1%) es situen per sobre de la mitjana, mentre les que no utilitzen o no pensen utilitzar cap font (15,9%) es situen per sota.

Taula 91 *Fonts d'informació emprades: visites, per gènere*

P16_VISITES QUINA/ES FONTS HAS UTILITZT O PENSES UTILITZAR PER INFORMAR-TE SOBRE LES DIFERENTS UNIVERSITATS EXISTENTS?	Total (2345)	GENERE	
		Home (1050)	Dona (1295)
Jornades de portes obertes de la universitat	51,6	<45,8	>56,3
Presentacions de la universitat a l'escola	32,2	30,0	34,0
Visita al Saló Estudia	27,2	<22,4	>31,1
Visita personal a la universitat	25,1	25,7	24,5
Cap	18,5	>21,7	<15,9
Centres d'informació de L'administració	4,2	4,3	4,1
Visita a altres fires d'estudiants	3,7	3,0	4,2
Altres	0,9	1,1	0,7
No contesta	1,9	>2,8	1,2

6. En base a la *Demarcació*, cal subratllar les següents diferències (taula 92):

- a) A Barcelona capital, la visita al Saló Estudia (33,5%) és superior a la mitjana (27,2%).
- b) Pel què fa a la demarcació de Barcelona, la visita a altres fires d'estudiants (4,9%) també està per sobre de la mitjana (3,7%).
- c) A la demarcació de Tarragona, la Jornada de portes obertes de la universitat és la font d'informació més emprada (61,9%), per sobre de la seva mitjana (51,6%); en canvi, els centres d'informació de l'administració (1,3%) són menys utilitzats que la mitjana (4,2%).
- d) A la demarcació de Girona, la Jornada de portes obertes de la universitat (61,8%) i les presentacions de la universitat a l'escola (43,9%) són fonts més emprades que la mitjana (51,6% i 32,2%, respectivament).

e) No hi ha desviacions significatives pel què fa a les fonts utilitzades a la demarcació de Lleida.

Taula 92 *Fonts d'informació emprades: visites, per demarcació*

P16 VISITES QUINA/ES FONTS HAS UTILITZT O PENSES UTILITZAR PER INFORMAR-TE SOBRE LES DIFERENTS UNIVERSITATS EXISTENTS?	Total (2345)	DEMARCATIÓ				
		BCN capital (661)	Demarcació de Barcelona (1135)	Demarcació de Tarragona (221)	Demarcació de Girona (192)	Demarcació de Lleida (136)
Jornades de portes obertes de la universitat	51,6	46,4	51,4	>61,9	>61,8	47,0
Presentacions de la universitat a l'escola	32,2	31,5	30,1	38,3	>43,9	26,1
Visita al Saló Estudia	27,2	>33,5	26,2	23,9	21,5	19,2
Visita personal a la universitat	25,1	26,6	24,1	25,5	26,7	22,7
Cap	18,5	19,2	19,3	13,6	14,9	21,0
Centres d'informació de L'administració	4,2	5,3	3,9	<1,3	4,3	6,3
Visita a altres fires d'estudiants	3,7	2,7	>4,9	2,8	2,1	1,6
Altres	0,9	1,3	0,9	0,0	0,0	1,5
No contesta	1,9	1,2	2,5	1,0	1,4	2,4

7. Segons l'Existència d'un centre universitari a la població familiar no es detecten desviacions rellevants respecte dels valors totals (taula 93).

Taula 93 *Fonts d'informació emprades: visites, per existència de centre universitari a la població familiar*

P16 VISITES QUINA/ES FONTS HAS UTILITZT O PENSES UTILITZAR PER INFORMAR-TE SOBRE LES DIFERENTS UNIVERSITATS EXISTENTS?	Total (2345)	EXISTÈNCIA CENTRE UNIVERSITARI EN LA CIUTAT FAMILIAR		
		No (1185)	Sí (1109)	No contesta (51)
Jornades de portes obertes de la universitat	51,6	52,3	50,4	61,1
Presentacions de la universitat a l'escola	32,2	32,9	31,3	34,0
Visita al Saló Estudia	27,2	25,1	30,0	15,4
Visita personal a la universitat	25,1	22,7	27,3	31,6
Cap	18,5	19,0	18,0	16,7
Centres d'informació de L'administració	4,2	3,6	5,0	0,0
Visita a altres fires d'estudiants	3,7	3,2	4,3	0,0
Altres	0,9	0,8	1,0	0,0
No contesta	1,9	1,8	2,0	0,0

4.2.3. MITJANS DE COMUNICACIÓ

En aquest apartat s'analitzen les fonts d'informació comercials que utilitzen els estudiants per tal d'informar-se sobre la oferta universitària. Les taules que es detallen a continuació mostren els mitjans emprats, així com els valors assignats per la mostra, seguint els criteris metodològics prèviament definits.

A continuació s'analitzen les dades que es produeixen a cada taula:

1. Els resultats *Totals*⁹⁵(taula 94) posen de manifest que els estudiants obtenen informació de la universitat, sobre tot, a través de Internet (77,0%), amb força diferència de la resta de mitjans emprats; a continuació, les fonts més utilitzades són les publicacions de les universitats (26,6%) i altres publicacions (14,8%); però, tal com s'observa, són molt menys rellevants que la *www*. El 14,7% manifesta no utilitzar cap tipus d'informació, mentre que el 6,3% utilitza material audiovisual. Anuncis en premsa (4,9%), anuncis en ràdio (1,2%) i anuncis en altres mitjans (0,8%) no semblen constituir una font suficientment rellevant per informar-se. Finalment, només l'1,9% d'estudiants no indica la font utilitzada.
2. En funció de la *Intenció d'anar a la universitat*, es posen de manifest diferències significatives (taula 94):
 - a) En el grup que vol accedir a la universitat, les publicacions de les universitats (30,4%) suposen un increment respecte

⁹⁵ Davant la pregunta *Quina/es font/s has utilitzat o penses utilitzar per informar-te sobre les diferents universitats existents?*, pel què fa a l'apartat de *Mitjans de comunicació*, l'alumnat podia indicar més d'una opció; per tant, els percentatges s'han calculat sobre el total de respostes.

la mitjana (26,6%). En canvi, el percentatge dels que no contesten (0,3%) està per sota (1,9%).

- b) Respecte al grup que segurament anirà a la universitat, destaca el 0,2% d'estudiants que no responen, xifra per sota de la mitjana (1,9%).
- c) El grup que indica que encara no ho sap, utilitza les publicacions de les universitats (19,9%) i altres publicacions (7,0%) per sota de la mitjana (26,6% i 14,7%, respectivament).
- d) En el grup que manifesta que no hi anirà, les publicacions de les universitats (17,8%) són menys utilitzades que la mitjana (26,6%); a més, aquests és el grup amb el major nombre de fonts no especificades (11,6%) respecte la mitjana (1,9%).
- e) Finalment, en el grup que segurament no hi anirà, les publicacions de les universitats (14,4%), apareix en un percentatge per sota de la mitjana (26,6%).

Taula 94 *Fonts d'informació emprades: mitjans de comunicació, per intenció d'anar a la universitat*

P16_MITJANS DE COMUNICACIÓ QUINA/ES FONTS HAS UTILITZAT O PENSES UTILITZAR PER INFORMAR-TE SOBRE LES DIFERENTS UNIVERSITATS EXISTENTS?	Total (2345)	INTENCIÓ D'ANAR A LA UNIVERSITAT					
		Sí (1336)	Segurament sí (422)	Encara no ho sé (228)	No (223)	Segurament no (125)	No contesta (12)
Internet	77,0	79,8	78,9	73,1	66,0	69,0	54,4
Publicacions de les universitats	26,6	>30,4	26,3	<19,9	<17,8	<14,4	27,5
Altres publicacions (Guies, ...)	14,8	16,2	15,4	<7,0	10,5	20,8	0,0
Cap	14,7	13,4	14,8	16,6	15,8	21,3	25,4
Material audiovisual (Vídeo / TV)	6,3	6,7	6,6	5,3	4,3	7,0	0,0
Anuncis en premsa	4,9	5,6	4,8	2,7	3,7	3,4	0,0
Anuncis en ràdio	1,2	1,4	1,2	0,3	1,2	0,6	0,0
Anuncis en altres mitjans	0,8	1,1	0,0	0,0	0,5	0,5	>6,7
No contesta	1,9	<0,3	<0,2	2,8	>11,6	3,7	>20,2

3. Els mitjans de comunicació emprats, segons la *Modalitat de batxillerat*, presenta les següents diferències (taula 95):

- a) En el grup Científic-Tecnològic, el percentatge d'estudiants que utilitza altres publicacions (11,1%) està per sota de la mitjana (14,8%).
- b) Els estudiants en la modalitat d'Humanitats i Ciències Socials obtenen informació a través d'anuncis en premsa (8,4%) en major percentatge que la mitjana (4,9%).
- c) Pel què fa al grup Científic i Ciències de la Salut, l'alumnat troba informació a través d'altres publicacions (22,0%), en major proporció que la mitjana (14,8%).
- d) A la resta de grups de batxillerat no hi ha desviacions significatives.

Taula 95 *Fonts d'informació emprades: mitjans de comunicació, per modalitat de batxillerat*

P16_MITJANS DE COMUN. QUINA/ES FONTS HAS UTILITZAT O PENSES UTILITZAR PER INFORMAR- TE SOBRE LES DIFERENTS UNIVERSITATS EXISTENTS?	Total	MODALITAT DE BATXILLERAT							
		Científic - Tecnològic	Ciències Socials	Ciències de la Salut	Humanita ts	Humanitat i Ciències Socials	Científic i Ciències de la Salut	Arts	No contesta
	(2345)	(605)	(596)	(366)	(276)	(193)	(184)	(109)	(16)
Internet	77,0	75,9	74,7	81,2	78,2	76,0	81,2	73,0	76,9
Publicacions de les universitats	26,6	23,0	29,2	24,8	27,1	27,0	33,8	22,3	37,0
Altres publicacions (Guies, ...)	14,8	<11,1	15,5	13,5	16,4	16,0	>22,0	14,4	30,6
Cap	14,7	16,2	16,0	13,6	10,7	14,6	9,9	19,8	16,4
Material audiovisual (Vídeo / TV)	6,3	5,7	6,3	7,0	6,2	8,4	5,1	5,5	14,7
Anuncis en premsa	4,9	4,7	4,0	5,2	6,0	>8,4	3,0	2,7	11,4
Anuncis en ràdio	1,2	2,0	0,7	0,5	0,8	1,0	2,2	0,0	>7,4
Anuncis en altres mitjans	0,8	0,9	1,0	0,6	0,4	0,0	0,8	0,0	>7,4
No contesta	1,9	1,9	2,3	0,9	2,9	2,1	1,0	1,6	0,0

4. Respecte a la *Titularitat del centre* (taula 96), la valoració que fan els estudiants de centres privats sobre els mitjans de comunicació emprats per informar-se és superior a la dels estudiants provinents de centres públics. S'evidencia que les publicacions de les universitats (30,5%), altres publicacions (17,6%) i anuncis en premsa (6,4%) estan per sobre de la mitjana (26,6%, 14,8% i 4,9%, respectivament).

Taula 96 *Fonts d'informació emprades: mitjans de comunicació, per titularitat del centre*

P16_MITJANS DE COMUNICACIÓ <i>QUINA/ES FONTS HAS UTILITZAT O PENSES UTILITZAR PER INFORMAR-TE SOBRE LES DIFERENTS UNIVERSITATS EXISTENTS?</i>	Total (2345)	TITULARITAT CENTRE	
		Públic (1480)	Privat (865)
Internet	77,0	76,3	78,2
Publicacions de les universitats	26,6	24,3	>30,5
Altres publicacions (Guies, ...)	14,8	13,1	>17,6
Cap	14,7	14,8	14,5
Material audiovisual (Video / TV)	6,3	5,4	7,9
Anuncis en premsa	4,9	4,0	>6,4
Anuncis en ràdio	1,2	0,9	1,5
Anuncis en altres mitjans	0,8	0,6	1,0
No contesta	1,9	2,6	<0,7

5. Les diferències més significatives en funció del *Gènere* es mostren a continuació (taula 97):
- a) Els homes valoren les publicacions de les universitats (22,6%) i altres publicacions (11,8%) per sota de la mitjana; així mateix, és el grup més nombrós que no utilitza cap font d'informació (17,0%) i també que no contesta les fonts emprades (2,8%), respecte la mitjana (14,7% i 1,9%, respectivament).

- b) Per contra, les dones valoren per sobre de la mitjana les publicacions de les universitats (29,8%) i altres publicacions (17,2%).

Taula 97 *Fonts d'informació emprades: mitjans de comunicació, per gènere*

P16_MITJANS DE COMUNICACIÓ QUINA/ES FONTS HAS UTILITZAT O PENSES UTILITZAR PER INFORMAR-TE SOBRE LES DIFERENTS UNIVERSITATS EXISTENTS?	Total (2345)	GÈNERE	
		Home (1050)	Dona (1295)
Internet	77,0	73,2	80,1
Publicacions de les universitats	26,6	<22,6	>29,8
Altres publicacions (Guies, ...)	14,8	<11,8	>17,2
Cap	14,7	>17,0	12,8
Material audiovisual (Vídeo / TV)	6,3	6,4	6,2
Anuncis en premsa	4,9	4,9	4,9
Anuncis en ràdio	1,2	1,5	0,9
Anuncis en altres mitjans	0,8	0,9	0,7
No contesta	1,9	>2,8	1,2

6. Segons la *Demarcació* (taula 98), és a Tarragona on l'alumnat manifesta que utilitza en major proporció els mitjans de comunicació com a font d'informació, tot i no haver diferències significatives respecte la resta de demarcacions.

Taula 98 *Fonts d'informació emprades: mitjans de comunicació, per demarcació*

P16_MITJANS DE COMUNICACIÓ QUINA/ES FONTS HAS UTILITZAT O PENSES UTILITZAR PER INFORMAR-TE SOBRE LES DIFERENTS UNIVERSITATS EXISTENTS?	Total (2345)	DEMARCACIÓ				
		BCN capital (661)	Demarcació de Barcelona (1135)	Demarcació de Tarragona (221)	Demarcació de Girona (192)	Demarcació de Lleida (136)
Internet	77,0	77,3	76,5	80,5	73,0	79,3
Publicacions de les universitats	26,6	28,4	25,7	26,4	27,6	24,0
Altres publicacions (Guies, ...)	14,8	14,9	14,1	18,0	12,2	17,8
Cap	14,7	15,6	14,5	10,6	17,9	13,2
Material audiovisual (Vídeo / TV)	6,3	5,7	6,7	9,5	4,1	4,2
Anuncis en premsa	4,9	4,9	4,1	7,6	5,9	4,7
Anuncis en ràdio	1,2	1,0	1,0	1,5	2,5	0,7
Anuncis en altres mitjans	0,8	0,7	0,7	1,1	1,1	0,7
No contesta	1,9	1,2	2,5	1,0	1,4	2,4

7. Segons l'Existència d'un centre universitari a la població familiar (taula 99), no s'observen diferències significatives en els valors de la mostra; tan sols els que no indiquen si existeix algun centre universitari a la població familiar utilitzen els anuncis en ràdio (6,0%) i els anuncis en altres mitjans (4,6%) en major proporció que la mitjana (1,2% i 0,8%, respectivament).

Taula 99 *Fonts d'informació emprades: mitjans de comunicació, per existència de centre universitari a la població familiar*

P16_MITJANS DE COMUNICACIÓ QUINA/ES FONTS HAS UTILITZAT O PENSES UTILITZAR PER INFORMAR-TE SOBRE LES DIFERENTS UNIVERSITATS EXISTENTS?	Total (2345)	EXISTÈNCIA CENTRE UNIVERSITARI EN LA CIUTAT FAMILIAR		
		No (1185)	Sí (1109)	No contesta (51)
Internet	77,0	76,9	77,0	80,0
Publicacions de les universitats	26,6	24,7	28,2	35,0
Altres publicacions (Guies, ...)	14,8	14,5	15,5	6,0
Cap	14,7	14,9	14,5	13,1
Material audiovisual (Vídeo / TV)	6,3	6,6	5,9	8,4
Anuncis en premsa	4,9	4,2	5,5	6,0
Anuncis en ràdio	1,2	1,2	0,9	>6,0
Anuncis en altres mitjans	0,8	0,8	0,5	>4,6
No contesta	1,9	1,8	2,0	0,0

5. FACTORS DE DECISIÓ PER ESCOLLIR CENTRE

En aquest apartat es vol analitzar quins són els factors de decisió dels estudiants de segon curs de batxillerat a l'hora d'escollir centre d'ensenyament superior. Per determinar en quina mesura poden influir els diferents factors en l'elecció de la universitat s'ha formulat la següent pregunta i escala de valors:

Valora els següents factors a l'hora de triar universitat utilitzant la següent escala: 1. Cap influència, 2. Poca influència, 3. Alguna influència, 4. Força influència, 5. Molta influència.

Davant els factors de decisió plantejats, els estudiants havien de manifestar el nivell d'influència per a cada un d'ells, oscil·lant les respostes des de *Cap influència*, valor 1, a *Molta influència*, valor 5, amb tres nivells intermitjos (*Poca influència*, valor 2, *Alguna influència*, valor 3, i *Força influència*, valor 4). L'escala s'ha aplicat sobre 47 factors, agrupats segons els següents criteris:

1. Coneixement de la universitat,
2. Professorat,
3. Estudiants,
4. Metodologia,
5. Borsa de treball,
6. Serveis,
7. Cost i finançament,
8. Promoció i informació,
9. Campus,
10. Referències,
11. Altres.

La taula 100 mostra els factors de decisió, incloent-hi els valors totals obtinguts per a cada una de les proposicions formulades, ordenades de major a menor influència. Tal com s'observa, els valors oscil·len en una forquilla entre la *Qualitat de l'ensenyament* (4,17), com a valor més representatiu i l'*Orientació religiosa de la formació* (1,65), que és l'atribut menys valorat per la mostra. Els dos únics factors que superen el nivell de *Bastant influència* (4) són la *Qualitat de l'ensenyament* (4,17) i la *Facilitat d'accés en transport públic* (4,02), el primer factor dins el grup de *Coneixement de la universitat* i el segon pertanyent al de *Campus*.

Taula 100 Factors de decisió per escollir centre. Totals

(MITJANA D'1 A 5)	Total		Nº
FACTORS DE DECISIÓ PER ESCOLLIR CENTRE	(2345)	GRUP	ordre
Qualitat de l'ensenyament	4.17	Coneixement de la universitat	1
Facilitat d'accés en transport públic	4.02	Campus	2
Cost anual dels estudis	3.96	Cost i finançament	3
Ambient d'estudi	3.88	Coneixement de la universitat	4
Facilitats de finançament	3.86	Cost i finançament	5
Facilitat d'accés a la universitat	3.81	Coneixement de la universitat	6
Orientació pràctica dels estudis	3.79	Metodologia	7
Amabilitat en el tracte del personal de la universitat	3.74	Promoció i informació	8
Accessibilitat del professorat pels alumnes	3.73	Professorat	9
Qualitat en els serveis d'assessorament i atenció a l'alumnat	3.68	Serveis	10
Atractiu de les activitats ofertes	3.68	Serveis	11
Nivell d'innovació tecnològica a la universitat	3.66	Serveis	12
Atractiu de les instal·lacions	3.66	Campus	13
Experiència professional del professorat	3.63	Professorat	14
Capacitats pedagògiques del professorat	3.58	Professorat	15
Funcionament de la biblioteca	3.57	Serveis	16
Funcionament de serveis (cafeteria, informàtica, copisteria...)	3.51	Serveis	17
Varietat de titulacions oficials ofertes	3.50	Coneixement de la universitat	18
Reputació de la universitat	3.48	Coneixement de la universitat	19
Proximitat de la universitat al domicili habitual	3.47	Campus	20
Projecció internacional de la universitat	3.44	Coneixement de la universitat	21
Eficàcia de la borsa de treball	3.42	Borsa de treball	22
Varietat d'estudis especialitzats oferts	3.32	Coneixement de la universitat	23
Nivell acadèmic dels estudiants	3.32	Estudiants	24
Proporció d'aprovat per curs	3.30	Estudiants	25
Llengua d'impartició de les classes	3.26	Metodologia	26
Promoció i informació directa als alumnes potencials	3.26	Promoció i informació	27
Proporció de graduats inserits el primer any	3.25	Borsa de treball	28
Dificultat per accedir a una universitat pública	3.25	Referències	29
Reputació investigadora del professorat	3.23	Professorat	30
Nombre d'alumnes per classes	3.13	Metodologia	31
Recomanació d'estudiants universitaris	3.07	Referències	32
Possibilitat de viure fora del domicili habitual	3.03	Campus	33
Recomanació del professor / tutor / orientador	3.03	Referències	34
La universitat més propera no imparteix la titulació desitjada	2.99	Campus	35
Recomanació familiar	2.96	Referències	36
Atractiu de l'oferta esportiva	2.95	Serveis	37
Dificultat per accedir a una universitat privada	2.95	Referències	38
Recomanació d'antics alumnes de la universitat	2.91	Referències	39
Difusió de la Universitat en els mitjans de comunicació	2.86	Promoció i informació	40
Orientació humanística/integral de la formació	2.85	Coneixement de la universitat	41
Recomanació d'amics	2.84	Referències	42
Proximitat de la Universitat al domicili no habitual	2.77	Campus	43
Grau de vinculació dels ex-alumnes amb la universitat	2.49	Estudiants	44
Decisió familiar	2.49	Referències	45
Orientació religiosa de la formació	1.65	Coneixement de la universitat	46

5.1. CONEIXEMENT DE LA UNIVERSITAT

El primer grup de factors de decisió per escollir centre s'agrupen sota la denominació *Coneixement de la universitat*. Els valors dels atributs dins aquest grup oscil·len entre 4,17, corresponent a la *Qualitat de l'ensenyament*, i 1,65 de l'*Orientació humanística i religiosa*, com atribut menys influent.

Quan s'analitzen les respostes del estudiants de batxillerat, segons els criteris metodològics prèviament definits, s'observen diferències interessants.

1. Segons els valors *Totals* (taula 101), el factor més influent en l'elecció és la *Qualitat de l'ensenyament*. Aquest atribut és valorat entre força i molt influent (4,17) per la mostra. Això pot tenir una relació directa amb el nivell acadèmic i amb els resultats que puguin obtenir. El segon factor, vinculat al primer, és l'*Ambient d'estudi* (3,88), seguit de la *Facilitat d'accés a la universitat* (3,81), es a dir, la nota necessària o prova per accedir-hi; no obstant, aquesta valoració pot estar polaritzada entre aquells estudiants que vulguin optar per una universitat pública o privada. La *Varietat de titulacions oficials ofertades* (3,50) s'esmenta com a quart motiu d'elecció. En canvi, la *Reputació de la universitat* (3,48) no sembla importar-los tant, tot i que poden existir diferències significatives en funció de la universitat que es triï. El següent fa referència a la *Projecció internacional de la universitat* (3,44), la qual cosa indica que els estudiants també es preocupen per una visió internacional dins el context global que els envolta. La *Varietat d'estudis especialitzats ofertats* (3,32) també es troba entre els motius més influents, mentre que l'*Orientació humanística/integral de la formació* (2,85) i

l'Orientació religiosa de la formació (1,65) tenen una escassa influència en la decisió, la qual cosa sembla coherent amb l'orientació laica dels centres públics i la disminució progressiva de les creences religioses entre els joves.

- Segons la *Intenció d'anar a la universitat* (taula 101), les respostes no ofereixen desviacions sensibles respecte les mitjanes, tot i que, en general, milloren els valors d'aquells estudiants que manifesten un major interès en continuar estudis a la universitat. Cal destacar, no obstant, diferències significatives en el factor *Facilitat d'accés a la universitat*. A mesura que decreix la intenció d'anar-hi augmenta el valor de l'atribut. Això vol dir que els estudiants que manifesten escassa o nul·la intenció d'accedir-hi són probablement els que tenen pitjor expedient acadèmic de batxillerat i, per tant, veuen més inaccessible la nota necessària o la prova d'accés a la universitat, per la qual cosa atorguen un valor més alt a aquest atribut.

Taula 101 *Factors de decisió: coneixement de la universitat, per intenció d'anar-hi*

P19: CONEIXEMENT DE LA UNIVERSITAT (Mitjana d'1 a 5)	Total	INTENCIO D'ANAR A LA UNIVERSITAT					
		Sí	Segurament sí	Encara no ho sé	No	Segurament no	No contesta
<i>FACTORS DE DECISIO PER ESCOLLIR CENTRE: CONEIXEMENT DE LA UNIVERSITAT</i>	(2345)	(1336)	(422)	(228)	(223)	(125)	(12)
Qualitat de l'ensenyament	4.17	4.27	4.07	3.98	3.95	3.95	4.21
Ambient d'estudi	3.88	3.91	3.86	3.79	3.84	3.89	4.04
Facilitat d'accés a la universitat	3.81	3.70	4.06	3.80	3.89	4.07	4.01
Varietat de titulacions oficials ofertades	3.50	3.46	3.54	3.58	3.52	3.65	2.75
Reputació de la universitat	3.48	3.61	3.32	3.22	3.29	3.26	4.08
Projecció internacional de la universitat	3.44	3.57	3.26	3.14	3.28	3.19	3.83
Varietat d'estudis especialitzats ofertats	3.32	3.34	3.28	3.32	3.34	3.19	3.16
Orientació humanística/integral de la formació	2.85	2.84	2.95	2.81	2.68	2.86	2.96
Orientació religiosa de la formació	1.65	1.61	1.61	1.75	1.84	1.77	1.57

3. Segons la *Modalitat de batxillerat*, tal com mostra la taula 102, els estudiants en les especialitats Científic i Ciències de la Salut, així com els d'Humanitats i Ciències Social són els qui atorguen, en general, valors més alts a aquest conjunt de factors.

Taula 102 *Factors de decisió: coneixement de la universitat, per modalitat de batxillerat*

P19: CONEIXEMENT DE LA UNIVERSITAT (Mitjana d'1 a 5)	Total	MODALITAT DE BATXILLERAT							
		Científic - Tecnològic	Ciències Socials	Ciències de la Salut	Humanita ts	Humanitat i Ciències Socials	Científic i Ciències de la Salut	Arts	No contestat
<i>FACTORS DE DECISIÓ PER ESCOLLIR CENTRE: CONEIXEMENT DE LA UNIVERSITAT</i>	(2345)	(605)	(596)	(366)	(276)	(193)	(184)	(109)	(16)
Qualitat de l'ensenyament	4.17	4.09	4.16	4.24	4.18	4.27	4.30	3.99	3.86
Ambient d'estudi	3.88	3.75	3.95	3.89	3.87	4.05	3.94	3.92	3.72
Facilitat d'accés a la universitat	3.81	3.60	3.88	3.92	4.02	3.93	3.84	3.49	3.44
Varietat de titulacions oficials ofertades	3.50	3.43	3.51	3.51	3.59	3.69	3.31	3.59	3.59
Reputació de la universitat	3.48	3.38	3.62	3.48	3.43	3.49	3.58	3.25	3.29
Projecció internacional de la universitat	3.44	3.40	3.48	3.44	3.32	3.55	3.46	3.39	3.66
Varietat d'estudis especialitzats ofertats	3.32	3.18	3.39	3.31	3.36	3.41	3.31	3.48	3.36
Orientació humanística/integral de la formació	2.85	2.65	2.90	2.83	3.18	3.05	2.67	2.89	3.13
Orientació religiosa de la formació	1.65	1.61	1.64	1.67	1.76	1.63	1.52	1.78	1.81

4. En funció de la *Titularitat del centre* (taula 103), els estudiants de centres privats atorguen valors superiors a aquest grup de factors, tret de l'ambient d'estudi (3,90) i de la *Facilitat d'accés a la universitat* (3,75), on els estudiants de centres de titularitat pública els superen. L'alumnat d'aquest perfil de centres sembla més influït per les notes necessàries per accedir a una universitat pública. En el factor *Reputació de la universitat* és on hi ha la diferència més significativa entre la

valoració de l'alumnat de centres privats (3,68) i el de centres públics (3,35).

Taula 103 Factors de decisió: coneixement de la universitat, per titularitat del centre.

P19: CONEIXEMENT DE LA UNIVERSITAT (Mitjana d'1 a 5)	Total	TITULARITAT CENTRE	
		Públic	Privat
FACTORS DE DECISIO PER ESCOLLIR CENTRE: CONEIXEMENT DE LA UNIVERSITAT	(2345)	(1480)	(865)
Qualitat de l'ensenyament	4.17	4.09	4.30
Ambient d'estudi	3.88	3.90	3.86
Facilitat d'accés a la universitat	3.81	3.85	3.75
Varietat de titulacions oficials ofertades	3.50	3.48	3.52
Reputació de la universitat	3.48	3.35	3.68
Projecció internacional de la universitat	3.44	3.34	3.59
Varietat d'estudis especialitzats ofertats	3.32	3.28	3.38
Orientació humanística/integral de la formació	2.85	2.84	2.87
Orientació religiosa de la formació	1.65	1.64	1.66

5. Segons el *Gènere* (taula 104), es pot comprovar que les dones atorguen, en general, valor més alt que els homes a aquest grup de factors, excepte l'*Orientació religiosa de la formació* (1,61), que exerceix una influència lleugerament inferior respecte ells (1,68).

Taula 104 Factors de decisió: coneixement de la universitat, per gènere

P19: CONEIXEMENT DE LA UNIVERSITAT (Mitjana d'1 a 5)	Total	GENERE	
		Home	Dona
FACTORS DE DECISIO PER ESCOLLIR CENTRE: CONEIXEMENT DE LA UNIVERSITAT	(2345)	(1050)	(1295)
Qualitat de l'ensenyament	4.17	4.01	4.30
Ambient d'estudi	3.88	3.77	3.98
Facilitat d'accés a la universitat	3.81	3.64	3.94
Varietat de titulacions oficials ofertades	3.50	3.33	3.63
Reputació de la universitat	3.48	3.40	3.54
Projecció internacional de la universitat	3.44	3.39	3.47
Varietat d'estudis especialitzats ofertats	3.32	3.19	3.42
Orientació humanística/integral de la formació	2.85	2.69	2.98
Orientació religiosa de la formació	1.65	1.68	1.61

6. Pel què fa a la *Demarcació* (taula 105), a la de Barcelona s'atorga un valor superior a la mitjana respecte els set primers factors. L'àmplia oferta formativa d'educació superior i l'opció de poder escollir entre un ampli ventall d'alternatives pot fer que l'alumnat de batxillerat que pertany a aquesta demarcació sigui més exigent i atorgui un valor superior a aquests conjunt de factors. En canvi, a la resta de demarcacions, i especialment a la de Girona, els valors semblen tenir una importància relativa menor en l'elecció. Probablement, el fet de disposar d'una sola universitat a aquestes demarcacions pot haver influït en els valors assignats per la mostra.

Taula 105 *Factors de decisió: coneixement de la universitat, per demarcació*

P19: CONEIXEMENT DE LA UNIVERSITAT (Mitjana d'1 a 5)	Total	DEMARCATIÓ				
		BCN capital	Demarcació de Barcelona	Demarcació de Tarragona	Demarcació de Girona	Demarcació de Lleida
<i>FACTORS DE DECISIÓ PER ESCOLLIR CENTRE: CONEIXEMENT DE LA UNIVERSITAT</i>	(2345)	(661)	(1135)	(221)	(192)	(136)
Qualitat de l'ensenyament	4.17	4.26	4.18	4.19	3.86	4.06
Ambient d'estudi	3.88	3.86	3.93	3.85	3.76	3.85
Facilitat d'accés a la universitat	3.81	3.74	3.82	4.07	3.62	3.90
Varietat de titulacions oficials ofertades	3.50	3.47	3.51	3.64	3.38	3.48
Reputació de la universitat	3.48	3.64	3.48	3.32	3.19	3.37
Projecció internacional de la universitat	3.44	3.52	3.46	3.46	3.12	3.26
Varietat d'estudis especialitzats ofertats	3.32	3.39	3.28	3.42	3.17	3.28
Orientació humanística/integral de la formació	2.85	2.94	2.82	2.90	2.68	2.85
Orientació religiosa de la formació	1.65	1.72	1.58	1.66	1.77	1.63

7. L'anàlisi segons l'*Existència d'un centre universitari a la població familiar* (taula 106) permet observar que, en general, es valoren més els atributs quan l'estudiant disposa d'algun

centre dins la seva població familiar. Els únics factors que estan lleugerament per sota de la mitjana són la *Facilitat d'accés a la universitat* (3,80), la *Varietat de titulacions oficials ofertades* (3,44) i l'*Orientació religiosa de la formació* (1,65).

Taula 106 Factors de decisió: coneixement de la universitat, per existència de centre universitari en la ciutat familiar

P19: CONEIXEMENT DE LA UNIVERSITAT (Mitjana d'1 a 5)	Total	EXISTÈNCIA CENTRE UNIVERSITARI EN LA CIUTAT FAMILIAR		
		No	Sí	No contesta
FACTORS DE DECISIÓ PER ESCOLLIR CENTRE: CONEIXEMENT DE LA UNIVERSITAT	(2345)	(1185)	(1109)	(51)
Qualitat de l'ensenyament	4.17	4.12	4.22	4.02
Ambient d'estudi	3.88	3.86	3.91	3.85
Facilitat d'accés a la universitat	3.81	3.82	3.80	3.63
Varietat de titulacions oficials ofertades	3.50	3.54	3.44	3.61
Reputació de la universitat	3.48	3.41	3.56	3.40
Projecció internacional de la universitat	3.44	3.35	3.52	3.48
Varietat d'estudis especialitzats ofertats	3.32	3.28	3.34	3.46
Orientació humanística/integral de la formació	2.85	2.78	2.91	3.03
Orientació religiosa de la formació	1.65	1.65	1.64	1.84

5.2. PROFESSORAT

El segon grup de factors de decisió per escollir centre s'agrupa entorn el *Professorat* universitari. Hi ha un cert equilibri entre els valors dins aquest grup, situant-se entre 3,73, que correspon a l'*Accessibilitat del professorat pels alumnes*, i 3,23 de la *Reputació investigadora del professorat*.

Una anàlisi més detallada de les respostes dels estudiants permet observar algunes diferències.

1. Segons els valors *Totals* (taula 107), l'*Accessibilitat del professorat pels alumnes* (3,73) encapçala l'atribut amb el valor més alt d'aquest conjunt de factors. Això fa pensar que

els estudiants cerquen una atenció personalitzada en l'ensenyament universitari. L'*Experiència professional del professorat* (3,63), les *Capacitats pedagògiques del professorat* (3,58) i la *Reputació investigadora del professorat* (3,23), per aquest ordre, també es consideren motius influents en la decisió, la qual cosa sembla indicar que l'alumnat es preocupa pel tipus de docent i prefereix aquells que són accessibles, que ensenyen amb claredat i que tenen experiència pràctica; en menor mesura, també ressalten la seva activitat investigadora.

2. En funció de la *Intenció d'anar a la universitat* (taula 107), sorprèn observar com els estudiants que no manifesten interès a anar a la universitat atorguen, en general, un valor superior a aquest conjunt de factors que aquells que tenen intenció d'anar-hi. Aquests valors poden tenir relació amb una major percepció d'exigència del professorat universitari. Per la resta de dades, tot fa pensar que, a major nivell d'intenció d'anar a la universitat, més influeix en l'elecció el perfil acadèmic i professional del professorat.

Taula 107 *Factors de decisió: professorat, per intenció d'anar a la universitat*

P19: PROFESSORAT (Mitjana d'1 a 5)	Total	INTENCIÓ D'ANAR A LA UNIVERSITAT					
		Sí	Segurament sí	Encara no ho sé	No	Segurament no	No contesta
<i>FACTORS DE DECISIÓ PER ESCOLLIR CENTRE: PROFESSORAT</i>	(2345)	(1336)	(422)	(228)	(223)	(125)	(12)
Accessibilitat del professorat pels alumnes	3.73	3.73	3.69	3.77	3.86	3.56	4.02
Experiència professional del professorat	3.63	3.68	3.53	3.51	3.70	3.40	4.10
Capacitats pedagògiques del professorat	3.58	3.63	3.46	3.47	3.68	3.43	4.09
Reputació investigadora del professorat	3.23	3.27	3.16	3.17	3.16	3.14	3.64

3. En funció de la *Modalitat de batxillerat* (taula 108), s'observa que els estudiants en les modalitats d'Humanitats i Ciències Socials atorguen els valors més alts a aquest conjunt de factors, excepte el factor *Reputació investigadora del professorat* (3,18), superior a altres modalitats. Aquests valors contrasten amb les qualificacions més baixes que va obtenir aquest grup quan cursava primer curs de batxillerat (vegeu taula 22). Per tant, tot apunta que, en la mesura que els resultats acadèmics són baixos, l'alumnat tendeixen a considerar el professorat com un factor més rellevant a l'hora d'elegir centre.

Taula 108 Factors de decisió: professorat, per modalitat de batxillerat

P19: PROFESSORAT (Mitjana d'1 a 5)	Total	MODALITAT DE BATXILLERAT							
		Científic - Tecnològic	Ciències Socials	Ciències de la Salut	Humanita ts	Humanitat i Ciències Socials	Científic i Ciències de la Salut	Arts	No contesta
<i>FACTORS DE DECISIÓ PER ESCOLLIR CENTRE: PROFESSORAT</i>	(2345)	(605)	(596)	(366)	(276)	(193)	(184)	(109)	(16)
Accessibilitat del professorat pels alumnes	3.73	3.60	3.78	3.79	3.76	3.88	3.76	3.53	3.84
Experiència professional del professorat	3.63	3.55	3.70	3.58	3.70	3.76	3.61	3.39	3.79
Capacitats pedagògiques del professorat	3.58	3.40	3.69	3.59	3.73	3.63	3.64	3.36	3.75
Reputació investigadora del professorat	3.23	3.24	3.21	3.26	3.25	3.18	3.31	2.97	3.23

4. Pel que fa a la *Titularitat del centre* (taula 109), s'observa que els estudiants de centres privats atorguen una relativa major importància als factors d'elecció que fan referència al *Professorat* que els provinents de centres públics, especialment pel que fa a la *Reputació investigadora del professorat*.

Taula 109 Factors de decisió: professorat, per titularitat del centre

P19: PROFESSORAT (Mitjana d'1 a 5)	Total	TITULARITAT CENTRE	
		Públic	Privat
FACTORS DE DECISIÓ PER ESCOLLIR CENTRE: PROFESSORAT	(2345)	(1480)	(865)
Accessibilitat del professorat pels alumnes	3.73	3.65	3.86
Experiència professional del professorat	3.63	3.56	3.74
Capacitats pedagògiques del professorat	3.58	3.52	3.67
Reputació investigadora del professorat	3.23	3.17	3.32

5. Igualment, es comprova que existeixen diferències significatives segons el *Gènere*. La taula 110 mostra que tots els factors són més influents en l'elecció per les dones que pels homes.

Taula 110 Factors de decisió: professorat, per gènere

P19: PROFESSORAT (Mitjana d'1 a 5)	Total	GÈNERE	
		Home	Dona
FACTORS DE DECISIÓ PER ESCOLLIR CENTRE: PROFESSORAT	(2345)	(1050)	(1295)
Accessibilitat del professorat pels alumnes	3.73	3.60	3.84
Experiència professional del professorat	3.63	3.53	3.71
Capacitats pedagògiques del professorat	3.58	3.41	3.72
Reputació investigadora del professorat	3.23	3.18	3.26

6. En funció de la *Demarcació*, els estudiants a la demarcació de Tarragona són els qui valoren més l'*Accessibilitat del professorat* (3,86), les *Capacitats pedagògiques del professorat* (3,69) i la *Reputació investigadora del professorat* (3,31%); en canvi, a la demarcació de Lleida són l'*Experiència professional del professorat* (3,72) i les *Capacitats pedagògiques del professorat* (3,69) els atributs més valorats respecte el conjunt de demarcacions (taula 111).

Taula 111 Factors de decisió: professorat, per demarcació

P19: PROFESSORAT (Mitjana d'1 a 5)	Total	DEMARCATIÓ				
		BCN capital	Demarcació de Barcelona	Demarcació de Tarragona	Demarcació de Girona	Demarcació de Lleida
<i>FACTORS DE DECISIÓ PER ESCOLLIR CENTRE: PROFESSORAT</i>	(2345)	(661)	(1135)	(221)	(192)	(136)
Accessibilitat del professorat pels alumnes	3.73	3.81	3.68	3.86	3.51	3.85
Experiència professional del professorat	3.63	3.71	3.60	3.63	3.47	3.72
Capacitats pedagògiques del professorat	3.58	3.65	3.53	3.69	3.41	3.69
Reputació investigadora del professorat	3.23	3.29	3.20	3.31	3.05	3.23

7. Pel què fa a l'*Existència d'un centre universitari a la població familiar*, els estudiants que en disposen consideren més rellevants els factors corresponents al grup *Professorat* que aquells que no en tenen a la població familiar (taula 112).

Taula 112 Factors de decisió: professorat, existència de centre universitari a la població familiar

P19: PROFESSORAT (Mitjana d'1 a 5)	Total	EXISTÈNCIA CENTRE UNIVERSITARI EN LA CIUTAT FAMILIAR		
		No	Sí	No contesta
<i>FACTORS DE DECISIÓ PER ESCOLLIR CENTRE: PROFESSORAT</i>	(2345)	(1185)	(1109)	(51)
Accessibilitat del professorat pels alumnes	3.73	3.69	3.78	3.75
Experiència professional del professorat	3.63	3.54	3.72	3.45
Capacitats pedagògiques del professorat	3.58	3.49	3.68	3.51
Reputació investigadora del professorat	3.23	3.16	3.30	3.19

5.3. ESTUDIANTS

El següent grup de factors de decisió per escollir centre s'agrupa a l'entorn dels *Estudiants*. Els tres factors de decisió inclosos en aquesta variable oscil·len entre poca i alguna influència en la decisió.

L'anàlisi detallada de les respostes de la mostra, segons els criteris metodològics establerts, es presenta a continuació.

1. Segons els valors *Totals* (taula 113), el *Nivell acadèmic dels estudiants* (3,32) influeix en l'alumnat, en tant que es pot relacionar amb els resultats obtinguts i amb la reputació de la universitat. La *Proporció d'aprovat per curs* (3,30) és un factor lleugerament menys influent que l'anterior, la qual cosa indica que els estudiants, tot i preocupar-se pel nivell acadèmic, són força sensibles també a les qualificacions acadèmiques de la universitat. Per últim, el *Grau de vinculació dels ex-alumnes amb la universitat* (2,49) no sembla tenir la mateixa incidència que els factors anteriors, encara que als estudiants els pot interessar les activitats que la universitat realitzi amb els antics alumnes.
2. L'anàlisi, segons la *Intenció d'anar a la universitat* (taula 113), revela que els alumnes que consideren el *Nivell acadèmic dels estudiants* com a factor més influent són aquells que manifesten la intenció d'anar-hi (3,40). Per això, aquest grup sembla importar-los menys la *Proporció d'aprovat per curs* (3,25); en canvi, aquest factor té una influència major a mesura que decreix la intenció d'anar a la universitat. En el grup que indica no saber si anirà a la universitat, el *Grau de vinculació dels ex-alumnes amb la universitat* (2,70) és un atribut més influent que a la resta de grups. Això fa pensar que, en la mesura que no es té clara l'opció universitària, la decisió pot tenir una vessant més emocional (vinculació amb la institució) que racional (nivell acadèmic de l'alumnat).

Taula 113 *Factors de decisió: estudiants, per intenció d'anar a la universitat*

P19: ESTUDIANTS (Mitjana d'1 a 5)	Total	INTENCIO D'ANAR A LA UNIVERSITAT					
		Sí	Segurament sí	Encara no ho sé	No	Segurament no	No contesta
<i>FACTORS DE DECISIO PER ESCOLLIR CENTRE: ESTUDIANTS</i>	(2345)	(1336)	(422)	(228)	(223)	(125)	(12)
Nivell acadèmic dels estudiants	3.32	3.40	3.24	3.18	3.21	3.07	3.54
Proporció d'aprovat per curs	3.30	3.25	3.34	3.41	3.41	3.41	2.67
Grau de vinculació dels ex-alumnes amb la universitat	2.49	2.45	2.51	2.70	2.59	2.28	2.40

3. Per *Modalitat de batxillerat*, l'alumnat de Ciències Socials és qui considera aquest grup d'atributs com a més influents en la decisió. En canvi, els estudiants en la modalitat Científic-Tecnològic són els qui menys els valoren. Pel què fa a l'alumnat d'Arts, el *Nivell acadèmic dels estudiants* (3,16) és el factor menys influent de totes les modalitats (taula 114).

Taula 114 *Factors de decisió: estudiants, per modalitat de batxillerat*

P19: ESTUDIANTS (Mitjana d'1 a 5)	Total	MODALITAT DE BATXILLERAT							
		Científic - Tecnològic	Ciències Socials	Ciències de la Salut	Humanitats	Humanitat i Ciències Socials	Científic i Ciències de la Salut	Arts	No contesta
<i>FACTORS DE DECISIO PER ESCOLLIR CENTRE: ESTUDIANTS</i>	(2345)	(605)	(596)	(366)	(276)	(193)	(184)	(109)	(16)
Nivell acadèmic dels estudiants	3.32	3.26	3.40	3.36	3.26	3.31	3.39	3.16	3.44
Proporció d'aprovat per curs	3.30	3.07	3.46	3.29	3.35	3.31	3.44	3.39	2.90
Grau de vinculació dels ex-alumnes amb la universitat	2.49	2.38	2.54	2.53	2.42	2.53	2.48	2.72	2.85

4. Segons la *Titularitat del Centre* (taula 115), destaca que l'alumnat de centres privats considera més influents els factors *Nivell acadèmic dels estudiants* (3,40) i la *Proporció d'aprovat per curs* (3,38) que els estudiants de centres públics. En canvi, el *Grau de vinculació dels ex-alumnes amb*

la universitat (2,50) sembla importar més als estudiants de centres públics.

Taula 115 Factors de decisió: estudiants, per titularitat del centre

P19: ESTUDIANTS (Mitjana d'1 a 5)	Total	TITULARITAT CENTRE	
		Públic	Privat
FACTORS DE DECISIÓ PER ESCOLLIR CENTRE: ESTUDIANTS	(2345)	(1480)	(865)
Nivell acadèmic dels estudiants	3.32	3.27	3.40
Proporció d'aprovat per curs	3.30	3.25	3.38
Grau de vinculació dels ex-alumnes amb la universitat	2.49	2.50	2.46

5. En funció del *Gènere*, aquests factors semblen tenir una major importància per les dones (3,43 i 3,43) que pels homes (3,19 i 3,13, respectivament), tal com s'observa a la taula (116).

Taula 116 Factors de decisió: estudiants, per gènere

P19: ESTUDIANTS (Mitjana d'1 a 5)	Total	GENERE	
		Home	Dona
FACTORS DE DECISIÓ PER ESCOLLIR CENTRE: ESTUDIANTS	(2345)	(1050)	(1295)
Nivell acadèmic dels estudiants	3.32	3.19	3.43
Proporció d'aprovat per curs	3.30	3.13	3.43
Grau de vinculació dels ex-alumnes amb la universitat	2.49	2.38	2.57

6. Pel que fa a la *Demarcació*, no hi ha diferències gaire significatives, tal com es mostra a la taula 117. No obstant, cal subratllar la influència que té el *Nivell acadèmic dels estudiants* (3,47) a la demarcació de Tarragona, així com la *Proporció d'aprovat per curs* (3,50) i el *Grau de vinculació dels ex-alumnes amb la universitat* (2,64), a la demarcació a Lleida.

Taula 117 Factors de decisió: estudiants, per demarcació

P19: ESTUDIANTS (Mitjana d'1 a 5)	Total	DEMARCATIÓ				
		BCN capital	Demarcació de Barcelona	Demarcació de Tarragona	Demarcació de Girona	Demarcació de Lleida
FACTORS DE DECISIÓ PER ESCOLLIR CENTRE: ESTUDIANTS	(2345)	(661)	(1135)	(221)	(192)	(136)
Nivell acadèmic dels estudiants	3.32	3.31	3.33	3.47	3.21	3.25
Proporció d'aprovat per curs	3.30	3.31	3.28	3.33	3.22	3.50
Grau de vinculació dels ex-alumnes amb la universitat	2.49	2.45	2.46	2.59	2.53	2.64

7. Segons el criteri *Existència de centre universitari a la població familiar*, no s'observen diferències significatives. En tot cas, l'alumnat que disposa d'un centre universitari prop del seu domicili habitual, atorga valors als atributs lleugerament superiors que aquells que no en disposen (taula 118).

Taula 118 Factors de decisió: estudiants, per existència de centre universitari a la població familiar

P19: ESTUDIANTS (Mitjana d'1 a 5)	Total	EXISTÈNCIA CENTRE UNIVERSITARI EN LA CIUTAT FAMILIAR		
		No	Sí	No contesta
FACTORS DE DECISIÓ PER ESCOLLIR CENTRE: ESTUDIANTS	(2345)	(1185)	(1109)	(51)
Nivell acadèmic dels estudiants	3.32	3.31	3.34	3.24
Proporció d'aprovat per curs	3.30	3.30	3.31	3.07
Grau de vinculació dels ex-alumnes amb la universitat	2.49	2.47	2.49	2.73

5.4. METODOLOGIA

Els següents factors de decisió s'agrupen al voltant de la *Metodologia* d'estudi a la universitat. Els valors totals dels quals exerceixen, en conjunt, alguna influència en l'elecció. Una anàlisi detallada permet extreure'n les següents conclusions.

1. Segons els valors *Totals* (taula 119), l'*Orientació pràctica dels estudis* (3,79) és el factor més influent dins aquest grup, el

que indica la preocupació dels estudiants per obtenir les habilitats necessàries per apropar-lo amb millors condicions al món laboral. La *Llengua d'impartició de les classes* (3,26) i el *Nombre d'alumnes per classes* (3,13) també semblen exercir alguna influència en l'elecció.

2. L'anàlisi segons la *Intenció d'anar a la universitat* (taula 119), posa de relleu que hi ha diferències poc significatives entre els diferents grups. No obstant, els valors d'aquells que tenen intenció d'anar-hi són superiors a la resta en els atributs *Orientació pràctica dels estudis* (3,85) i *Nombre d'alumnes per classes* (3,20). En canvi, la *Llengua d'impartició de classes* té més importància pel grup que manifesta que segurament hi anirà (3,38) i el que segurament no ho farà (3,41). Per tant, tot apunta que, a major intenció d'anar a la universitat, l'estudiant valora més aquests factors d'elecció, mentre que a menor interès, la importància d'aquests atributs decreix.

Taula 119 *Factors de decisió: metodologia, per intenció d'anar a la universitat*

P19: METODOLOGIA (Mitjana d'1 a 5)	Total	INTENCIÓ D'ANAR A LA UNIVERSITAT					
		Sí	Segurament sí	Encara no ho sé	No	Segurament no	No contesta
<i>FACTORS DE DECISIÓ PER ESCOLLIR CENTRE: METODOLOGIA</i>	(2345)	(1336)	(422)	(228)	(223)	(125)	(12)
Orientació pràctica dels estudis	3.79	3.85	3.70	3.75	3.61	3.78	4.19
Llengua d'impartició de les classes	3.26	3.23	3.38	3.24	3.12	3.41	3.51
Nombre d'alumnes per classes	3.13	3.20	3.08	3.16	2.80	3.05	2.52

3. Segons la *Modalitat de batxillerat*, no hi ha diferències rellevants entre els diferents grups, tot i que es poden fer algunes matisacions (taula 120):
 - a) L'alumnat, en la modalitat Científic i Ciències de la Salut, és el grup que considera l'*Orientació pràctica dels estudis*

(3,89) i el *Nombre d'alumnes per classe* (3,39) els factors més influents, respecte a la resta de grups.

b) En canvi, la *Llengua d'impartició de les classes* (3,46), és el factor més important per al grup d'Humanitats i Ciències Socials respecte a la resta de grups.

c) Els grups Científic-Tecnològic i Arts (dos grups certament antagònics) són els que presenten, en conjunt, els valors més baixos d'entre tots els grups.

Taula 120 Factors de decisió: metodologia, per modalitat de batxillerat

P19: METODOLOGIA (Mitjana d'1 a 5)	Total	MODALITAT DE BATXILLERAT							
		Científic - Tecnològic	Ciències Socials	Ciències de la Salut	Humanita ts	Humanitat i Ciències Socials	Científic i Ciències de la Salut	Arts	No contesta
FACTORS DE DECISIÓ PER ESCOLLIR CENTRE: METODOLOGIA	(2345)	(605)	(596)	(366)	(276)	(193)	(184)	(109)	(16)
Orientació pràctica dels estudis	3.79	3.69	3.84	3.83	3.83	3.87	3.89	3.62	3.72
Llengua d'impartició de les classes	3.26	3.20	3.30	3.23	3.20	3.46	3.28	3.21	2.67
Nombre d'alumnes per classes	3.13	3.03	3.21	3.09	3.06	3.26	3.39	3.05	2.66

4. En funció de la *Titularitat del centre* (taula 121), els estudiants de centres privats atorguen una major importància als atributs *Orientació pràctica dels estudis* (3,89) i *Nombre d'alumnes per classes* (3,25) que els pertanyents a centres públics. En canvi, aquests valoren lleugerament més que els provinents de centres privats la *Llengua d'impartició de les classes* (3,26).

Taula 121 Factors de decisió: metodologia, per titularitat del centre

P19: METODOLOGIA (Mitjana d'1 a 5)	Total	TITULARITAT CENTRE	
		Públic	Privat
FACTORS DE DECISIÓ PER ESCOLLIR CENTRE: METODOLOGIA	(2345)	(1480)	(865)
Orientació pràctica dels estudis	3.79	3.73	3.89
Llengua d'impartició de les classes	3.26	3.26	3.25
Nombre d'alumnes per classes	3.13	3.06	3.25

5. La variable *Gènere* (taula 122) permet observar que les dones, a l'hora d'escollir centre, consideren més important que els homes aquest factor, especialment pel que fa a l'*Orientació pràctica dels estudis* (3,92).

Taula 122 Factors de decisió: metodologia, per gènere

P19: METODOLOGIA (Mitjana d'1 a 5)	Total	GENERE	
		Home	Dona
FACTORS DE DECISIÓ PER ESCOLLIR CENTRE: METODOLOGIA	(2345)	(1050)	(1295)
Orientació pràctica dels estudis	3.79	3.64	3.92
Llengua d'impartició de les classes	3.26	3.25	3.27
Nombre d'alumnes per classes	3.13	3.02	3.22

6. Considerant la *Demarcació* (taula 123), s'evidencien certes diferències. A Barcelona capital, només l'*Orientació pràctica dels estudis* (3,84) està per sobre de la mitjana; en canvi, aquesta és la demarcació on té menys rellevància la *Llengua d'impartició de classes* (3,10), al contrari que a les demarcacions de Barcelona, Tarragona i Girona, on els valors d'aquest atribut estan per sobre la mitjana. A la demarcació de Lleida és on els estudiants valoren més aquest atributs (3,85, 3,41 i 3,26, respectivament).

Taula 123 Factors de decisió: metodologia, per demarcació

P19: METODOLOGIA (Mitjana d'1 a 5)	Total	DEMARCACIÓ				
		BCN capital	Demarcació de Barcelona	Demarcació de Tarragona	Demarcació de Girona	Demarcació de Lleida
FACTORS DE DECISIÓ PER ESCOLLIR CENTRE: METODOLOGIA	(2345)	(661)	(1135)	(221)	(192)	(136)
Orientació pràctica dels estudis	3.79	3.84	3.82	3.70	3.57	3.85
Llengua d'impartició de les classes	3.26	3.10	3.31	3.39	3.28	3.41
Nombre d'alumnes per classes	3.13	3.11	3.11	3.35	3.02	3.26

7. Quan s'introdueix l'*Existència d'un centre universitari a la població familiar*, s'observa que els estudiants que manifesten disposar-ne d'algun a la població familiar, semblen valorar més, en conjunt, aquest atributs que aquells que no en tenen cap (taula 124).

Taula 124 *Factors de decisió: Metodologia, per existència de centre universitari a la població familiar*

P19: METODOLOGIA (Mitjana d'1 a 5)	Total (2345)	EXISTÈNCIA CENTRE UNIVERSITARI EN LA CIUTAT FAMILIAR		
		No (1185)	Sí (1109)	No contesta (51)
FACTORS DE DECISIÓ PER ESCOLLIR CENTRE: METODOLOGIA				
Orientació pràctica dels estudis	3.79	3.74	3.86	3.60
Llengua d'impartició de les classes	3.26	3.25	3.28	2.98
Nombre d'alumnes per classes	3.13	3.13	3.15	2.87

5.5. BORSA DE TREBALL

En aquest apartat s'agrupen els factors de decisió integrats dins la *Borsa de treball*. Es pot observar que els seus valors exerceixen entre alguna i força influència en l'alumnat a l'hora d'escollir centre, la qual cosa indica una preocupació dels estudiants per tenir accés a les oportunitats necessàries per a la seva inserció laboral.

A les següents taules s'analitzen les diferències en funció dels criteris metodològics establerts.

1. Segons els valor *Totals*, el factor més influent d'aquest grup és l'*Eficàcia de la borsa de treball* (3,42), tot i que la *Proporció de graduats inserits el primer any* (3,25) el segueix de prop (taula 125).
2. L'anàlisi segons la *Intenció d'anar a la universitat*, posa de relleu, un cop més, que aquells que tenen intenció d'anar-hi

atorguen valors superiors a aquests atributs (3,49 i 3,29, respectivament) respecte els grups que manifesten tenir-ne menys o nul interès en anar-hi (taula 125).

Taula 125 Factors de decisió: borsa de treball, per intenció d'anar a la universitat

P19: BORSA DE TREBALL (Mitjana d'1 a 5)	Total	INTENCIÓ D'ANAR A LA UNIVERSITAT					
		Sí	Segurament sí	Encara no ho sé	No	Segurament no	No contesta
FACTORS DE DECISIÓ PER ESCOLLIR CENTRE: BORSA DE TREBALL	(2345)	(1336)	(422)	(228)	(223)	(125)	(12)
Eficàcia de la borsa de treball	3.42	3.49	3.37	3.39	3.18	3.24	3.88
Proporció de graduats inserits el primer any	3.25	3.29	3.19	3.25	3.12	3.19	3.05

3. Pel què fa a la *Modalitat de batxillerat* (taula 126), les diferències més rellevants se situen, d'una banda, en l'alumnat de Ciències Socials, grup que atorga un valor superior a la resta respecte a aquests criteris (3,65 i 3,39 respectivament). El grup en la modalitat d'Humanitats i Ciències Socials també valora per sobre de la mitjana aquests atributs (3,62 i 3,36, respectivament). Per contra, el grup d'Humanitats és el que menys valora aquests factors (3,14 i 3,01, respectivament).

Taula 126 Factors de decisió: borsa de treball, per modalitat de batxillerat

P19: BORSA DE TREBALL (Mitjana d'1 a 5)	Total	MODALITAT DE BATXILLERAT							
		Científic - Tecnològic	Ciències Socials	Ciències de la Salut	Humanitats	Humanitat i Ciències Socials	Científic i Ciències de la Salut	Arts	No contesta
FACTORS DE DECISIÓ PER ESCOLLIR CENTRE: BORSA DE TREBALL	(2345)	(605)	(596)	(366)	(276)	(193)	(184)	(109)	(16)
Eficàcia de la borsa de treball	3.42	3.43	3.65	3.26	3.14	3.62	3.33	3.25	2.97
Proporció de graduats inserits el primer any	3.25	3.22	3.39	3.15	3.01	3.36	3.38	3.20	3.24

4. Atenent a la *Titularitat del centre* (taula 127), els estudiants de centres privats atorguen valors superiors (3,60 i 3,38, respectivament) que els de titularitat pública (3,31 i 3,17, respectivament).

Taula 127 Factors de decisió: borsa de treball, per titularitat del centre

P19: BORSA DE TREBALL (Mitjana d'1 a 5)	Total	TITULARITAT CENTRE	
		Públic	Privat
FACTORS DE DECISIÓ PER ESCOLLIR CENTRE: BORSA DE TREBALL	(2345)	(1480)	(865)
Eficàcia de la borsa de treball	3.42	3.31	3.60
Proporció de graduats inserits el primer any	3.25	3.17	3.38

5. A l'introduir la variable *Gènere* (taula 128), s'observa que les dones atorguen valors més elevats (3,48 i 3,33, respectivament) que els homes (3,36 i 3,16, respectivament) a aquest grup de factors.

Taula 128 Factors de decisió: borsa de treball, per intenció d'anar a la universitat

P19: BORSA DE TREBALL (Mitjana d'1 a 5)	Total	GÈNERE	
		Home	Dona
FACTORS DE DECISIÓ PER ESCOLLIR CENTRE: BORSA DE TREBALL	(2345)	(1050)	(1295)
Eficàcia de la borsa de treball	3.42	3.36	3.48
Proporció de graduats inserits el primer any	3.25	3.16	3.33

6. Segons la *Demarcació* (taula 129), s'observa que a Barcelona capital els valors són superiors que a la resta de demarcacions (3,54 i 3,31 respectivament). Per contra, la demarcació de Girona (3,15 i 3,05, respectivament) és on els estudiants són menys sensibles a aquests factors.

Taula 129 Factors de decisió: borsa de treball, per demarcació

P19: BORSA DE TREBALL (Mitjana d'1 a 5)	Total	DEMARCATIÓ				
		BCN capital	Demarcació de Barcelona	Demarcació de Tarragona	Demarcació de Girona	Demarcació de Lleida
FACTORS DE DECISIÓ PER ESCOLLIR CENTRE: BORSA DE TREBALL	(2345)	(661)	(1135)	(221)	(192)	(136)
Eficàcia de la borsa de treball	3.42	3.54	3.42	3.39	3.15	3.35
Proporció de graduats inserits el primer any	3.25	3.31	3.24	3.29	3.05	3.33

7. Davant l'Existència d'un centre universitari a la població familiar (taula 130), quan l'alumnat manifesta que en té, els atributs són més valorats (3,50 i 3,28, respectivament) que quan indica el contrari (3,37 i 3,23, respectivament).

Taula 130 Factors de decisió: borsa de treball, per intenció d'anar a la universitat

P19: BORSA DE TREBALL (Mitjana d'1 a 5)	Total	EXISTÈNCIA CENTRE UNIVERSITARI EN LA CIUTAT FAMILIAR		
		No	Sí	No contesta
FACTORS DE DECISIÓ PER ESCOLLIR CENTRE: BORSA DE TREBALL	(2345)	(1185)	(1109)	(51)
Eficàcia de la borsa de treball	3.42	3.37	3.50	3.09
Proporció de graduats inserits el primer any	3.25	3.23	3.28	3.24

5.6. SERVEIS

Els *Serveis* s'agrupen al voltant de sis factors d'elecció. Si s'analitzen els motius més i menys influents, segons els resultats de la mostra, tots ells, tret de l'*Atractiu de l'oferta* esportiva, exerceixen pels estudiants entre alguna i força influència en l'elecció. No obstant, una anàlisi més acurada permet destacar algunes diferències.

1. L'anàlisi segons els valors *Totals* (taula 131), posa de manifest que la *Qualitat en els serveis d'assessorament i d'atenció a l'alumnat* (3,68), així com l'*Atractiu de les activitats*

ofertades (3,68) són els factors més rellevants dins aquest grup. Els valors de la resta d'atributs són propers als anteriors, tret de l'*Atractiu de l'oferta esportiva* (2,95), que, en conjunt, sembla interessar menys als estudiants.

- Segons la *Intenció d'anar a la universitat* (taula 131), els valors dels atributs són propers a tots els grups. No obstant, els valors atorgats per l'alumnat que segurament anirà a la universitat estan lleugerament per sobre de la resta de grups, el mateix que passa amb el grup que encara no ho sap, tot i valorar en major mesura que la resta de grups el *Funcionament de la biblioteca* (3,64) i el *Funcionament de serveis* (3,67).

Taula 131 Factors de decisió: serveis, per intenció d'anar a la universitat

P19: SERVEIS (Mitjana d'1 a 5)	Total	INTENCIÓ D'ANAR A LA UNIVERSITAT					
		Sí	Segurament sí	Encara no ho sé	No	Segurament no	No contesta
<i>FACTORS DE DECISIÓ PER ESCOLLIR CENTRE: SERVEIS</i>	(2345)	(1336)	(422)	(228)	(223)	(125)	(12)
Qualitat en els serveis d'assessorament i atenció a l'alumnat	3.68	3.68	3.72	3.65	3.62	3.67	3.98
Atractiu de les activitats ofertades	3.68	3.68	3.71	3.74	3.50	3.62	3.71
Nivell d'innovació tecnològica a la universitat	3.66	3.67	3.70	3.65	3.52	3.64	4.27
Funcionament de la biblioteca	3.57	3.57	3.56	3.64	3.51	3.45	3.82
Funcionament de serveis (cafeteria, informàtica, copisteria...)	3.51	3.48	3.52	3.67	3.59	3.48	3.59
Atractiu de l'oferta esportiva	2.95	2.82	3.15	3.19	3.01	3.23	3.63

- Segons la *Modalitat de batxillerat* (taula 132), l'alumnat d'Humanitats i Ciències Socials és qui més valora, en conjunt, aquests atributs. El *Nivell d'innovació tecnològica a la Universitat* és l'atribut més ben valorat pel grup Científic-Tecnològic (3,90). D'altra banda, la *Qualitat en els serveis d'assessorament i l'atenció a l'alumnat*, així com l'*Atractiu de*

les activitats ofertades semblen importar menys a l'alumnat del grup Científic-Tecnològic (3,48 i 3,52, respectivament).

Taula 132 Factors de decisió: serveis, per modalitat de batxillerat

P19: SERVEIS (Mitjana d'1 a 5)	Total	MODALITAT DE BATXILLERAT							
		Científic - Tecnològic	Ciències Socials	Ciències de la Salut	Humanitats	Humanitat i Ciències Socials	Científic i Ciències de la Salut	Arts	No contesta
FACTORS DE DECISIÓ PER ESCOLLIR CENTRE: SERVEIS	(2345)	(605)	(596)	(366)	(276)	(193)	(184)	(109)	(16)
Qualitat en els serveis d'assessorament i atenció a l'alumnat	3.68	3.48	3.77	3.74	3.77	3.80	3.71	3.64	3.63
Atractiu de les activitats ofertades	3.68	3.52	3.75	3.72	3.71	3.77	3.68	3.75	3.71
Nivell d'innovació tecnològica a la universitat	3.66	3.90	3.67	3.62	3.21	3.66	3.72	3.43	3.50
Funcionament de la biblioteca	3.57	3.43	3.61	3.58	3.66	3.81	3.53	3.49	3.41
Funcionament de serveis (cafeteria, informàtica, copisteria...)	3.51	3.46	3.61	3.42	3.59	3.62	3.39	3.40	3.44
Atractiu de l'oferta esportiva	2.95	3.08	2.98	2.95	2.63	2.89	2.96	2.88	3.17

4. En funció de la *Titularitat del centre* (taula 133) es posa de manifest que l'alumnat de centres privats valora en major proporció que el de titularitat pública tot el conjunt de factors d'aquest grup, excepte l'*Atractiu de l'oferta esportiva* (2,97), atribut millor valorat pels estudiants de centres públics.

Taula 133 Factors de decisió: serveis, per titularitat del centre

P19: SERVEIS (Mitjana d'1 a 5)	Total	TITULARITAT CENTRE	
		Públic	Privat
FACTORS DE DECISIÓ PER ESCOLLIR CENTRE: SERVEIS	(2345)	(1480)	(865)
Qualitat en els serveis d'assessorament i atenció a l'alumnat	3.68	3.65	3.73
Atractiu de les activitats ofertades	3.68	3.66	3.71
Nivell d'innovació tecnològica a la universitat	3.66	3.63	3.73
Funcionament de la biblioteca	3.57	3.56	3.58
Funcionament de serveis (cafeteria, informàtica, copisteria...)	3.51	3.50	3.53
Atractiu de l'oferta esportiva	2.95	2.97	2.92

5. Quan s'introdueix la variable *Gènere* (taula 134), s'observa que les dones valoren més que els homes tots els atributs d'aquest grup, tret del *Nivell d'innovació tecnològica a la universitat*, atribut millor valorat pels homes (3,73).

Taula 134 Factors de decisió: serveis, per gènere

P19: SERVEIS (Mitjana d'1 a 5)	Total (2345)	GENERE	
		Home (1050)	Dona (1295)
FACTORS DE DECISIÓ PER ESCOLLIR CENTRE: SERVEIS			
Qualitat en els serveis d'assessorament i atenció a l'alumnat	3.68	3.48	3.84
Atractiu de les activitats ofertades	3.68	3.59	3.74
Nivell d'innovació tecnològica a la universitat	3.66	3.73	3.61
Funcionament de la biblioteca	3.57	3.33	3.76
Funcionament de serveis (cafeteria, informàtica, copisteria...)	3.51	3.46	3.55
Atractiu de l'oferta esportiva	2.95	3.24	2.72

6. En funció de la *Demarcació* (taula 135), els alumnes a la demarcació de Tarragona són els qui més valoren aquest conjunt de factors. En canvi, els pertanyents a la demarcació de Girona atorguen, en conjunt, un valor global per sota de la mitjana.

Taula 135 Factors de decisió: serveis, per demarcació

P19: SERVEIS (Mitjana d'1 a 5)	Total (2345)	DEMARCACIÓ				
		BCN capital (661)	Demarcació de Barcelona (1135)	Demarcació de Tarragona (221)	Demarcació de Girona (192)	Demarcació de Lleida (136)
FACTORS DE DECISIÓ PER ESCOLLIR CENTRE: SERVEIS						
Qualitat en els serveis d'assessorament i atenció a l'alumnat	3.68	3.71	3.66	3.81	3.49	3.77
Atractiu de les activitats ofertades	3.68	3.71	3.67	3.77	3.53	3.63
Nivell d'innovació tecnològica a la universitat	3.66	3.67	3.71	3.66	3.44	3.58
Funcionament de la biblioteca	3.57	3.62	3.55	3.63	3.48	3.53
Funcionament de serveis (cafeteria, informàtica, copisteria...)	3.51	3.55	3.50	3.52	3.39	3.62
Atractiu de l'oferta esportiva	2.95	3.01	2.89	3.01	3.01	2.99

7. A l'introduir l'*Existència d'un centre universitari a la població familiar* (taula 136), no s'observen diferències significatives en els valors de la mostra.

Taula 136 *Factors de decisió: serveis, per existència de centre universitari a la localitat familiar*

P19: SERVEIS (Mitjana d'1 a 5)	Total	EXISTÈNCIA CENTRE UNIVERSITARI EN LA CIUTAT FAMILIAR		
		No	Sí	No contesta
<i>FACTORS DE DECISIÓ PER ESCOLLIR CENTRE: SERVEIS</i>	(2345)	(1185)	(1109)	(51)
Qualitat en els serveis d'assessorament i atenció a l'alumnat	3.68	3.68	3.68	3.61
Atractiu de les activitats ofertes	3.68	3.66	3.70	3.46
Nivell d'innovació tecnològica a la universitat	3.66	3.67	3.66	3.67
Funcionament de la biblioteca	3.57	3.55	3.58	3.63
Funcionament de serveis (cafeteria, informàtica, copisteria...)	3.51	3.52	3.50	3.54
Atractiu de l'oferta esportiva	2.95	2.96	2.95	2.96

5.7. COST I FINANÇAMENT

Els atributs inclosos en el grup *Cost i finançament* exerceixen, segons els paràmetres observats, prop de força influència en l'elecció de centre. Això és lògic, donat que l'esforç econòmic que representa cursar una carrera, especialment si és a una universitat privada. A continuació s'inclouen les principals diferències entre els seus valors.

1. L'anàlisi dels valors *Totals* (taula 137) confirma que tant el *Cost anual dels estudis* (3,96) com les *Facilitats de finançament* (3,86) són factors als quals la mostra atorga un valor similar.
2. Una anàlisi més detallada, segons la *Intenció d'anar a la universitat* (taula 137), posa de relleu que aquests factors exerceixen menys influència que la mitja en el grup que té intenció d'anar a la universitat. En canvi, la influència és major

per l'alumnat que segurament hi anirà. Pel què fa als valors assignats pel grup que encara no ho sap, la influència d'aquests factors també està per damunt de la mitjana. Els grups que indiquen que segurament no hi aniran o no tenen la intenció d'anar-hi són els qui, en conjunt, atorguen els valors més alts a aquests atributs.

Taula 137 *Factors de decisió: cost i finançament, per intenció d'anar a la universitat*

P19: COST I FINANÇAMENT (Mitjana d'1 a 5)	Total	INTENCIÓ D'ANAR A LA UNIVERSITAT					
		Sí	Segurament sí	Encara no ho sé	No	Segurament no	No contesta
FACTORS DE DECISIÓ PER ESCOLLIR CENTRE: COST I FINANÇAMENT	(2345)	(1336)	(422)	(228)	(223)	(125)	(12)
Cost anual dels estudis	3.96	3.87	4.09	4.06	4.12	4.19	3.98
Facilitats de finançament	3.86	3.77	4.02	3.97	4.07	4.00	2.79

- Les diferències segons la *Modalitat de batxillerat* (taula 138), posen de manifest que l'alumnat d'Humanitats i Ciències Socials és el grup que atorga, en general, els valors més alts respecte a la mitja, essent el *Cost anual dels estudis* (4,18) el valor més alt. A continuació, són els grups d'Humanitats i Arts els que consideren més importants aquests factors a l'hora d'escollir centre. La resta de grups estan al voltant de la mitjana, excepte el Científic-Tecnològic, grup que menys valor atorga a aquest conjunt de factors.

Taula 138 *Factors de decisió: cost i finançament, per modalitat de batxillerat*

P19: COST I FINANÇAMENT (Mitjana d'1 a 5)	Total	MODALITAT DE BATXILLERAT							
		Científic - Tecnològic	Ciències Socials	Ciències de la Salut	Humanitats	Humanitat i Ciències Socials	Científic i Ciències de la Salut	Arts	No contesta
FACTORS DE DECISIÓ PER ESCOLLIR CENTRE: COST I FINANÇAMENT	(2345)	(605)	(596)	(366)	(276)	(193)	(184)	(109)	(16)
Cost anual dels estudis	3.96	3.84	3.99	3.98	4.02	4.18	3.92	4.01	3.47
Facilitats de finançament	3.86	3.75	3.86	3.93	3.98	3.96	3.86	3.99	3.22

4. Les diferències en funció de la *Titularitat del centre* posen de manifest que els estudiants de centres de titularitat pública són més sensibles als atributs corresponents al *Cost i finançament* que els provinents de centres privats, tal com s'observa a la taula 139.

Taula 139 Factors de decisió: cost i finançament, per titularitat del centre

P19: COST I FINANÇAMENT (Mitjana d'1 a 5)	Total	TITULARITAT CENTRE	
		Públic	Privat
FACTORS DE DECISIÓ PER ESCOLLIR CENTRE: COST I FINANÇAMENT	(2345)	(1480)	(865)
Cost anual dels estudis	3.96	4.02	3.87
Facilitats de finançament	3.86	3.93	3.76

5. A l'introduir la variable *Gènere* (taula 140), s'observa que a les dones els preocupa més el *Cost i finançament* dels estudis que als homes, especialment pel què fa a les *Facilitats de finançament* (4,04).

Taula 140 Factors de decisió: cost i finançament, per gènere

P19: COST I FINANÇAMENT (Mitjana d'1 a 5)	Total	GENERE	
		Home	Dona
FACTORS DE DECISIÓ PER ESCOLLIR CENTRE: COST I FINANÇAMENT	(2345)	(1050)	(1295)
Cost anual dels estudis	3.96	3.82	4.07
Facilitats de finançament	3.86	3.65	4.04

6. Segons la *Demarcació* (taula 141), és a la de Lleida on els estudiants consideren més important el *Cost i finançament* d'estudis a l'hora d'escollir universitat (4,01 i 3,95, respectivament). Per sobre dels valors totals també es situa la demarcació de Barcelona (4,00 i 3,94, respectivament). A

Barcelona capital, els valors estan al voltant de la mitjana, mentre que a les demarcacions de Girona i Tarragona els estudiants consideren menys importants aquests factors, amb valors per sota de la mitjana.

Taula 141 Factors de decisió: cost i finançament, per demarcació

P19: COST I FINANÇAMENT (Mitjana d'1 a 5)	Total	DEMARCATIÓ				
		BCN capital	Demarcació de Barcelona	Demarcació de Tarragona	Demarcació de Girona	Demarcació de Lleida
FACTORS DE DECISIÓ PER ESCOLLIR CENTRE: COST I FINANÇAMENT	(2345)	(661)	(1135)	(221)	(192)	(136)
Cost anual dels estudis	3.96	3.98	4.00	3.80	3.82	4.01
Facilitats de finançament	3.86	3.81	3.94	3.75	3.67	3.95

7. En funció de l'*Existència d'un centre universitari a la població familiar* (taula 142) s'observa que la diferència més important rau en el factor *Facilitats de finançament*, el qual és més valorat pels estudiants que no disposen de centre universitari a la població familiar (3,92).

Taula 142 Factors de decisió: cost i finançament, per existència d'un centre universitari a la població familiar

P19: COST I FINANÇAMENT (Mitjana d'1 a 5)	Total	EXISTÈNCIA CENTRE UNIVERSITARI EN LA CIUTAT FAMILIAR		
		No	Sí	No contesta
FACTORS DE DECISIÓ PER ESCOLLIR CENTRE: COST I FINANÇAMENT	(2345)	(1185)	(1109)	(51)
Cost anual dels estudis	3.96	3.95	3.97	3.78
Facilitats de finançament	3.86	3.92	3.82	3.75

5.8. PROMOCIÓ I INFORMACIÓ

Ja s'han vist anteriorment els diferents canals d'informació i d'orientació utilitzats pels estudiants de Batxillerat. El que es vol analitzar en aquest apartat és la influència de la *Promoció i informació* que proporcionen les universitats en l'elecció de centre.

Per això, s'analitzen els tres factors d'elecció vinculats a aquesta variable, els valors dels quals es detallen a continuació.

1. Els valors *Totals* (taula 143) posen de manifest que aquests factors exerceixen entre alguna i poca influència en la decisió dels estudiants. L'*Amabilitat en el tracte del personal de la universitat* (3,74) és el factor de decisió més rellevant d'aquest grup, seguit de la *Promoció i informació directa als alumnes potencials* (3,26). El factor menys valorat correspon a la *Difusió de la universitat en els mitjans de comunicació* (2,86). Tot apunta que és el contacte directe i personal amb l'alumnat el que més l'influeix d'entre els mitjans de promoció i informació que utilitzen les universitats.
2. En funció de la *Intenció d'anar a la universitat*, es pot constatar que el grup d'estudiants que manifesta que hi anirà i el que segurament ho farà són, en general, menys sensibles als actes promocionals i d'informació de les universitats que aquells que manifesten no tenir clar si hi aniran o creuen que no ho faran (taula 143).

Taula 143 *Factors de decisió: promoció i informació, per intenció d'anar a la universitat*

P19: PROMOCIÓ I INFORMACIÓ (Mitjana d'1 a 5)	Total	INTENCIÓ D'ANAR A LA UNIVERSITAT					
		Sí	Segurament sí	Encara no ho sé	No	Segurament no	No contesta
<i>FACTORS DE DECISIÓ PER ESCOLLIR CENTRE: PROMOCIÓ I INFORMACIÓ</i>	(2345)	(1336)	(422)	(228)	(223)	(125)	(12)
Amabilitat en el tracte del personal de la universitat	3.74	3.72	3.74	3.81	3.79	3.80	3.77
Promoció i informació directa als alumnes potencials	3.26	3.27	3.25	3.23	3.25	3.18	2.98
Difusió de la universitat en els mitjans de comunicació	2.86	2.84	2.89	2.90	2.82	2.83	2.68

3. Si s'analitza la *Modalitat de batxillerat* (taula 144), es poden observar que els valors assignats per l'alumnat del Científic-Tecnològic són els més baixos d'entre totes les modalitats; per tant, els atributs dins aquesta modalitat semblen influir menys en l'elecció. En canvi, els estudiants a la modalitat de Ciències Socials consideren aquests factors més influents que la mitjana. Per l'alumnat a les modalitats de Ciències de la Salut i Humanitats, la *Promoció i informació directa als alumnes potencials* (3,24 i 3,23, respectivament) són factors menys influent que la resta de factors. Els d'Humanitats i Ciències Socials són els qui atorguen els valors més alts respecte a la mitjana a tots els factors d'aquest grup. Pel que fa a l'alumnat del batxillerat Científic i Ciències de la Salut, tots els factors d'aquest grup estan per sota de la mitjana. El contrari que els de la modalitat d'Arts, on els valoren per sobre, especialment pel que fa a la *Promoció i informació directa als alumnes potencials* (3,38).

Taula 144 *Factors de decisió: promoció i informació, per modalitat de batxillerat*

P19: PROMOCIÓ I INFORMACIÓ (Mitjana d'1 a 5)	Total	MODALITAT DE BATXILLERAT							
		Científic - Tecnològic	Ciències Socials	Ciències de la Salut	Humanitats	Humanitat i Ciències Socials	Científic i Ciències de la Salut	Arts	No contesta
<i>FACTORS DE DECISIÓ PER ESCOLLIR CENTRE: PROMOCIÓ I INFORMACIÓ</i>	(2345)	(605)	(596)	(366)	(276)	(193)	(184)	(109)	(16)
Amabilitat en el tracte del personal de la universitat	3.74	3.51	3.78	3.85	3.85	3.95	3.72	3.82	3.90
Promoció i informació directa als alumnes potencials	3.26	3.11	3.34	3.24	3.23	3.48	3.23	3.38	3.49
Difusió de la universitat en els mitjans de comunicació	2.86	2.70	2.91	2.86	2.80	3.15	2.79	3.05	2.98

4. En funció de la *Titularitat del centre* (taula 145), s'evidencia que els factors corresponents a la *Promoció i informació* de la universitat influeixen lleugerament més en l'elecció als estudiants de centres de titularitat privada que als de centres públics.

Taula 145 *Factors de decisió: promoció i informació, per titularitat del centre*

P19: PROMOCIÓ I INFORMACIÓ (Mitjana d'1 a 5)	Total	TITULARITAT CENTRE	
		Públic	Privat
FACTORS DE DECISIÓ PER ESCOLLIR CENTRE: PROMOCIÓ I INFORMACIÓ	(2345)	(1480)	(865)
Amabilitat en el tracte del personal de la universitat	3.74	3.73	3.76
Promoció i informació directa als alumnes potencials	3.26	3.24	3.29
Difusió de la universitat en els mitjans de comunicació	2.86	2.83	2.90

5. La variable *Gènere* posa de manifest que els actes promocionals i d'informació de la universitat són factors d'elecció que influeixen més en les dones que en els homes, tal com assenyalava la taula 146.

Taula 146 *Factors de decisió: promoció i informació, per gènere*

P19: PROMOCIÓ I INFORMACIÓ (Mitjana d'1 a 5)	Total	GENERE	
		Home	Dona
FACTORS DE DECISIÓ PER ESCOLLIR CENTRE: PROMOCIÓ I INFORMACIÓ	(2345)	(1050)	(1295)
Amabilitat en el tracte del personal de la universitat	3.74	3.58	3.87
Promoció i informació directa als alumnes potencials	3.26	3.07	3.41
Difusió de la universitat en els mitjans de comunicació	2.86	2.71	2.97

6. En funció de la *Demarcació* (taula 147), hi ha diferències poc significatives en el diferents grups. No obstant, a la demarcació de Girona els estudiants consideren menys important que la mitjana el factor *Promoció i informació directa als alumnes potencials* (3,05); en canvi, a la demarcació de Lleida és on els estudiants semblen més sensibles a aquest grup de factors, amb tots els valors lleugerament per sobre de la mitjana.

Taula 147 *Factors de decisió: promoció i informació, per demarcació*

P19: PROMOCIÓ I INFORMACIÓ (Mitjana d'1 a 5)	Total	DEMARCATIÓ				
		BCN capital	Demarcació de Barcelona	Demarcació de Tarragona	Demarcació de Girona	Demarcació de Lleida
<i>FACTORS DE DECISIÓ PER ESCOLLIR CENTRE: PROMOCIÓ I INFORMACIÓ</i>	(2345)	(661)	(1135)	(221)	(192)	(136)
Amabilitat en el tracte del personal de la universitat	3.74	3.74	3.73	3.75	3.62	3.94
Promoció i informació directa als alumnes potencials	3.26	3.23	3.30	3.25	3.05	3.29
Difusió de la universitat en els mitjans de comunicació	2.86	2.86	2.84	2.87	2.83	2.95

7. Segons l'*Existència d'un centre universitari a la població familiar* (taula 148), s'observen valors força similars en ambdós grups.

Taula 148 *Factors de decisió: promoció i informació, per existència de centre universitari a la població familiar*

P19: PROMOCIÓ I INFORMACIÓ (Mitjana d'1 a 5)	Total	EXISTÈNCIA CENTRE UNIVERSITARI EN LA CIUTAT FAMILIAR		
		No	Sí	No contesta
<i>FACTORS DE DECISIÓ PER ESCOLLIR CENTRE: PROMOCIÓ I INFORMACIÓ</i>	(2345)	(1185)	(1109)	(51)
Amabilitat en el tracte del personal de la universitat	3.74	3.76	3.72	3.66
Promoció i informació directa als alumnes potencials	3.26	3.24	3.28	3.08
Difusió de la universitat en els mitjans de comunicació	2.86	2.85	2.85	2.90

5.9. CAMPUS

El *Campus* també pot influir en la decisió dels estudiants de batxillerat a l'hora d'escollir universitat. Es tracta de la seva ubicació física, així com l'atractiu de les seves instal·lacions. Per això, s'han analitzat sis factors d'elecció vinculats a aquesta variable, els valors dels quals es detallen a continuació.

1. En general, s'observen atributs amb valors *Totals* (taula 149) que exerceixen una influència significativa en l'elecció de centre, tot i que hi ha atributs dins d'aquest grup que la mostra els assigna entre alguna o poca influència en l'elecció. Una anàlisi detallada mostra que el factor que més influeix en aquest grup és la *Facilitat d'accés en transport públic* (4,02), la qual cosa pot indicar la preferència que té l'alumnat, en general, per la comoditat en el desplaçament i per l'accés a una universitat propera a la llar familiar. L'*Atractiu de les instal·lacions* (3,66) i la *Proximitat de la universitat al domicili habitual* (3,47) són els següents factors en importància. El fet que els estudiants trobin prop de la seva llar una àmplia oferta de titulacions i de places per cursar-les, també en estudis superiors amb *númerus clausus*, influeix en l'escassa mobilitat geogràfica de l'alumnat. L'arrelament dels estudiants al seu nucli familiar, la poca inquietud en desenvolupar la vida fora de l'entorn familiar a l'adquirir la majoria d'edat o les dificultats econòmiques podrien ser altres motius per triar una universitat propera al domicili familiar. La *Possibilitat de viure fora del domicili habitual* (3,03) és un altre atribut que exerceix alguna influència en l'elecció. Un factor que té menys pes en l'elecció és *La universitat més propera no imparteix la titulació desitjada* (2,99), encara que aquí poden existir diferències en

funció de la titulació que s'elegeix. Finalment, la *Proximitat de la universitat al domicili no habitual* (2,77) és el darrer factor més influent en aquest rang d'atributs.

- Respecte a l'*Intenció d'anar a la universitat*, s'observen algunes diferències en els valors assignats per la mostra (taula 149). Els que tenen intenció d'anar-hi i els que segurament no hi aniran atorguen valors superiors a la mitjana en tots els atributs. Pel què fa al grup que indica no saber-ho encara, hi ha opinions contrastades: els atributs *Facilitat d'accés en transport públic* (3,89) i *Atractiu de les instal·lacions* (3,62) estan per sota dels valors totals, mentre que la resta de valors són superiors. El grup que no té intenció d'anar-hi valora tots els atributs per sobre dels totals, excepte l'*Atractiu de les instal·lacions* (3,63). El mateix passa, però més accentuat, amb el grup que manifesta que segurament no hi anirà, on l'atribut *Facilitat d'accés en transport públic* (4,22) és el més alt de tots els grups indicats.

Taula 149 Factors de decisió: campus, per intenció d'anar a la universitat

P19: CAMPUS (Mitjana d'1 a 5)	Total	INTENCIÓ D'ANAR A LA UNIVERSITAT					
		Sí	Segurament sí	Encara no ho sé	No	Segurament no	No contesta
<i>FACTORS DE DECISIÓ PER ESCOLLIR CENTRE: CAMPUS</i>	(2345)	(1336)	(422)	(228)	(223)	(125)	(12)
Facilitat d'accés en transport públic	4.02	4.00	4.07	3.89	4.05	4.22	3.53
Atractiu de les instal·lacions	3.66	3.64	3.70	3.62	3.63	3.75	3.66
Proximitat de la universitat al domicili habitual	3.47	3.38	3.57	3.63	3.68	3.72	3.00
Possibilitat de viure fora del domicili habitual	3.03	2.93	3.07	3.26	3.32	3.30	2.58
La universitat més propera no imparteix la titulació desitjada	2.99	2.87	3.17	3.14	3.15	3.36	2.49
Proximitat de la universitat al domicili no habitual	2.77	2.65	2.94	2.91	2.97	3.02	3.06

3. Segons la *Modalitat de batxillerat* (taula 150), s'observa que en el grup de batxillerat Científic-Tecnològic els estudiants atorguen valors inferiors als totals d'aquest grup. Els de la modalitat de Ciències Socials consideren els factors *Facilitat d'accés en transport públic* (4,15), *Atractiu de les instal·lacions* (3,82) i *Proximitat de la universitat al domicili habitual* (3,67) més influents en l'elecció, per sobre dels valors totals. La resta de factors està per sota de la mitjana. Els de Ciències de la Salut destaquen, per sobre dels valors totals, *La universitat més propera no imparteix la titulació desitjada* (3,11). Això és comprensible en tant que algunes de les titulacions a les quals es pot accedir a través d'aquesta modalitat (medicina, per exemple) són presents a un nombre limitat d'universitats a Catalunya. Els estudiants a la modalitat d'Humanitats atorguen el valor més alt de tots els atributs a la *Facilitat d'accés en transport públic* (4,19), la resta es manté en valors similars als totals. Els d'Humanitats i Ciències Socials també consideren tots els valors per sobre dels totals, destacant els atributs *Facilitat d'accés en transport públic* (4,12) i *La universitat més propera no imparteix la titulació desitjada* (3,43). La valoració global de l'alumnat en la modalitat Científic i Ciències de la Salut és propera als valors totals; en tot cas, destaca, per sobre del valor total, l'atribut *Possibilitat de viure fora del domicili habitual* (3,16). Finalment, en el grup d'Arts, els diferents atributs també estan al voltant dels valors totals, encara que destaquen per sobre dos atributs contraposats: *Proximitat de la universitat al domicili habitual* (3,59) i *Possibilitat de viure fora del domicili habitual* (3,14).

Taula 150 Factors de decisió: campus, per modalitat de batxillerat

P19: CAMPUS (Mitjana d'1 a 5)	Total	MODALITAT DE BATXILLERAT							
		Científic - Tecnològic	Ciències Socials	Ciències de la Salut	Humanita ts	Humanitat i Ciències Socials	Científic i Ciències de la Salut	Arts	No contesta
FACTORS DE DECISIÓ PER ESCOLLIR CENTRE: CAMPUS	(2345)	(605)	(596)	(366)	(276)	(193)	(184)	(109)	(16)
Facilitat d'accés en transport públic	4.02	3.75	4.15	4.07	4.19	4.12	4.04	3.96	3.84
Atractiu de les instal·lacions	3.66	3.53	3.82	3.60	3.57	3.79	3.69	3.58	3.50
Proximitat de la universitat al domicili habitual	3.47	3.30	3.67	3.46	3.48	3.50	3.37	3.59	3.12
Possibilitat de viure fora del domicili habitual	3.03	2.91	2.96	3.09	3.10	3.26	3.16	3.14	2.97
La universitat més propera no imparteix la titulació desitjada	2.99	2.88	2.92	3.11	2.94	3.43	2.92	3.03	2.84
Proximitat de la universitat al domicili no habitual	2.77	2.64	2.76	2.86	2.84	2.91	2.79	2.70	2.77

4. Segons la *Titularitat del centre*, es poden observar valors relativament propers en ambdós grups, encara que els estudiants de centres privats consideren com a factors més influents que els de titularitat pública la *Facilitat d'accés en transport públic* (4,02) i l'*Atractiu de les instal·lacions* (3,72); mentre que els de titularitat pública atorguen valors superiors a la resta de factors (taula 151).

Taula 151 Factors de decisió: campus, per titularitat del centre

P19: CAMPUS (Mitjana d'1 a 5)	Total	TITULARITAT CENTRE	
		Públic	Privat
FACTORS DE DECISIÓ PER ESCOLLIR CENTRE: CAMPUS	(2345)	(1480)	(865)
Facilitat d'accés en transport públic	4.02	4.01	4.02
Atractiu de les instal·lacions	3.66	3.62	3.72
Proximitat de la universitat al domicili habitual	3.47	3.50	3.42
Possibilitat de viure fora del domicili habitual	3.03	3.16	2.82
La universitat més propera no imparteix la titulació desitjada	2.99	3.10	2.82
Proximitat de la universitat al domicili no habitual	2.77	2.89	2.57

5. La variable *Gènere* permet observar que les dones consideren tots els atributs d'aquest rang més influents que els homes, especialment el factor *Facilitat d'accés en transport públic* (4,20), valor sensiblement superior al total (taula 152).

Taula 152 Factors de decisió: campus, per gènere

P19: CAMPUS (Mitjana d'1 a 5)	Total	GENERE	
		Home	Dona
<i>FACTORS DE DECISIÓ PER ESCOLLIR CENTRE: CAMPUS</i>	(2345)	(1050)	(1295)
Facilitat d'accés en transport públic	4.02	3.78	4.20
Atractiu de les instal·lacions	3.66	3.65	3.66
Proximitat de la universitat al domicili habitual	3.47	3.38	3.55
Possibilitat de viure fora del domicili habitual	3.03	2.88	3.15
La universitat més propera no imparteix la titulació desitjada	2.99	2.91	3.05
Proximitat de la universitat al domicili no habitual	2.77	2.63	2.88

6. Tenint en compte la *Demarcació* (taula 153), el més destacable és que a la demarcació de Barcelona ciutat els atributs que han de veure amb la proximitat física i l'atractiu de les instal·lacions són els més valorats per la mostra, per sobre dels valors totals. A la demarcació de Barcelona són força semblants als totals, on destaca lleugerament sobre el seu valor total la *Facilitat d'accés en transport públic* (4,05). En canvi, a la demarcació de Tarragona, tot i considerar els tres primers factors com els més influents, els tres darrers semblen tenir-ne més importància. Això pot ser conseqüència d'haver titulacions que no es poden cursar en aquesta demarcació i, per tant, poden esdevenir factors més influents per l'alumnat que cerca aquests estudis universitaris. A la demarcació de Girona, tots els factors estan per sota dels

valors totals, excepte els atributs *Possibilitat de viure fora del domicili habitual* (3,33) i *Proximitat de la universitat al domicili no habitual* (3,04), amb valors més alts que els totals. L'explicació d'aquests valors pot ser semblant a l'anterior, on hi ha titulacions que tampoc es poden cursar en aquesta demarcació. Finalment, a la demarcació de Lleida, destaquen per sobre dels valors totals els atributs *Possibilitat de viure fora del domicili habitual* (3,36) i *Proximitat de la universitat al domicili no habitual* (3,00). Aquí sembla prevaler la mateixa argumentació que a les dues demarcacions anteriors.

Taula 153 Factors de decisió: campus, per demarcació

P19: CAMPUS <i>(Mitjana d'1 a 5)</i>	Total	DEMARCATIÓ				
		BCN capital	Demarcació de Barcelona	Demarcació de Tarragona	Demarcació de Girona	Demarcació de Lleida
<i>FACTORS DE DECISIÓ PER ESCOLLIR CENTRE: CAMPUS</i>	(2345)	(661)	(1135)	(221)	(192)	(136)
Facilitat d'accés en transport públic	4.02	4.07	4.05	3.99	3.67	3.98
Atractiu de les instal·lacions	3.66	3.71	3.63	3.69	3.48	3.78
Proximitat de la universitat al domicili habitual	3.47	3.54	3.46	3.39	3.38	3.48
Possibilitat de viure fora del domicili habitual	3.03	2.81	3.02	3.31	3.33	3.36
La universitat més propera no imparteix la titulació desitjada	2.99	2.91	3.01	3.14	2.89	3.05
Proximitat de la universitat al domicili no habitual	2.77	2.50	2.82	2.95	3.04	3.00

7. Si ens fixem en l'*Existència d'un centre universitari a la població familiar* (taula 154), es pot constatar que on no existeix cap centre universitari a la població familiar els estudiants valoren per sobre de la mitjana dos dels atributs menys rellevant: la *Possibilitat de viure fora del domicili habitual* (3,11) i la *Proximitat de la universitat al domicili no habitual* (2,90); en canvi, quan hi existeix, sembla més

significatiu el factor *Proximitat de la universitat al domicili habitual* (3,51).

Taula 154 *Factors de decisió: campus, per existència de centre universitari a la població familiar*

P19: CAMPUS (Mitjana d'1 a 5)	Total	EXISTÈNCIA CENTRE UNIVERSITARI EN LA CIUTAT FAMILIAR		
		No	Sí	No contesta
<i>FACTORS DE DECISIÓ PER ESCOLLIR CENTRE: CAMPUS</i>	(2345)	(1185)	(1109)	(51)
Facilitat d'accés en transport públic	4.02	4.03	4.02	3.69
Atractiu de les instal·lacions	3.66	3.63	3.69	3.39
Proximitat de la universitat al domicili habitual	3.47	3.44	3.51	3.48
Possibilitat de viure fora del domicili habitual	3.03	3.11	2.94	3.14
La universitat més propera no imparteix la titulació desitjada	2.99	2.98	2.99	3.02
Proximitat de la universitat al domicili no habitual	2.77	2.90	2.63	2.82

5.10. REFERÈNCIES

Un altre factor de decisió per escollir centre està constituït per les *Referències* que, de manera activa o passiva, obté l'alumnat de fonts interpersonals. Els valors assignats per la mostra revelen que el conjunt dels vuit factors representats exerceixen entre alguna o poca influència en la decisió. A continuació s'analitzen les dades més significatives d'aquest grup.

1. En termes generals, s'observen diferències poc rellevants en els valors *Totals* expressats per l'alumnat (taula 155). Una anàlisi més detallada posa de manifest que el factor més influent és la *Dificultat per accedir a una universitat pública* (3,25), el que indica la preferència que té l'alumnat, en general, per l'accés a aquest perfil d'universitat. A continuació apareixen la *Recomanació d'estudiants universitaris* (3.07) i la *Recomanació del professor / tutor / orientador* (3.03); això

sembla indicar el poder de prescripció que tenen aquestes fonts. No sembla importar excessivament la *Recomanació familiar* (2.96), atribut situat per sota dels valors mitjos; en tot cas, la pressió que puguin exercir els pares o altres familiars en l'elecció de la universitat no es manifesta d'una manera directa, encara que indirectament ho pugui influir. La *Dificultat per accedir a una universitat privada* (2.95), tampoc sembla exercir massa influència sobre l'alumnat, en tant que el valor assignat està per sota dels valors mitjos. El mateix passa amb la *Recomanació d'antics alumnes de la universitat* (2.91). En aquest sentit, cal dir que a la universitat, tant a Catalunya com a la resta de l'estat, no hi ha gaire tradició d'ex-alumnes. La *Recomanació d'amics* (2.84) i la *Decisió familiar* (2.49), (ambdós factors amb valors també inferiors als totals d'aquest grup) tampoc semblen haver d'influir massa en l'elecció, encara que es puguin utilitzar per escollir centre.

2. En relació a la *Intenció d'anar a la universitat* (taula 155), s'observa que els valors dels qui manifesten la intenció d'anar a la universitat són, en general, més baixos que els valors totals, especialment pel què fa a la *Dificultat per accedir a una universitat pública* (3,11). La qualificació acadèmica d'aquest grup sembla indicar que no tindrà gaires problemes en accedir a aquest tipus d'universitat. En canvi, els valors atorgats per l'alumnat que segurament hi anirà són, en general, més alts, especialment la *Dificultat per accedir a una universitat pública* (3,39). En aquest cas, pot tenir un major pes específic l'expedient acadèmic d'aquest grup, probablement més condicionat pels requisits d'accés que exigeix la universitat pública. En general, són encara més alts els valors assignats

pel grup que manifesta no saber encara si hi anirà, probablement influït per un rendiment acadèmic més baix que el grup anterior. Pel grup que no té intenció d'anar a la universitat, tenen més influència que els valors totals la *Dificultat per accedir a una universitat pública* (3.38) i la *Recomanació del professor / tutor / orientador* (3.15). Sembla del tot evident el baix rendiment acadèmic d'aquest grup per la incidència que poden tenir aquests factors en l'alumnat. El grup que manifesta que segurament no hi anirà és qui atorga valors més alts a la *Dificultat per accedir a una universitat pública* (3,60) i a la *Dificultat per accedir a una universitat privada* (3,13). Com es pot veure, les dades semblen confirmar també un baix rendiment acadèmic en aquest grup.

Taula 155 *Factors de decisió: referències, per intenció d'anar a la universitat*

P19: REFERÈNCIES (Mitjana d'1 a 5)	Total	INTENCIÓ D'ANAR A LA UNIVERSITAT					
		Sí	Segurament sí	Encara no ho sé	No	Segurament no	No contesta
<i>FACTORS DE DECISIÓ PER ESCOLLIR CENTRE: REFERÈNCIES</i>	(2345)	(1336)	(422)	(228)	(223)	(125)	(12)
Dificultat per accedir a una universitat pública	3.25	3.11	3.39	3.50	3.38	3.60	3.91
Recomanació d'estudiants universitaris	3.07	3.10	3.09	3.01	2.97	2.96	3.21
Recomanació del professor / tutor / orientador	3.03	3.01	3.02	3.11	3.15	3.09	3.12
Recomanació familiar	2.96	2.96	2.90	3.03	2.98	3.04	2.85
Dificultat per accedir a una universitat privada	2.95	2.85	3.06	3.15	3.06	3.13	3.57
Recomanació d'antics alumnes de la universitat	2.91	2.91	2.89	2.88	3.04	2.91	2.77
Recomanació d'amics	2.84	2.76	2.89	2.99	2.94	3.08	3.35
Decisió familiar	2.49	2.44	2.52	2.65	2.54	2.63	2.41

3. Segons la *Modalitat de batxillerat* (taula 156), l'alumnat del batxillerat Científic-Tecnològic considera factor menys influent que el total, la *Dificultat per accedir a una universitat pública*

(3,05). Per contra, l'alumnat de Ciències Socials considera que aquest factor influeix més en l'elecció (3.35), de la mateixa manera que la *Dificultat per accedir a una universitat privada* (3.15), primer i segon factors més valorats per aquest grup. Això permet intuir un currículum acadèmic més feble que el del grup anterior. En la modalitat de Ciències de la Salut hi ha dos valors per sobre dels totals: la *Dificultat per accedir a una universitat pública* (3,30) i la *Decisió familiar* (2,53). El grup d'Humanitats atorga més importància a la *Dificultat per accedir a una universitat pública* (3,28); en canvi, la *Recomanació del professor / tutor / orientador* (3,11) apareix com a segon factor més influent, la qual cosa sembla indicar que l'alumnat d'aquest grup és força sensible a la prescripció del professorat. Els alumnes en la modalitat d'Humanitats i Ciències Socials constitueixen el grup que, en general, consideren més influents aquests factors. Destaquen, sobretot, la *Recomanació d'estudiants universitaris* (3.34) i la *Recomanació del professor / tutor / orientador* (3.22). La prescripció, tant del professorat de l'escola com de l'alumnat universitari semblen també factors molt influents per aquest grup, tan pel que fa als seus futurs estudis com per l'elecció d'universitat. Per l'alumnat en la modalitat Científic i Ciències de la Salut, els factors més influents són la *Dificultat per accedir a una universitat pública* i la *Recomanació del professor / tutor / orientador*, amb el mateix valor tots dos (3,13). En el grup d'Arts cal destacar, a més del factor *Dificultat per accedir a una universitat pública* (3,34), els corresponents a la recomanació, tant del professorat de l'escola com d'alumnes i ex-alumnes de la universitat.

Taula 156 Factors de decisió: referències, per modalitat de batxillerat

P19: REFERÈNCIES (Mitjana d'1 a 5)	Total	MODALITAT DE BATXILLERAT							
		Científic - Tecnològic	Ciències Socials	Ciències de la Salut	Humanita ts	Humanitat i Ciències Socials	Científic i Ciències de la Salut	Arts	No contesta
FACTORS DE DECISIÓ PER ESCOLLIR CENTRE: REFERÈNCIES	(2345)	(605)	(596)	(366)	(276)	(193)	(184)	(109)	(16)
Dificultat per accedir a una universitat pública	3.25	3.05	3.35	3.30	3.28	3.46	3.13	3.34	3.44
Recomanació d'estudiants universitaris	3.07	3.04	3.11	2.98	2.94	3.34	3.06	3.23	2.96
Recomanació del professor / tutor / orientador	3.03	2.82	3.12	2.99	3.11	3.22	3.13	3.21	3.02
Recomanació familiar	2.96	2.90	3.09	2.87	2.88	2.97	3.08	2.79	2.87
Dificultat per accedir a una universitat privada	2.95	2.83	3.15	2.92	2.78	3.02	2.95	3.09	2.50
Recomanació d'antics alumnes de la universitat	2.91	2.83	3.00	2.82	2.71	3.13	2.97	3.23	2.87
Recomanació d'amics	2.84	2.71	2.90	2.73	2.90	3.00	2.84	3.21	2.58
Decisió familiar	2.49	2.31	2.65	2.53	2.38	2.60	2.57	2.48	2.53

4. Les diferències, en funció del regiment d'ensenyament, es posen de relleu a la taula 157.

Taula 157 Factors de decisió: referències, per titularitat del centre

P19: REFERÈNCIES (Mitjana d'1 a 5)	Total	TITULARITAT CENTRE	
		Públic	Privat
FACTORS DE DECISIÓ PER ESCOLLIR CENTRE: REFERÈNCIES	(2345)	(1480)	(865)
Dificultat per accedir a una universitat pública	3.25	3.28	3.19
Recomanació d'estudiants universitaris	3.07	3.03	3.13
Recomanació del professor / tutor / orientador	3.03	2.97	3.14
Recomanació familiar	2.96	2.87	3.09
Dificultat per accedir a una universitat privada	2.95	2.92	3.00
Recomanació d'antics alumnes de la universitat	2.91	2.86	2.99
Recomanació d'amics	2.84	2.84	2.82
Decisió familiar	2.49	2.44	2.58

Excepte la *Dificultat per accedir a una universitat pública* (3,28) i la *Recomanació d'amics* (2,84), la resta de factors són menys influents per als estudiants de centres de titularitat

pública que privada. Així mateix, tot i que la *Dificultat per accedir a una universitat pública* (3,19) també és el factor més influent pels estudiants de centres de titularitat privada, la resta d'atributs, tret de la *Decisió familiar* (2,58), es troba entre els motius més influents d'aquest grup.

5. A l'introduir la variable *Gènere*, s'observen diferències interessants (taula 158). Les dones atorguen valors més elevats que els homes a tots els factors del grup i, en relació al factor *Dificultat per accedir a una universitat pública*, la diferència entre el valor assignat per les dones (3,41) i el dels homes (3,05) és superior a la de la resta d'atributs.

Taula 158 Factors de decisió: referències, per gènere

P19: REFERÈNCIES (Mitjana d'1 a 5)	Total	GENERE	
		Home	Dona
FACTORS DE DECISIÓ PER ESCOLLIR CENTRE: REFERÈNCIES	(2345)	(1050)	(1295)
Dificultat per accedir a una universitat pública	3.25	3.05	3.41
Recomanació d'estudiants universitaris	3.07	2.97	3.15
Recomanació del professor / tutor / orientador	3.03	2.92	3.12
Recomanació familiar	2.96	2.90	3.01
Dificultat per accedir a una universitat privada	2.95	2.88	3.01
Recomanació d'antics alumnes de la universitat	2.91	2.80	3.00
Recomanació d'amics	2.84	2.79	2.87
Decisió familiar	2.49	2.42	2.55

6. Si es considera la *Demarcació*, s'evidencien també algunes diferències significatives (taula 159). A Barcelona capital, tots els valors són superiors respecte els totals, excepte la *Recomanació d'amics* (2,83) i la *Decisió familiar* (2,45). A la demarcació de Barcelona, són força semblants al promig total, el mateix que passa a la de Tarragona. A la demarcació de

Girona, el factor més significatiu és la *Dificultat per accedir a una universitat pública*, amb el valor més baix d'aquest rang (3,10). En canvi, a la demarcació de Lleida, la major part de valors són superiors als totals, especialment el corresponent al factor *Dificultat per accedir a una universitat pública*, amb el valor més alt de tots els atributs corresponents a aquest rang (3,36).

Taula 159 Factors de decisió: referències, per demarcació

P19: REFERÈNCIES (Mitjana d'1 a 5)	Total	DEMARCATIÓ				
		BCN capital	Demarcació de Barcelona	Demarcació de Tarragona	Demarcació de Girona	Demarcació de Lleida
<i>FACTORS DE DECISIÓ PER ESCOLLIR CENTRE: REFERÈNCIES</i>	(2345)	(661)	(1135)	(221)	(192)	(136)
Dificultat per accedir a una universitat pública	3.25	3.27	3.26	3.21	3.10	3.36
Recomanació d'estudiants universitaris	3.07	3.10	3.07	3.05	3.06	2.99
Recomanació del professor / tutor / orientador	3.03	3.09	3.01	2.98	3.03	3.10
Recomanació familiar	2.96	3.00	2.92	2.94	3.02	3.02
Dificultat per accedir a una universitat privada	2.95	2.97	2.98	2.99	2.72	2.94
Recomanació d'antics alumnes de la universitat	2.91	2.98	2.89	2.84	2.86	2.89
Recomanació d'amics	2.84	2.83	2.84	2.77	2.80	2.95
Decisió familiar	2.49	2.45	2.46	2.59	2.67	2.61

7. Quan s'introdueix l'*Existència d'un centre universitari a la població familiar* (taula 160) s'observa que, en general, els estudiants que manifesten disposar d'un centre universitari a la població familiar són més influïts per tot aquest conjunt d'atributs que aquells que no en tenen. Això fa pensar que l'alumnat que en disposa prefereix estudiar a la universitat que li és més propera; prova d'això és que té més importància per aquest grup el factor *Dificultat per accedir a una universitat pública* (3,27) que per al grup que no en té (3,23).

Taula 160 Factors de decisió: referències, per existència de centre universitari en la població familiar

P19: REFERÈNCIES (Mitjana d'1 a 5)	Total	EXISTÈNCIA CENTRE UNIVERSITARI EN LA CIUTAT FAMILIAR		
		No	Sí	No contesta
FACTORS DE DECISIÓ PER ESCOLLIR CENTRE: REFERÈNCIES	(2345)	(1185)	(1109)	(51)
Dificultat per accedir a una universitat pública	3.25	3.23	3.27	3.40
Recomanació d'estudiants universitaris	3.07	3.05	3.10	3.05
Recomanació del professor / tutor / orientador	3.03	3.02	3.06	2.99
Recomanació familiar	2.96	2.93	2.98	3.15
Dificultat per accedir a una universitat privada	2.95	2.99	2.91	2.86
Recomanació d'antics alumnes de la universitat	2.91	2.87	2.95	2.81
Recomanació d'amics	2.84	2.83	2.85	2.72
Decisió familiar	2.49	2.49	2.49	2.67

6. APROXIMACIÓ A LES UNIVERSITATS CATALANES

En aquest apartat de l'estudi s'analitzen els resultats obtinguts respecte a les opinions i preferències sobre les universitats presencials a Catalunya, a partir de les dades procedents de la mostra d'alumnes de segon curs de batxillerat, abans dels exàmens finals. Aleshores, la major part d'ells, ja eren conscients de les possibilitats que tenien de promocionar o no el batxillerat

Els criteris d'anàlisi han estat els següents: universitat amb major interès potencial, universitat més probable d'accedir-hi i valoració de l'imatge de les onze universitats presencials a Catalunya. Els resultats d'aquestes qüestions es recull a continuació.

6.1. UNIVERSITAT AMB MAJOR INTERÈS POTENCIAL⁹⁶

En aquest apartat de l'estudi, es volen analitzar les preferències de centre de l'alumnat que té previst d'anar a la

⁹⁶ La pregunta es tracta com de resposta múltiple, ja que molts alumnes han marcat més d'una opció.

universitat. Per això, s'ha formulat, en primer lloc, una pregunta tancada d'elecció múltiple. En base a l'alumnat que manifesta la intenció d'estudiar en una universitat, s'ha plantejat una altra pregunta tancada d'elecció múltiple, que ahora es subdivideix en dues respostes. La pregunta formulada a la mostra que ha respòs afirmativament a la intenció d'anar a la universitat, s'ha plantejat en els següents termes:

*Si tens previst d'anar a la universitat, a quina d'elles t'agradaria estudiar i a quina creus que et matricularàs? ...
M'agradaria estudiar a ...*

L'anàlisi de les respostes, pel què fa a la preferència d'universitat, permet extreure diverses conclusions:

1. Segons els valors *Totals* (taula 161), la universitat amb major interès potencial per estudiar és la UAB, amb un percentatge total del 34,9% de la mostra, seguida de la UB (28,3%) i de la UPC (16,1%). La primera universitat privada de preferència és la URL (6,7%), en 6è lloc, després de la UPF (11,5%) i de la UDG (7,5%). Les menys valorades són la URV (4,2%), UDL (3,0%), UVIC (3,0), UIC (2,1) i la UAO (2,1%). En el cas de la UAO, cal tenir en compte que la seva creació es produeix el curs 2002-03 i, per tant, és la més jove i probablement la universitat menys coneguda a Catalunya.
2. Si introduïm la *Intenció d'anar a la universitat*, es posen de relleu algunes diferències en la valoració de les universitats amb major interès potencial (taula 161):
 - a) El percentatge d'alumnes que té la intenció d'anar a la universitat està per sobre de la mitjana a la UPF (13,3%). En canvi, és inferior a la UDG (5,8%).

- b) En el grup que indica que segurament hi anirà, la UPF (6,4%) està per sota de la mitjana, mentre la UDG està per sobre (11,6%).
- c) En el grup que indica no saber-ho, els valors a la UVIC (8,3%) i la UAO (4,1%) estan per sobre de la mitjana, mentre el grup que no contesta (2,2%) està per sota.
- d) El percentatge d'alumnes que manifesta no tenir intenció d'anar-hi està per sobre de la seva mitjana a la UB (44,6%). A la resta d'universitats no hi ha desviacions rellevants.
- e) En el grup que indica que segurament no hi anirà, la UDL (9,6%) presenta un valor superior a la mitjana (3,0%).

Taula 161 *Universitat amb major interès potencial, per intenció d'anar-hi*

P18 EN QUINA D'AQUESTES UNIVERSITATS T'AGRADARIA ESTUDIAR?	Total (2022)	INTENCIÓ D'ANAR A LA UNIVERSITAT					
		Sí (1336)	Segurament sí (422)	Encara no ho sé (163)	No (51)	Segurament no (39)	No contesta (12)
		Universitat Autònoma de Barcelona (UAB)	34,9	33,9	38,1	37,9	29,2
Universitat de Barcelona (UB)	28,3	26,9	30,8	27,2	>44,6	34,4	31,7
Universitat Politècnica de Catalunya (UPC)	16,1	17,2	14,0	15,6	8,5	16,6	12,8
Universitat Pompeu Fabra (UPF)	11,5	>13,3	<6,4	9,5	7,2	15,7	16,1
Universitat de Girona (UDG)	7,5	<5,8	>11,6	10,1	9,3	9,3	0,0
Universitat Ramon Llull (URL)	6,7	7,0	5,0	8,0	6,1	9,0	19,5
Universitat Rovira i Virgili (URV)	4,2	4,4	3,8	4,2	5,0	3,8	0,0
Universitat de Lleida (UDL)	3,0	2,7	2,8	4,3	4,9	>9,6	3,6
Universitat de Vic (UVIC)	3,0	2,1	4,0	>8,3	3,7	1,1	0,0
Universitat Internacional de Catalunya (UIC)	2,1	2,3	2,1	0,6	1,5	0,0	>11,2
Universitat Abat Oliba CEU(UAO)	1,6	1,5	1,5	>4,1	0,0	0,0	0,0
Fora de Catalunya	0,3	0,3	0,0	0,0	0,8	1,1	0,0
No contesta	6,8	6,7	>10,0	<2,2	0,0	0,0	>26,9

(Base: alumnes amb intenció potencial d'estudiar en una universitat el proper curs)

3. Si es té en compte la *Modalitat de batxillerat*, el més destacable és el següent (taula 162):
- a) En la modalitat Científic-Tecnològic, la UAB (18,1%), UB (12,2%), UPF (4,0%), UDG (5,0%), UDL (1,2%), UIC (0,5%), i UAO (0,3%) presenten percentatges inferior a les seves mitjanes, mentre la UPC (53,7%) està clarament per sobre, així com el grup que no contesta (6,8%). En el cas de la UPC, la diferència s'explica perquè la via d'accés a aquesta universitat prové bàsicament d'aquesta modalitat de batxillerat.
 - b) Pel què fa als estudiants de Ciències Socials, el valor de la UPC (1,0%) està clarament per sota de la mitjana, donat que no és la via d'accés natural a aquesta universitat. En canvi, la UPF (20,3%), URL (9,8%), UDL (4,8%) i UAO (3,8%) estan per sobre.
 - c) En la modalitat de Ciències de la Salut, es posa de relleu l'increment sobre la mitjana del grau d'interès potencial a la UB (41,4%) i UIC (4,3%), mentre que a la UPC (3,7%) i a la UPF (6,1%) estan per sota, conseqüència en el primer cas d'un catàleg de titulacions aliè a aquesta via d'accés.
 - d) El grup d'Humanitats presenta valors superiors a la mitjana a la UAB (43,4%) i la UPF (16,5%), mentre la UPC (1,3%) se situa molt per sota.
 - e) Pel què fa al grup d'Humanitats i Ciències Socials, l'interès per la UB (37,6%) està per sobre de la seva mitjana; en canvi, el de la UPC (7,7%), UPF (5,2%) i No contesta (2,8%) està per sota.

- f) En el grup Científic i Ciències de la Salut, la UAB (51,9%), UDG (12,4%) i UVIC (6,4%) presenten valors per sobre de la seva mitjana respecte el grau d'interès potencial, mentre que a la UPC (1,2%) i l'opció No contesta (0,5%) aquest està clarament per sota.
- g) Els estudiants del grup d'Arts valoren al voltant de la mitjana totes les universitats, tret de la UPC (3,0%), situada clarament per sota. En canvi, l'opció No contesta està per sobre (17,3%).

Taula 162 *Universitat amb major interès potencial, per modalitat de batxillerat*

P18 EN QUINA D'AQUESTES UNIVERSITATS T'AGRADARIA ESTUDIAR?	Total (2022)	MODALITAT DE BATXILLERAT							
		Científic - Tecnològic (536)	Ciències Socials (518)	Ciències de la Salut (323)	Humanita ts (232)	Humanitat i Ciències Socials (170)	Científic i Ciències de la Salut (166)	Arts (65)	No contesta (12)
Universitat Autònoma de Barcelona (UAB)	34,9	<18,1	38,0	39,5	>43,4	42,2	>51,9	34,2	32,9
Universitat de Barcelona (UB)	28,3	<12,2	31,5	>41,4	29,1	>37,6	30,6	34,7	45,1
Universitat Politècnica de Catalunya (UPC)	16,1	>53,7	<1,0	<3,7	<1,3	<7,7	<1,2	<3,0	9,7
Universitat Pompeu Fabra (UPF)	11,5	<4,0	>20,3	<6,1	>16,5	<5,2	15,7	17,4	9,7
Universitat de Girona (UDG)	7,5	<5,0	6,1	9,9	8,9	10,5	>12,4	1,2	5,6
Universitat Ramon Llull (URL)	6,7	4,6	>9,8	5,1	6,8	3,9	6,5	13,0	>21,3
Universitat Rovira i Virgili (URV)	4,2	3,6	4,6	5,0	4,8	5,4	3,7	0,0	0,0
Universitat de Lleida (UDL)	3,0	<1,2	>4,8	3,8	3,0	2,3	2,8	3,8	0,0
Universitat de Vic (UVIC)	3,0	2,9	2,4	2,8	3,5	2,3	>6,4	0,0	9,7
Universitat Internacional de Catalunya (UIC)	2,1	<0,5	2,1	>4,3	2,4	2,9	1,3	2,0	6,4
Universitat Abat Oliba CEU (UAO)	1,6	<0,3	>3,8	0,7	2,3	0,2	1,3	1,3	0,0
Fora de Catalunya	0,3	0,0	0,2	0,6	0,6	0,0	0,5	0,0	0,0
No contesta	6,8	>9,9	5,9	5,4	7,7	<2,8	<0,5	>17,3	20,8

(Base: alumnes amb intenció potencial d'estudiar en una universitat el proper curs)

4. Segons la *Titularitat del centre* (taula 163), els estudiants de centres públics valoren per sota de la seva mitjana les

universitats URL (2,6%), UIC (0,9%) i UAO (0,5%), a més de la UPF (8,5%). Per sobre se situa la UDG (10,6%). En canvi, l'alumnat de centres privats, valoren per sobre de la mitjana el conjunt d'universitats privades: URL (13,2%), UIC (4,1%) i UAO (3,4%), a més de la UPF (16,2%), que és l'única universitat pública amb millor interès potencial respecte a la mitjana d'aquest grup. Aquests mateixos estudiants valoren lleugerament per sota de la mitjana la UAB (30,3%) i, de manera més accentuada, la UDG (2,7%).

Taula 163 *Universitat amb major interès potencial, per titularitat del centre*

P18 <i>EN QUINA D'AQUESTES UNIVERSITATS T'AGRADARIA ESTUDIAR?</i>	Total (2022)	TITULARITAT CENTRE	
		Públic (1235)	Privat (788)
Universitat Autònoma de Barcelona (UAB)	34,9	37,8	<30,3
Universitat de Barcelona (UB)	28,3	26,3	31,5
Universitat Politècnica de Catalunya (UPC)	16,1	15,3	17,4
Universitat Pompeu Fabra (UPF)	11,5	<8,5	>16,2
Universitat de Girona (UDG)	7,5	>10,6	<2,7
Universitat Ramon Llull (URL)	6,7	<2,6	>13,2
Universitat Rovira i Virgili (URV)	4,2	5,0	3,0
Universitat de Lleida (UDL)	3,0	3,6	2,2
Universitat de Vic (UVIC)	3,0	3,6	2,1
Universitat Internacional de Catalunya (UIC)	2,1	<0,9	>4,1
Universitat Abat Oliba CEU (UAO)	1,6	<0,5	>3,4
Fora de Catalunya	0,3	0,2	0,3
No contesta	6,8	7,6	5,6

(Base: alumnes amb intenció potencial d'estudiar en una universitat el proper curs)

- En funció del *Gènere* (taula 164), existeixen diferències a la UAB i a la UB, on l'interès potencial de les dones és superior a la mitjana (39,8% i 32,1%, respectivament); en canvi, el d'homes és sensiblement superior a la UPC (27,5%). El percentatge d'homes que no contesta (9,3%) està per sobre

de la mitjana, mentre que el de dones està per sota (4,8%). Això sembla apuntar que, en general, les dones prefereixen estudiar en major percentatge que els homes a les dues grans universitats públiques a Catalunya, mentre que els homes es decanten, força més que les dones, per estudiar en una universitat de caire tecnològic.

Taula 164 *Universitat amb major interès potencial, per gènere*

P18 EN QUINA D'AQUESTES UNIVERSITATS T'AGRADARIA ESTUDIAR?	Total (2022)	GENERE	
		Home (896)	Dona (1127)
Universitat Autònoma de Barcelona (UAB)	34,9	<28,7	>39,8
Universitat de Barcelona (UB)	28,3	<23,6	>32,1
Universitat Politècnica de Catalunya (UPC)	16,1	>27,5	<7,1
Universitat Pompeu Fabra (UPF)	11,5	10,7	12,1
Universitat de Girona (UDG)	7,5	6,1	8,6
Universitat Ramon Llull (URL)	6,7	6,1	7,2
Universitat Rovira i Virgili (URV)	4,2	3,8	4,5
Universitat de Lleida (UDL)	3,0	2,4	3,5
Universitat de Vic (UVIC)	3,0	2,1	3,7
Universitat Internacional de Catalunya (UIC)	2,1	2,2	2,0
Universitat Abat Oliva CEU (UOA)	1,6	1,8	1,5
Fora de Catalunya	0,3	0,1	0,4
No contesta	6,8	>9,3	<4,8

(Base: alumnes amb intenció potencial d'estudiar en una universitat el proper curs)

6. Segons la *Demarcació*, s'apunten les següents diferències (taula 165):

a) A Barcelona capital, les universitats amb seu central en aquesta ciutat presenten valors superiors a la mitjana, especialment a la UB (40,0%), UPF (16,0) i URL (9,9%), mentre que aquests valors són sensiblement inferiors a les universitats de la resta de demarcacions, tret de la UAB (31,5%) on els valors estan al seu voltant.

- b) Pel que fa a la demarcació de Barcelona, l'alumnat voldria estudiar per sobre de la mitjana a la UAB (41,3%) i a la UPC (18,9%); en canvi, pràcticament no ho preferiria a la URV (0,5%) i a la UDL (0,7%).
- c) A la demarcació de Tarragona, destaca l'alumnat que prefereix estudiar a la URV (34,9%), força per sobre de la mitjana; en canvi, ho prefereix per sota a la UAB (26,4%), UPC (10,4), UPF (4,2%) i UDG (0,0%).
- d) L'anàlisi a la demarcació de Girona permet constatar que l'alumnat que manifesta un major interès potencial per estudiar a la UDG (47,8%) es força superior a la mitjana; per contra, aquest percentatge és més baix a la UB (16,7%), UPC (7,4%) i URV (0,4%).
- e) Els estudiants a la demarcació de Lleida escullen estudiar, sobretot, a la UDL (37,0%), percentatge situat clarament per sobre de la mitjana; en canvi, la UAB (21,8) i la UB (18,1%) se situen per sota. Aquells que no contesten cap universitat representen un percentatge superior a la mitjana (12,1%).

Tot apunta que els estudiants escullen per estudiar universitats públiques que majoritàriament són presents a la seva pròpia demarcació, especialment a Barcelona ciutat i la seva demarcació, on els percentatges de preferència són contemplats per més del 90% de la mostra en aquestes demarcacions.

Taula 165 *Universitat amb major interès potencial, per demarcació*

P18 EN QUINA D'AQUESTES UNIVERSITATS T'AGRADARIA ESTUDIAR?	Total (2022)	DEMARCATIÓ				
		BCN capital (572)	Demarcació de Barcelona (956)	Demarcació de Tarragona (197)	Demarcació de Girona (177)	Demarcació de Lleida (121)
U. Autònoma de Barcelona (UAB)	34,9	31,5	>41,3	<26,4	29,9	<21,8
Universitat de Barcelona (UB)	28,3	>40,0	26,3	21,1	<16,7	<18,1
U. Politècnica de Catalunya (UPC)	16,1	17,0	>18,9	<10,4	<7,4	11,8
Universitat Pompeu Fabra (UPF)	11,5	>16,0	11,2	<4,2	8,6	8,7
Universitat de Girona (UDG)	7,5	<1,0	5,9	<0,0	>47,8	3,9
Universitat Ramon Llull (URL)	6,7	>9,9	6,4	4,4	3,0	3,8
Universitat Rovira i Virgili (URV)	4,2	<0,8	<0,5	>34,9	<0,4	5,7
Universitat de Lleida (UDL)	3,0	<0,6	<0,7	2,8	0,6	>37,0
Universitat de Vic (UVIC)	3,0	1,7	4,1	2,7	1,9	2,5
U. Internacional de Catalunya (UIC)	2,1	3,2	1,4	2,1	1,8	2,8
Universitat Abat Oliba CEU (UAO)	1,6	2,5	1,2	0,7	0,6	3,7
Fora de Catalunya	0,3	0,4	0,1	0,0	0,6	1,0
No contesta	6,8	6,6	6,2	7,7	6,0	>12,1

(Base: alumnes amb intenció potencial d'estudiar en una universitat el proper curs)

7. Des d'el punt de vista de l'*Existència de centre universitari a la població familiar* (taula 166), s'observa una desviació a la UDG, on l'alumnat que no disposa de centre universitari a la població familiar supera la mitjana (9,8%), Per tant, no sembla que aquest criteri sigui rellevant per l'objecte de l'estudi.

Taula 166 *Universitat amb major interès potencial, per existència d'un centre universitari a la població familiar*

P18 EN QUINA D'AQUESTES UNIVERSITATS T'AGRADARIA ESTUDIAR?	Total (2022)	EXISTÈNCIA CENTRE UNIVERSITARI EN LA CIUTAT FAMILIAR		
		No (1003)	Sí (979)	No contesta (40)
U. Autònoma de Barcelona (UAB)	34,9	35,4	34,1	42,6
Universitat de Barcelona (UB)	28,3	27,6	28,9	31,6
U. Politècnica de Catalunya (UPC)	16,1	16,0	16,3	16,0
Universitat Pompeu Fabra (UPF)	11,5	9,6	13,6	9,0
Universitat de Girona (UDG)	7,5	>9,8	<5,3	2,9
Universitat Ramon Llull (URL)	6,7	6,3	7,3	4,9
Universitat Rovira i Virgili (URV)	4,2	5,0	3,6	0,0
Universitat de Lleida (UDL)	3,0	3,2	2,9	3,5
Universitat de Vic (UVIC)	3,0	3,4	2,4	7,7
U. Internacional de Catalunya (UIC)	2,1	2,0	2,3	0,0
Universitat Abat Oliba CEU (UAO)	1,6	1,1	2,2	0,0
Fora de Catalunya	0,3	0,2	0,3	0,0
No contesta	6,8	6,0	7,6	8,1

(Base: alumnes amb intenció potencial d'estudiar en una universitat el proper curs)

6.2. UNIVERSITAT MÉS POSSIBLE ⁹⁷

En aquest apartat es vol analitzar l'opinió sobre la universitat que l'alumnat que té previst d'anar-hi creu que es matricularà el proper curs acadèmic. Per això, s'ha utilitzat la següent pregunta sobre la universitat on probablement es matricularà :

*Si tens previst anar a la universitat, a quina d'elles t'agradaria estudiar i a quina creus que et matricularàs? ...
Crec que em matricularé a ...*

L'anàlisi de les dades permet extreure les següents conclusions:

1. En raó als valors *Totals* (taula 167), les sis primeres universitats on l'alumnat creu que es matricularà són públiques, amb una demanda potencial del 81,7%; mentre que les universitats privades ocupen quatre dels cinc darrers llocs en la classificació. El rànking d'universitats més possibles està encapçalat per les dues grans universitats públiques a Catalunya: UAB (26,3%) i UB (23,3%). Les segueixen la UPC (13,8%), UDG (7,2%), UPF (5,6%) i URV (5,5%). A continuació apareix la (URL), amb un percentatge del 5,0% sobre el total de la mostra. En els darrers llocs se situa la UVIC (4,3%), UDL (3,8%), UIC (1,1%) i la UAO (0,9%). Tanca la classificació altres universitats de Fora de Catalunya (0,4%). Un 12,3% no sabia o no volia pronunciar-se sobre aquesta qüestió quan se'l va enquestar.
2. Segons la *Intenció d'anar a la universitat*, hi ha algunes desviacions significatives (taula 167):

⁹⁷ La pregunta es tracta com a múltiple, ja que molts alumnes han marcat més d'una opció.

- a) L'alumnat que manifesta la intenció d'anar a la universitat està per sota de la mitjana a la UVIC (3,0%), el mateix que el grup que no contesta (10,2%).
- b) Els estudiants que manifesten que segurament aniran a la UPF (3,1%) i URL (2,3%) segueixen la tendència del grup anterior, però en un percentatge lleugerament inferior. En canvi, els que no contesten estan força per sobre de la mitjana d'aquest grup (20,9%).
- c) Els percentatges del grup que manifesta no saber-ho encara, estan per sobre de la mitjana a la UDG (14,0%) i UVIC (10,7%).
- d) Pel què fa a aquells que indiquen que no hi aniran, la UVIC (16,1%) és la que presenta una major desviació respecte de la seva mitjana.
- e) El grup d'estudiants que manifesta que segurament no hi anirà no presenta desviacions significatives.

Taula 167 *Universitat més possible, per intenció d'anar a la universitat*

P18_BIS EN QUINA D'AQUESTES UNIVERSITATS CREUS QUE ET MATRICULARÀS?	Total (1933)	INTENCIO D'ANAR A LA UNIVERSITAT					
		Sí (1336)	Segurament sí (422)	Encara no ho sé (112)	No (36)	Segurament no (16)	No contesta (12)
U. Autònoma de Barcelona (UAB)	26,3	26,6	26,9	25,7	14,2	15,6	23,3
Universitat de Barcelona (UB)	23,3	23,7	21,6	18,5	34,5	43,2	27,0
U. Politècnica de Catalunya (UPC)	13,8	15,0	11,5	11,5	2,5	16,5	9,2
Universitat de Girona (UDG)	7,2	6,5	7,7	>14,0	9,2	12,2	0,0
Universitat Pompeu Fabra (UPF)	5,6	6,4	<3,1	4,5	3,3	16,2	5,9
U. Rovira i Virgili (URV)	5,5	5,3	6,2	4,4	6,0	12,9	5,6
Universitat Ramon Llull (URL)	5,0	5,9	<2,3	2,9	3,3	11,0	>19,5
Universitat de Vic (UVIC)	4,3	<3,0	5,9	>10,7	>16,1	6,2	0,0
Universitat de Lleida (UDL)	3,8	3,2	4,8	6,0	5,8	8,8	3,6
U. Internacional de Catalunya (UIC)	1,1	1,1	1,1	0,8	2,5	3,6	0,0
Universitat Abat Oliba CEU (UAO)	0,9	1,0	0,9	0,0	0,0	3,6	0,0
Fora de Catalunya	0,4	0,4	0,3	0,0	1,2	0,0	0,0
No contesta	12,3	<10,2	>20,9	7,7	4,9	2,6	27,8

(Base: alumnes amb intenció potencial d'estudiar en una universitat el proper curs)

3. Si es té en compte la *Modalitat de batxillerat* el més destacable és el següent (taula 168):
- a) El grup Científic-Tecnològic és el que presenta majors desviacions respecte a la mitjana: a la UAB (13,4%), UB (8,5%), UDG (4,9%), UPF (2,4%) i UDL (1,7%) els valors estan per sota de la mitjana; en canvi, a la UPC (47,5%) és superior. Això mostra la vocació per l'estudi de disciplines tècniques per part d'aquest perfil d'alumnat.
 - b) Dins l'àmbit de Ciències Socials, la UB (30,0%), UPF (8,4%), URL (8,0%) i UAO (1,9%) presenten valors per sobre de la mitjana, mentre la UPC (0,7%), donat el seu caràcter d'universitat especialitzada en l'àmbit tècnic-científic, presenta un valor poc significatiu.
 - c) Pel què fa als estudiants en la modalitat de Ciències de la Salut, la UB (32,7%) està per sobre de la seva mitjana com universitat més possible, mentre la UPC (2,3%) està clarament per sota.
 - d) A la modalitat d'Humanitats, l'alumnat no creu matricular-se a la UPC (0,0%) per la mateixa raó expressada anteriorment.
 - e) El grup d'Humanitats i Ciències Socials presenta valors per sobre de la mitjana a la UAB (35,0%) i a la UIC (2,9%); en canvi, a la UPC tan sols és del 5,0%, clarament per sota de la seva mitjana. L'opció No contesta (6,5%) està per sota de la mitjana en aquest grup.
 - f) Els estudiants en la modalitat Científic i Ciències de la Salut atorguen valors superiors a la mitjana a la UAB

(34,7%), UDG (12,0%) i UVIC (11,2%), mentre que aquest és clarament inferior a la UPC (1,0%).

- g) El grup d'Arts atorga un valor inferior a la mitjana a la UPC (2,2%), però on presenta la major desviació és en el valor No contesta (33,9%), la qual cosa sembla indicar no tenir clara l'opció de cursar estudis superiors.

Taula 168 *Universitat més possible, per modalitat de batxillerat*

P18_BIS EN QUINA D'AQUESTES UNIVERSITATS CREUS QUE ET MATRICULARÀS?	Total (1933)	MODALITAT DE BATXILLERAT							
		Científic - Tecnològic (515)	Ciències Socials (494)	Ciències de la Salut (314)	Humanita ts (220)	Humanitat i Ciències Socials (169)	Científic i Ciències de la Salut (157)	Arts (55)	No contesta (10)
Universitat Autònoma de Barcelona (UAB)	26,3	<13,4	29,5	29,0	>35,7	>35,0	>34,7	17,4	7,9
Universitat de Barcelona (UB)	23,3	<8,5	>30,0	>32,7	25,9	28,4	21,3	28,4	30,9
Universitat Politècnica de Catalunya (UPC)	13,8	>47,5	<0,7	<2,3	<0,0	<5,0	<1,0	<2,2	0,0
Universitat de Girona (UDG)	7,2	<4,9	5,5	9,5	9,7	10,2	>12,0	0,7	6,9
Universitat Pompeu Fabra (UPF)	5,6	<2,4	>8,4	3,1	8,6	5,1	7,5	7,3	12,0
Universitat Rovira i Virgili (URV)	5,5	5,6	4,9	6,1	6,0	7,9	5,0	0,0	0,0
Universitat Ramon Llull (URL)	5,0	4,2	>8,0	3,3	4,6	2,1	3,2	8,6	>26,5
Universitat de Vic (UVIC)	4,3	2,7	4,8	3,3	3,3	4,0	>11,2	5,1	8,9
Universitat de Lleida (UDL)	3,8	<1,7	5,1	4,6	4,3	3,7	4,1	5,4	0,0
Universitat Internacional de Catalunya (UIC)	1,1	0,3	0,8	1,1	1,8	>2,9	1,0	1,6	>7,9
Universitat Abat Oliba CEU (UAO)	0,9	0,6	>1,9	0,0	1,6	0,0	0,5	1,6	0,0
Fora de Catalunya	0,4	0,4	0,5	0,5	0,2	0,0	0,5	0,0	0,0
No contesta	12,3	13,2	11,2	13,1	10,2	<6,5	12,0	>33,9	30,9

(Base: alumnes amb intenció potencial d'estudiar en una universitat el proper curs)

4. Segons la *Titularitat del centre* (taula 169), els estudiants de centres públics tendeixen a creure que es matricularan a universitats d'àmbit públic, mentre els de centres privats, tot i mantenir la mateixa tendència, valoren percentualment millor les universitats privades que els estudiants de centres públics.

Una anàlisi més acurada permet observar algunes desviacions en els valors de la mostra:

- a) Els percentatges d'estudiants de centres públics que creuen que es matricularan a la UDG (10,1%) i a la UVIC (5,9%) estan per sobre de la mitjana; mentre que a la UPF (3,6%), a la URL (2,0%) i a la UAO (0,3%) estan per sota.
- b) Pel que fa als estudiants de centres privats, els valors són superiors a la mitjana pels que creuen que es matricularan a la UB (27,0%), UPF (8,7%), URL (9,8%), UIC (1,9%) i UAO (1,9%); en canvi, són inferiors pel què fa a la UDG (2,8%), URV (3,7%), UVIC (1,8%) i UDL (2,2%).

Taula 169 *Universitat més possible, per titularitat del centre*

P18 BIS EN QUINA D'AQUESTES UNIVERSITATS CREUS QUE ET MATRICULARÀS?	Total (1933)	TITULARITAT CENTRE	
		Públic (1178)	Privat (755)
Universitat Autònoma de Barcelona (UAB)	26,3	28,1	23,4
Universitat de Barcelona (UB)	23,3	21,0	>27,0
Universitat Politècnica de Catalunya (UPC)	13,8	12,8	15,3
Universitat de Girona (UDG)	7,2	>10,1	<2,8
Universitat Pompeu Fabra (UPF)	5,6	<3,6	>8,7
Universitat Rovira i Virgili (URV)	5,5	6,7	<3,7
Universitat Ramon Llull (URL)	5,0	<2,0	>9,8
Universitat de Vic (UVIC)	4,3	>5,9	<1,8
Universitat de Lleida (UDL)	3,8	4,8	<2,2
Universitat Internacional de Catalunya (UIC)	1,1	0,5	>1,9
Universitat Abat Oliba CEU (UAO)	0,9	<0,3	>1,9
Fora de Catalunya	0,4	0,3	0,4
No contesta	12,3	12,8	11,6

(Base: alumnes amb intenció potencial d'estudiar en una universitat el proper curs)

5. En funció del *Gènere*, hi ha diferències significatives a les tres primeres universitats del rànking. Mentre el percentatge d'homes que creu matricular-se a la UAB representa el

21,9%, el de dones arriba al 29,7%. A la UB, el percentatge d'homes és del 17,4%, mentre que el de dones representa el 27,9%. En canvi, a la UPC; el percentatge de dones tan sols arriba al 5,1%, mentre el d'homes és del 25,1%. A la resta d'universitats no hi ha desviacions significatives (taula 170).

Taula 170 *Universitat més possible, per gènere*

P18 BIS <i>EN QUINA D'AQUESTES UNIVERSITATS CREUS QUE ET MATRICULARÀS?</i>	Total <i>(1933)</i>	GENERE	
		Home <i>(843)</i>	Dona <i>(1090)</i>
Universitat Autònoma de Barcelona (UAB)	26,3	<21,9	>29,7
Universitat de Barcelona (UB)	23,3	<17,4	>27,9
Universitat Politècnica de Catalunya (UPC)	13,8	>25,1	<5,1
Universitat de Girona (UDG)	7,2	5,9	8,3
Universitat Pompeu Fabra (UPF)	5,6	5,2	5,9
Universitat Rovira i Virgili (URV)	5,5	5,8	5,3
Universitat Ramon Llull (URL)	5,0	5,4	4,7
Universitat de Vic (UVIC)	4,3	4,2	4,3
Universitat de Lleida (UDL)	3,8	2,9	4,4
Universitat Internacional de Catalunya (UIC)	1,1	1,3	0,9
Universitat Abat Oliba CEU (UAO)	0,9	1,2	0,7
Fora de Catalunya	0,4	0,4	0,4
No contesta	12,3	13,2	11,7

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar en una universitat el proper curs)

6. Hi ha diferències força rellevants quan s'introdueix la *Demarcació* (taula 171).

a) L'alumnat de Barcelona capital, creu que es matricularà majoritàriament a les universitats amb seu en aquesta demarcació, essent valors sensiblement superiors a la mitjana a la UB (34,7%), UPF (8,8%) i URL (7,4%). En canvi són inferiors a la UDG (1,3%), URV (0,2%) UVIC (2,0%) i UDL (0,5%).

- b) A la demarcació de Barcelona, la UAB és la universitat més possible pel 33,3% de la mostra, percentatge superior a la seva mitjana (26,3%); la UVIC també està per sobre (7,2%), mentre que a la UDG (4,7%), URV (0,9%) i UDL (1,3%) els percentatges són inferiors a la seva mitjana.
- c) Pel què fa a la demarcació de Tarragona, les desviacions més importants es produeixen en l'increment d'estudiants que creuen que es matricularan a la URV (47,1%), mentre està per sota de la mitjana a la UAB (13,2%), UPC (6,8%), UDG (0,5%), UPF (1,4%) i UVIC (1,1%).
- d) A la demarcació de Girona, és la UDG qui presenta la desviació més representativa per sobre de la mitjana (50,6%). En canvi, tant a la UAB (18,5%) com a la UB (9,9%), UPC (6,6%), URV (0,4%), UVIC (1,2%) i UDL (0,8%) aquesta està per sota.
- e) Els estudiants a la demarcació de Lleida creuen que es matricularan majoritàriament a la UDL (47,4%), percentatge situat clarament per sobre de la mitjana; en canvi, el percentatge dels que diuen que ho faran a la UAB (12,9%), UB (12,6%) i UDG (1,7%) és inferior.

Aquestes dades posen de relleu que la proximitat física i/o la facilitat d'accés poden explicar alguns dels factors que més influeixen en l'elecció d'universitat per part de l'alumnat que creu cursarà estudis superiors.

Taula 171 *Universitat més possible, per demarcació*

P18_BIS EN QUINA D'AQUESTES UNIVERSITATS CREUS QUE ET MATRICULARÀS?	Total (1933)	DEMARCACIÓ				
		BCN capital (535)	Demarcació de Barcelona (917)	Demarcació de Tarragona (195)	Demarcació de Girona (173)	Demarcació de Lleida (113)
U. Autònoma de Barcelona (UAB)	26,3	24,3	>33,3	<13,2	<18,5	<12,9
Universitat de Barcelona (UB)	23,3	>34,7	21,6	18,5	<9,9	<12,6
U. Politècnica de Catalunya (UPC)	13,8	15,7	16,2	<6,8	<6,6	8,9
Universitat de Girona (UDG)	7,2	<1,3	<4,7	<0,5	>50,6	<1,7
Universitat Pompeu Fabra (UPF)	5,6	>8,8	5,1	<1,4	3,8	4,2
Universitat Rovira i Virgili (URV)	5,5	<0,2	<0,9	>47,1	<0,4	3,8
Universitat Ramon Llull (URL)	5,0	>7,4	4,6	4,4	2,2	3,1
Universitat de Vic (UVIC)	4,3	<2,0	>7,2	<1,1	<1,2	1,7
Universitat de Lleida (UDL)	3,8	<0,5	<1,3	1,6	<0,8	>47,4
U. Internacional de Catalunya (UIC)	1,1	1,4	0,9	0,5	1,2	2,0
Universitat Abat Oliba CEU (UAO)	0,9	1,6	0,8	0,3	0,0	1,0
Fora de Catalunya	0,4	0,4	0,2	0,0	1,0	1,5
No contesta	12,3	12,9	12,8	8,1	11,3	14,5

(Base: alumnes amb intenció potencial d'estudiar en una universitat el proper curs)

7. Segons l'Existència d'un centre universitari a la població familiar (taula 172), en el grup que no disposa de cap centre, el percentatge d'estudiants que diuen que es matricularan a la UDG (9,4%) és superior la mitjana, mentre els que afirmen disposar-ne atorguen un percentatge inferior (5,3%).

Taula 172 *Universitat més possible, per existència d'un centre universitari a la població familiar*

P18_BIS EN QUINA D'AQUESTES UNIVERSITATS CREUS QUE ET MATRICULARÀS?	Total (1933)	EXISTÈNCIA CENTRE UNIVERSITARI EN LA CIUTAT FAMILIAR		
		No (951)	Sí (948)	No contesta (34)
U. Autònoma de Barcelona (UAB)	26,3	24,4	28,3	20,6
Universitat de Barcelona (UB)	23,3	23,9	22,6	28,4
U. Politècnica de Catalunya (UPC)	13,8	13,0	14,5	15,4
Universitat de Girona (UDG)	7,2	>9,4	<5,3	1,0
Universitat Pompeu Fabra (UPF)	5,6	4,9	6,5	0,0
Universitat Rovira i Virgili (URV)	5,5	6,3	4,9	0,0
Universitat Ramon Llull (URL)	5,0	4,2	6,0	2,2
Universitat de Vic (UVIC)	4,3	4,8	3,7	5,5
Universitat de Lleida (UDL)	3,8	4,0	3,6	2,9
U. Internacional de Catalunya (UIC)	1,1	0,7	1,2	>5,9
Universitat Abat Oliba CEU (UAO)	0,9	0,6	1,3	0,0
Fora de Catalunya	0,4	0,5	0,3	0,0
No contesta	12,3	12,3	11,9	>26,1

(Base: alumnes amb intenció potencial d'estudiar en una universitat el proper curs)

6.3. VALORACIÓ DE LES UNIVERSITATS PRESENCIALS

En aquest apartat s'analitza l'opinió que tenen els estudiants sobre les universitats presencials a Catalunya. Per això, s'ha formulat la següent pregunta i escala de valors:

Valora les universitats catalanes presencials que coneguis utilitzant la següent escala (deixa en blanc aquelles sobre les quals no tinguis una opinió formada): 1. Molt dolenta, 2. Dolenta, 3. Normal, 4. Bona, 5. Molt bona

L'anàlisi dels valors mitjos obtinguts en l'estudi de les universitats s'estableix a partir d'un rànking, ordenat de major a menor valoració, amb les dades que s'exposen a continuació.

- 1) Segons els valors *Totals* (taula 173), s'observa que totes les universitats obtenen una valoració superior a 3, per sobre de la qualificació *mitjana* o *normal*. Aquest valor mig indica que els enquestats tenen una opinió formada sobre les universitats catalanes, en general, favorable o força favorable, atenent als resultats de l'enquesta. En una forquilla d' 1 a 5, les opinions es concentren al voltant dels nivells 3 i 4. La universitat millor valorada per la mostra és la UPC (4,05). Tot i que aquesta universitat agrupa només estudis tècniques, com enginyeries i arquitectures, els resultats indiquen que està força ben valorada, tan pels estudiants interessats en cursar els seus estudis en aquesta universitat com per aquells que valoren altres opcions. Això confirma la tradicional imatge de prestigi que gaudeix aquesta universitat, influïda probablement perquè l'accés a aquest tipus de titulacions exigeix normalment unes qualificacions de PAU, en alguns casos força elevades. A continuació, se situen la UAB (4,02) i la UB (4,00), ambdues amb el catàleg de titulacions més ampli del sistema universitari català. La següent és la UPF

(3,98), amb un conjunt de titulacions fortament especialitzat en l'àmbit de Ciències Socials, tot i impartir alguns estudis en altres camps científics. En cinquena posició, se situa la URL (3,76), primera universitat privada que apareix en aquest rànking. La següent, també de caràcter privat, és la UIC (3,30), seguida de les universitats públiques UDG (3,30), URV (3,21) i UDL (3,16). La UVIC (3,04) està en el penúltim lloc, mentre que la darrera és la UAO (3,01).

- 2) En relació a la *Intenció d'anar a la universitat* (taula 173), es constata el següent:

Taula 173 *Valoració universitats presencials, per intenció d'anar a la universitat*

P20 (Mitjana d'1 a 5)	Total	INTENCIÓ D'ANAR A LA UNIVERSITAT					
		Sí	Segurament sí	Encara no ho sé	No	Segurament no	No contesta
VALORACIÓ UNIVERSITATS PRESENCIALS	(2345)	(1336)	(422)	(228)	(223)	(125)	(12)
Universitat Politècnica de Catalunya (UPC)	4.05	4.16	3.97	3.68	3.99	3.77	3.41
Universitat Autònoma de Barcelona (UAB)	4.02	4.02	4.05	3.93	4.02	4.11	3.48
Universitat de Barcelona (UB)	4.00	4.02	4.00	3.85	3.98	3.98	3.66
Universitat Pompeu Fabra (UPF)	3.98	4.06	3.89	3.78	3.91	3.82	3.76
Universitat Ramon Llull (URL)	3.76	3.86	3.68	3.54	3.64	3.51	3.50
Universitat Internacional de Catalunya (UIC)	3.30	3.25	3.41	3.27	3.62	3.25	3.25
Universitat de Girona (UDG)	3.30	3.23	3.44	3.28	3.57	3.39	2.90
Universitat Rovira i Virgili (URV)	3.21	3.19	3.29	3.02	3.48	3.21	3.29
Universitat de Lleida (UDL)	3.16	3.09	3.30	3.17	3.33	3.21	2.99
Universitat de Vic (UVIC)	3.04	2.96	3.01	3.29	3.36	3.23	2.95
Universitat Abat Oliba CEU (UAO)	3.01	3.06	3.06	2.75	2.92	2.82	3.22

- a) Aquells que manifesten que tenen intenció d'anar-hi, valoren per sobre dels valors totals les cinc primeres universitats de la taula. En canvi, els que encara no ho saben o manifesten que no hi aniran, les valoren per sota.

- b) S'observa també que els estudiants que manifesten que no hi aniran o que segurament no ho faran, pel què fa a les universitats públiques -a més de la UVIC- implantades fora de la demarcació de *Barcelona capital*, la valoració és superior a la mitjana.
- 3) Els resultats, segons la *Modalitat de batxillerat* (taula 174), indiquen el següent:
- a) L'alumnat en la modalitat Científic-Tecnològic valora per sota dels valors totals totes les universitats, excepte la UPC, universitat que alhora és valorada per sota del seu valor total per la resta de modalitats. Això s'explica en tant que aquest perfil d'alumnat s'identifica més amb una universitat especialitzada dins els seu àmbit d'estudi que amb universitats de caire més generalista.
- b) Els estudiants en la modalitat de Ciències Socials atorguen un valor inferior a la mitjana a la UPC (3,87), UDG (3,15), URV (3,15) i UDL (3,09).
- c) En la modalitat de Ciències de la Salut, els estudiants valoren per sobre dels totals les universitats on s'imparteixen aquestes especialitats, i de forma significativa la UB, com universitat amb una major tradició en aquestes disciplines.
- d) Aquesta valoració també és compartida per l'alumnat en la modalitat Científic i Ciències de la Salut, excepte pel què fa a la UVIC (2,90) i la UAO (2,98), on la valoració està per sota dels valors totals.

- e) La valoració de l'alumnat en les especialitats d'Humanitats i d'Humanitats i Ciències Socials és superior als valors totals per a totes les universitats, excepte la UPC (3,76).
- f) Finalment, la valoració respecte a les universitats catalanes dels estudiants de batxillerat, en la modalitat d'Arts és, en tots els casos, inferior al valor total, excepte la UVIC (3,42).

Taula 174 *Valoració universitats presencials, per modalitat de batxillerat*

P20 (Mitjana d'1 a 5)	Total	MODALITAT DE BATXILLERAT							
		Científic - Tecnològic	Ciències Socials	Ciències de la Salut	Humanita ts	Humanitat i Ciències Socials	Científic i Ciències de la Salut	Arts	No contesta
VALORACIÓ UNIVERSITATS PRESENCIALS	(2345)	(605)	(596)	(366)	(276)	(193)	(184)	(109)	(16)
Universitat Politècnica de Catalunya (UPC)	4.05	4.34	3.87	3.95	4.00	3.76	3.99	3.80	4.04
Universitat Autònoma de Barcelona (UAB)	4.02	3.80	4.02	4.10	4.28	4.16	4.09	3.90	3.77
Universitat de Barcelona (UB)	4.00	3.73	4.02	4.22	4.03	4.00	4.23	3.88	3.97
Universitat Pompeu Fabra (UPF)	3.98	3.71	4.20	3.79	4.17	4.07	3.94	3.93	4.20
Universitat Ramon Llull (URL)	3.76	3.49	3.99	3.67	3.91	3.85	3.67	3.66	4.19
Universitat Internacional de Catalunya (UIC)	3.30	3.00	3.31	3.41	3.63	3.51	3.47	3.12	3.53
Universitat de Girona (UDG)	3.30	3.14	3.15	3.39	3.63	3.64	3.38	3.05	3.44
Universitat Rovira i Virgili (URV)	3.21	3.03	3.15	3.33	3.61	3.23	3.27	2.89	4.06
Universitat de Lleida (UDL)	3.16	2.98	3.09	3.31	3.46	3.13	3.35	3.09	3.41
Universitat de Vic (UVIC)	3.04	2.82	3.07	3.06	3.10	3.34	2.90	3.42	3.51
Universitat Abat Oliba CEU (UAO)	3.01	2.75	3.10	3.11	3.21	3.13	2.98	2.95	2.54

- 4) Segons la *Titularitat del centre* (taula 175), les diferències més significatives es posen de relleu a la URL (3,95), UPF (4,08) i UPC (4,08), on els estudiants de centres privats atorguen valors superiors als de l'alumnat provenint de centres públics. Així mateix, els estudiants de centres públics valoren per

sobre dels totals la UAB (4,08), UIC (3,36), UDG (3,47), URV (3,33), UDL (3,25) i UVIC (3,06).

Taula 175 *Valoració universitats presencials, per titularitat del centre*

P20 (Mitjana d'1 a 5)	Total	TITULARITAT CENTRE	
		Públic	Privat
VALORACIÓ UNIVERSITATS PRESENCIALS	(2345)	(1480)	(865)
Universitat Politècnica de Catalunya (UPC)	4.05	4.03	4.08
Universitat Autònoma de Barcelona (UAB)	4.02	4.08	3.92
Universitat de Barcelona (UB)	4.00	3.99	4.00
Universitat Pompeu Fabra (UPF)	3.98	3.90	4.08
Universitat Ramon Llull (URL)	3.76	3.58	3.95
Universitat Internacional de Catalunya (UIC)	3.30	3.36	3.25
Universitat de Girona (UDG)	3.30	3.47	3.05
Universitat Rovira i Virgili (URV)	3.21	3.33	3.04
Universitat de Lleida (UDL)	3.16	3.25	3.04
Universitat de Vic (UVIC)	3.04	3.06	3.01
Universitat Abat Oliba CEU (UAO)	3.01	2.89	3.10

- 5) Per *Gènere*, la valoració que fan les dones és superior a la dels homes, inclòs la UPC, universitat tradicionalment *masculina*, on el nombre de dones matriculades ha estat sempre inferior al d'homes (taula 176).

Taula 176 *Valoració universitats presencials, per gènere*

P20 (Mitjana d'1 a 5)	Total	GENERE	
		Home	Dona
VALORACIÓ UNIVERSITATS PRESENCIALS	(2345)	(1050)	(1295)
Universitat Politècnica de Catalunya (UPC)	4.05	4.03	4.06
Universitat Autònoma de Barcelona (UAB)	4.02	3.90	4.11
Universitat de Barcelona (UB)	4.00	3.84	4.12
Universitat Pompeu Fabra (UPF)	3.98	3.82	4.11
Universitat Ramon Llull (URL)	3.76	3.57	3.93
Universitat Internacional de Catalunya (UIC)	3.30	3.10	3.51
Universitat de Girona (UDG)	3.30	3.10	3.49
Universitat Rovira i Virgili (URV)	3.21	3.04	3.38
Universitat de Lleida (UDL)	3.16	3.02	3.30
Universitat de Vic (UVIC)	3.04	2.90	3.16
Universitat Abat Oliba CEU (UAO)	3.01	2.85	3.18

- 6) Els resultats per *Demarcació* indiquen que, en general, a cada una d'elles els estudiants valoren més les universitats dins la pròpia demarcació que les altres. Això, probablement ha de veure amb la proximitat geogràfica i ve a significar que sembla valorar-se millor el que és més proper a l'estudiant (taula 177).

Taula 177 *Valoració universitats presencials, per demarcació*

P20 (Mitjana d'1 a 5)	Total	DEMARCATIÓ				
		BCN capital	Demarcació de Barcelona	Demarcació de Tarragona	Demarcació de Girona	Demarcació de Lleida
VALORACIÓ UNIVERSITATS PRESENCIALS	(2345)	(661)	(1135)	(221)	(192)	(136)
Universitat Politècnica de Catalunya (UPC)	4.05	4.11	4.06	4.26	3.83	3.74
Universitat Autònoma de Barcelona (UAB)	4.02	3.96	4.06	4.11	3.99	3.84
Universitat de Barcelona (UB)	4.00	4.01	4.02	4.04	3.83	3.77
Universitat Pompeu Fabra (UPF)	3.98	4.03	3.96	3.96	3.95	3.94
Universitat Ramon Llull (URL)	3.76	3.84	3.76	3.70	3.65	3.47
Universitat Internacional de Catalunya (UIC)	3.30	3.10	3.38	3.50	3.53	3.35
Universitat de Girona (UDG)	3.30	2.94	3.40	3.16	3.76	3.12
Universitat Rovira i Virgili (URV)	3.21	2.92	3.09	3.95	3.15	3.18
Universitat de Lleida (UDL)	3.16	2.96	3.16	3.22	3.21	3.64
Universitat de Vic (UVIC)	3.04	3.01	3.02	3.21	3.10	3.07
Universitat Abat Oliba CEU (UAO)	3.01	2.97	3.04	3.00	3.11	3.00

- 7) La taula 178 aprofundeix en l'anàlisi anterior, ja que *l'Existència de centre universitari a la població familiar* permet destacar que, pel què fa a les universitats públiques a Barcelona capital i a la demarcació de Barcelona, la valoració de la mostra és superior quan es disposa d'algun centre universitari a la població familiar. La resta d'universitats són millor valorades pels estudiants que no en disposen.

Taula 178 *Valoració universitats presencials, per existència de centre universitari a la població familiar*

P20 (Mitjana d'1 a 5)	Total	EXISTÈNCIA CENTRE UNIVERSITARI EN LA CIUTAT FAMILIAR		
		No	Sí	No contesta
VALORACIÓ UNIVERSITATS PRESENCIALS	(2345)	(1185)	(1109)	(51)
Universitat Politècnica de Catalunya (UPC)	4.05	4.00	4.10	3.84
Universitat Autònoma de Barcelona (UAB)	4.02	3.99	4.04	4.04
Universitat de Barcelona (UB)	4.00	3.97	4.02	4.09
Universitat Pompeu Fabra (UPF)	3.98	3.93	4.03	3.85
Universitat Ramon Llull (URL)	3.76	3.71	3.81	3.87
Universitat Internacional de Catalunya (UIC)	3.30	3.36	3.24	3.40
Universitat de Girona (UDG)	3.30	3.38	3.22	3.35
Universitat Rovira i Virgili (URV)	3.21	3.25	3.17	3.04
Universitat de Lleida (UDL)	3.16	3.13	3.19	3.22
Universitat de Vic (UVIC)	3.04	3.06	3.01	3.34
Universitat Abat Oliba CEU (UAO)	3.01	3.02	3.01	2.68

TERCERA PART

CONCLUSIONS

7. CONCLUSIONS

En aquest apartat de la tesi, es pretén apuntar les conclusions que s'han desgranat al llarg de l'estudi, així com donar resposta a les hipòtesis plantejades a l'inici, si bé en diverses ocasions s'han apuntat qüestions que, sense ser l'objectiu del mateix, ofereixen possibilitats d'investigació rellevants.

Per començar a contextualitzar les conclusions d'aquest treball dins del seu marc, convé fer referència al valor propi dels resultats de l'enquesta realitzada per l'alumnat abans de finalitzar el batxillerat, el qual es pot situar a dos nivells:

- a) El valor de constatació d'una situació real (l'elecció d'universitat) en un moment donat; és a dir, conèixer què creuen que faran els estudiants en un moment concret (abans d'acabar el batxillerat i les PAU, si s'escau), al marge que aquesta possible decisió pugui variar en funció de diverses circumstàncies, com pot ser, per exemple, la nota final de batxillerat i de les PAU. L'enquesta, doncs, té un valor estàtic.
- b) El valor predictiu que li permeti coincidir amb els resultats definitius pel què fa a l'elecció d'institució, és a dir, *encertar*. Però, com indica ORTEGA (1990: 821), "les enquestes, per elles mateixes, tan sols són una tècnica d'investigació -de recollida d'informacions- i la seva responsabilitat acaba en la veracitat de la dada, és a dir, acaba en que la informació recollida respongui seriosament i objectiva a la realitat sociològica de l'estudi".

L'alternativa de realitzar l'estudi empíric quan els estudiants ja han estat acceptats en una institució d'educació superior hauria permès obtenir una informació més precisa sobre els resultats

acadèmics finals, les fonts d'informació emprades i els factors d'elecció. No obstant, tot apunta que una investigació d'aquesta mena hauria proporcionat resultats qüestionables, en tant que una part de la mostra hauria justificat la seva decisió final, si aquesta no hagués constituït l'opció principal. Per tant, malgrat les limitacions, sembla més adient haver establert la metodologia emprada en aquest estudi.

S'ha optat per dividir les conclusions en quatre apartats on es presenten els resultats globals de la recerca empírica, ordenats amb una seqüència lògica: perfil dels estudiants de la mostra, factors de decisió per escollir centre, canals d'informació emprats i, en darrer terme, valoració de les universitats.

7.1. CONCLUSIONS EN RELACIÓ AL PERFIL DELS ESTUDIANTS DE LA MOSTRA

Com a base d'aquesta investigació -tot i no ser l'objectiu final de la mateixa- s'han estudiat les característiques més significatives de la demanda. Això ha de permetre identificar un conjunt de factors que poden tenir importància per comprendre i explicar les conductes, comportaments i decisions que pot adoptar el conjunt d'estudiants inscrits en segon curs de batxillerat, amb independència de les seves expectatives sobre la continuació d'estudis d'educació superior. Tot i això, l'estudi aprofundeix en el grup d'individus que manifesten, amb major o menor intensitat, la seva intenció d'anar a la universitat el proper curs. En qualsevol cas, els candidats encara han de recórrer el tram final fins a reunir les condicions necessàries⁹⁸

⁹⁸ En el cas de titulacions oficials, superar el batxillerat i les PAU per poder matricular-se en estudis oficials de 1r i/o 1r i 2n cicle, amb independència d'altres requisits exigits pel centre universitari de destí.

per convertir-se en demandants d'una plaça a qualsevol de les institucions universitàries catalanes i no tots ells arribaran a aconseguir-ho. Per tant, sota el perfil general dels estudiants s'hi troben subjacents diferències en funció de la intenció d'anar a la universitat, àrea d'estudi de batxillerat, titularitat del centre, gènere, demarcació i existència de centre universitari a la població familiar.

Dins el moderat rendiment acadèmic de la mostra, més de la meitat manifesta la intenció d'anar a la universitat, essent l'alumnat de la modalitat Científic i Ciències de la Salut el segment amb un expedient superior a la resta i amb una major disposició per anar-hi. Així mateix, els estudiants de centres públics són els que obtenen un relatiu millor rendiment acadèmic; en canvi, els provinents de centres privats manifesten una major disposició a anar a la universitat, diferenciant-se clarament dels estudiants de centres públics. D'altra banda, les dones obtenen millors resultats que els homes, el que determina que estiguin en condicions d'accedir a l'educació superior en major nombre i amb major interès que ells. En darrer terme, existeixen diferències en el perfil de la mostra segons la demarcació i l'existència de centre universitari a la població familiar. Així, els estudiants a la demarcació de Tarragona constitueixen un dels segments amb millor qualificació mitjana a més de ser els més motivats per accedir a la universitat.

7.2. CONCLUSIONS EN RELACIÓ ALS FACTORS DE DECISIÓ PER ESCOLLIR CENTRE

En primer lloc, s'ha volgut descriure el conjunt de factors de decisió de la demanda universitària. Un cop definits, s'ha procedit a jerarquitzar-los en l'estudi empíric, segons la valoració que dels

mateixos ha realitzat l'alumnat. En aquest sentit, cal respondre una pregunta clau: els estudiants funcionen com a consumidors racionals en un sistema obert de mercat?

Com a primera conclusió, es pot afirmar, tal com s'ha apuntat a la hipòtesi general, que **en una decisió implicant com és l'elecció d'universitat, la presa de decisions de la demanda obeeix a criteris sovint irracionals, basats en percepcions, i per tant, l'estudiant és força impermeable als instruments de marketing que utilitza l'oferta per influir en la seva decisió.**

Per examinar aquesta hipòtesi, es va demanar els estudiants que valoressin cada un dels factors d'elecció proposats a l'estudi mitjançant una escala numèrica.⁹⁹ El fet més remarcable en aquest aspecte és la valoració del factor *Qualitat de l'ensenyament* com el més influent en la decisió. No obstant, tot i haver estat el factor més important per escollir centre, s'ha d'introduir alguna matisació al respecte. En primer lloc, sembla difícil avaluar la qualitat d'un producte o servei fins que aquest no s'ha experimentat. A més, constitueix un atribut subjectiu que pot tenir diversos significats per la demanda: qualitat respecte a la metodologia emprada, rigor en l'exposició de les matèries, forma d'enfocar les classes, etc. En qualsevol procés d'elecció, el consumidor sempre tendirà a assignar, per defecte, un valor alt a l'atribut *qualitat*, i més si aquest s'ha de consumir al llarg de diversos anys. Efectivament, ningú no exigeix absència de qualitat en un producte o servei i, per tant, sembla obvi que l'individu no pot decidir per alguna cosa que no sigui de *qualitat*. Aquest atribut respon, en definitiva, al tòpic que tots cerquem qualitat en un acte de compra i, per tant, mai no s'adquirirà un producte *dolent*.

⁹⁹ Vegeu apartat 5. FACTORS DE DECISIÓ PER ESCOLLIR CENTRE.

D'altra banda, la valoració que l'alumnat fa de la mostra sobre aquest factor té unes condicions d'interpretació basades sovint en percepcions, que es poden atribuir a la notorietat de la institució, al règim d'estudis, a l'accessibilitat als programes acadèmics, a la seva antiguitat en el mercat d'educació superior o a les instal·lacions, entre d'altres. Però, aquesta valoració esdevé creïble en la mesura que altres factors del mateix rang obtenen valors similars o propers al de la *qualitat*. En canvi, aquells factors que li poden atorgar consistència i credibilitat, com les *Capacitats pedagògiques del professorat*, la *Reputació de la universitat* o el *Nivell acadèmic dels estudiants*¹⁰⁰ apareixen en els llocs 15è, 19è i 24è de la classificació. Això permet justificar el caràcter sovint irracional de la valoració que d'aquest atribut en fa la mostra.

A més, a Catalunya no hi ha estudis empírics que permetin mesurar la qualitat de les universitats catalanes;¹⁰¹ això porta a reflexionar sobre la manca d'informació dels estudiants respecte a la qualitat de l'oferta universitària. Aquesta manca de transparència en el mercat d'educació superior pot dur els estudiants a prendre decisions no sempre òptimes, la qual cosa, podria ser una de les causes que expliqui la deserció i canvi de carrera o d'universitat que es pot observar en l'ensenyament d'educació superior a Catalunya.

El segon factor més valorat per la mostra ha estat la *Facilitat d'accés en transport públic*,¹⁰² el qual mereix també una anàlisi acurada pel fet de ser un factor clau en la investigació, tal com

¹⁰⁰ Vegeu Taula 100.

¹⁰¹ Malgrat l'existència de l'*Agència per la Qualitat del Sistema Universitari a Catalunya*, l'objectiu de la qual és el seguiment i el control de la qualitat de l'oferta universitària els indicadors de qualitat relatius a cada ensenyament i universitat que es troben a la disposició dels futurs estudiants són quasi inexistent.

¹⁰² Vegeu Taula 100.

s'assenyala a la primera part de l'estudi,¹⁰³ i per la influència que exerceix sobre la *Proximitat de la universitat al domicili habitual*. Ambdós factors, donat el seu vincle conceptual, haurien de tenir valors migs similars o propers entre sí; en canvi, el segon ocupa el 20è lloc en el rànking de factors d'elecció, segons l'assignació de la mostra. Per tant, sembla intuir-se que l'alumnat, en general, percep la facilitat d'accés en transport públic com a factor de proximitat. Efectivament, aquest pot assumir que difícilment podrà disposar d'un centre universitari prop del seu domicili habitual; però, en canvi, el que sembla rellevant és la possibilitat d'accedir-hi fàcilment, en el sentit de trobar un mitjà de transport que li permeti desplaçar-se còmodament.

El model universitari actual dóna primacia a l'oferta dels estudis més demanats a totes les universitats. És per això, que aquest model assegura que la major part d'estudiants puguin cursar els ensenyaments escollits prop de la seva residència habitual, prioritizant, a més, el *Cost dels estudis* (3r factor de decisió), és a dir, donant prioritat a una universitat pública, front de la *Reputació de la universitat* (19è factor de decisió). Així, la preferència majoritària és la d'estudiar en una institució de caràcter públic, propera i fàcilment accessible en transport públic. Això predisposa a una baixa mobilitat en el conjunt de la demanda.

No obstant, tot i que aquest factor apunta a ser un dels elements bacil·lars a l'hora d'escollir universitat, en els casos de Girona, Lleida i Tarragona això no sembla tan clar. L'atracció de Barcelona és força gran, tant per la seva oferta d'ensenyaments com pel fet de tractar-se d'una gran ciutat, i per a l'estudiant representa l'experiència de poder viure, per primera vegada, fora de l'entorn

¹⁰³ Vegeu apartat 1.3.8. LA UBICACIÓ DE LA UNIVERSITAT.

familiar. En canvi, l'escassa demanda singular que hi pugui haver a Girona, Lleida i Tarragona fa que no hi hagi gaires estudiants de demarcacions diferents que optin per anar-hi en primera opció.¹⁰⁴

Pel què fa a la valoració dels factors vinculats al professorat (*Accessibilitat del professorat als alumnes, Experiència professional del professorat i Capacitats pedagògiques del professorat*) -inserir, segons nombre d'ordre, en els llocs 9è, 14è i 15è de la classificació de factors de decisió per escollir centre- cal prendre aquests valors amb força cautela des d'un punt de vista psicològic.¹⁰⁵ Efectivament, els estudiants de batxillerat no solen tenir gens clar què són i què impliquen les qualitats pedagògiques del professorat (les poden associar, per exemple, al fet que aquest sigui "enrotllat" explicant o si se l'entén en les seves explicacions a classe). A aquesta edat, és important que els professors siguin "accessibles, amics i si és possible, col·legues seus", amb independència de la seva qualitat pedagògica i investigadora, doncs desconeixen aquestes variables fora de la seva percepció adolescent. Per tant, els resultats que han explicat com elements determinants a l'hora d'elegir universitat poden no ser reals i cal prendre'ls amb reserves en la seva interpretació. És, doncs, el que succeeix força sovint entre el "penso" i el "penso que volen que respongui", o el "penso que això és el que consideren important els que pregunten", o fins i tot el "penso que si responc això seré més ben valorat", totes elles, respostes pròpies de la formació de la personalitat que ocorre en aquesta etapa.

¹⁰⁴ Vegeu Taula 152.

¹⁰⁵ Sovint, la percepció dels adolescents sobre la qualitat docent del professorat, es basa en "l'amiguisme" (CASCO & OLIVA, 2005; MARTIN, 2006).

D'altra banda, s'observa una moderada influència del factor *Promoció i informació directa als alumnes potencials*¹⁰⁶ (27è factor de decisió), la qual cosa confirma, tal com es posa de manifest a la hipòtesi general, la significativa impermeabilitat de la demanda als instruments de marketing que utilitza l'oferta per influir en la seva decisió.

7.3. CONCLUSIONS EN RELACIÓ ALS CANALS D'INFORMACIÓ

Com s'ha indicat en la literatura sobre els canals i les fonts d'informació, la recerca d'informació en el comportament del consumidor s'aplica també a la decisió d'accedir a l'ensenyament superior. Aquesta activitat constitueix un element bàsic per determinar si els estudiants prenen decisions racionals en un sentit econòmic.

Les tendències observades en els diferents grups de demanda revelen que hi ha estudiants que mostren baixos nivells d'activitat en la recerca d'informació, especialment aquells que manifesten una menor intenció d'anar a la universitat; per tant, es pot deduir que aquests subjectes són passius en les seves estratègies d'adquisició d'informació.

No obstant, els estudiants que han assistit a algun acte informatiu de les universitats o que pensen fer-ho properament, semblen confiar majoritàriament en les fonts empíriques i interpersonals. És per això que cerquen informació a través de les jornades de portes obertes de les universitats, així com visites del personal de les universitats als propis centres. En canvi, és poc

¹⁰⁶ Vegeu Taula 100.

significatiu el nombre d'estudiants que participen en altres actes informatius.

La recerca mitjançant fonts empíriques també posa de manifest que aquesta no sempre es produeix de forma reflexiva. La investigació mostra que hi ha un nombre rellevant d'enquestats que no respon el nom de les universitats visitades, el que permet apuntar que aquests actes tenen un rol poc determinant per aquells individus que no responen a aquesta qüestió, probablement com a conseqüència de visites promogudes pels centres d'ensenyament secundari i no planificades pels propis estudiants.

En canvi, més de la meitat de l'alumnat manifesta que ha utilitzat o pensa utilitzar diferents fonts interpersonals d'informació, tant formals com informals, tot i que aquesta afirmació té un vessant de propòsit per aquella part de la mostra que encara no les ha emprat.

Internet, com a font comercial d'informació, sembla ser el principal mitjà de comunicació pels estudiants, seguida de ben lluny per altres fonts. Aquest tipus de font, tal com s'indica a la literatura analitzada, és la menys influent en el procés de presa de decisions.

Per tant, tot apunta, tal com s'afirma en una de les sub-hipòtesis, que **els estudiants no cerquen la informació necessària per valorar les diferents alternatives i, per tant, no disposen, en general, de la informació pertinent en el moment de la presa la decisions sobre l'elecció d'universitat.**

7.4. CONCLUSIONS EN RELACIÓ A LA VALORACIÓ DE LES UNIVERSITATS

El model d'universitat pel qual s'inclinen els enquestats està força definit per la seva titularitat pública i la ubicació a la pròpia demarcació de residència. Són diversos els factors que defineixen aquesta valoració, entre els quals cal considerar la notorietat, tot i ser discutible que aquesta notorietat de les universitats catalanes provingui del reconeixement de la qualitat docent i investigadora; ans al contrari, pot ser una notorietat relacionada amb la seva visibilitat. Una institució pot tenir un nivell de visibilitat alt en relació a la seva ubicació, dins un àmbit geogràfic proper a l'estudiant. Per exemple, ningú no pot discutir la visibilitat de la UDL, pel què fa als estudiants que viuen a la seva zona geogràfica d'influència; en canvi, una cosa ben diferent és el reconeixement públic i la reputació de la institució.

L'alt nivell d'identificació de la demanda amb les universitats públiques ha de veure també amb altres factors, com els requisits d'accés a determinades titulacions, que les fa percebre com d'alta exigència i qualitat educativa. També obeeix al fet que la major part d'universitats privades ofereixen un nombre limitat de titulacions, mentre que l'oferta de titulacions a les universitats públiques és, en general, força més àmplia, la qual cosa les fa més atractives i visibles. Un altre factor ha de veure amb el fet que, tret d'alguna institució concreta, les universitats privades a Catalunya encara no han assolit els nivells de coneixement i notorietat que les faci elegibles.

De totes maneres, el coneixement general de les universitats catalanes pels futurs estudiants és encara força limitat.¹⁰⁷ Sorprèn, per exemple, el nombre significatiu d'estudiants que consideren la UPF com a una universitat privada; a més, són pocs els que són capaços d'identificar les universitats existents a la població de residència habitual.¹⁰⁸ També s'observa que les de més recent creació, són força desconegudes per la demanda.

Això permet confirmar una altra de les sub-hipòtesis on s'afirma que **en la mesura que una institució d'educació superior és coneguda per la demanda, la seva percepció tendeix a ser més positiva que aquella que no ho és**. Per contra, el desconeixement de la institució pot implicar una percepció negativa; és a dir: "si la conec, ha de ser bona, en cas contrari, probablement no ho és". Per tant, sembla posar-se de manifest la irracionalitat del procés de decisió, fruit sovint de prejudicis i manca de coneixement de la institució.

Aquesta manca de coneixement de l'oferta universitària a Catalunya contrasta amb la literatura sobre les universitats anglosaxones, on els estudiants abans d'escollir carrera trien universitat,¹⁰⁹ i aquestes han de fer grans esforços per fer-se visibles i notòries en un mercat d'educació superior tan competitiu com és el nord-americà o l'anglès.

¹⁰⁷ No obstant, algunes universitats, especialment les de l'àrea de Barcelona, han fet passes importants en aquest sentit i han començat a definir una imatge de marca (tant a escala d'universitat com de determinats centres o titulacions).

¹⁰⁸ La prova d'això és que l'alumnat pertanyent a la demarcació de Barcelona capital, on es concentra el nombre més significatiu d'enquestats, la major part no coneix la totalitat de l'oferta universitària en aquesta demarcació (vegeu apartat 3.7.). També destaca que la quarta part d'enquestats no respon a aquesta qüestió, bé sigui per desconeixement de l'oferta universitària a la seva demarcació o per omissió de la resposta.

¹⁰⁹ Vegeu apartat 1.2.1.1. Els nivells d'elecció.

8. PROPOSTES I RECOMENACIONS

A continuació es proposa un conjunt de línies d'actuació, de diferent naturalesa i en diferents direccions, per tal que l'oferta universitària a Catalunya pugui millorar la seva capacitat d'influència en les decisions de la demanda respecte a l'elecció d'operador institucional:

1. Les universitats han de conèixer, en primer lloc, la percepció que té la demanda sobre la seva oferta, a més de treballar per aconseguir i/o mantenir una reputació de prestigi i diferenciada que els permeti atraure als estudiants amb una oferta superior.
2. Hi ha diferències significatives entre les diferents universitats a Catalunya: mentre alguna només s'ha de preocupar per mantenir i millorar, si és possible, la seva reputació, altres haurien de fer un gran esforç per romandre i competir en un escenari competitiu com és el de l'educació superior.
3. Les universitats públiques presenten l'avantatge indiscutible del preu front de les privades, a més de tenir, en general, millor reputació i imatge. En la mesura que es vagi equilibrant la demanda a l'oferta de places a la universitat pública com a conseqüència de la disminució del nombre d'estudiants, la situació de les universitats privades esdevindrà crítica si no ofereixen un producte diferenciat pel qual els estudiants i les seves famílies estiguin disposats a pagar.
4. Pel què fa als mecanismes d'informació i de promoció, les universitats haurien d'establir estratègies de segmentació en funció dels diferents perfils de la demanda per tal d'implementar estratègies adequades a cada perfil. Per això,

cal tenir en compte les modalitats de batxillerat cursades, les vies a través de les quals accedeixen els estudiants, la tipologia dels seus centres d'origen, el currículum acadèmic i totes aquelles variables necessàries que permetin identificar-la i qualificar-la.

5. A més, les universitats haurien d'implementar estratègies de comunicació complementàries a aquelles que tradicionalment s'estableixen *de facto* dins el sector educatiu. Per això, cal incidir de forma específica, a més del destinatari final de la comunicació, és a dir, l'estudiant, en aquells protagonistes que tenen capacitat de prescriure i recomanar el producte d'educació superior: pares, professors, tutors i orientadors. Es tracta, en definitiva, de dimensionar i potenciar les fonts d'informació interpersonal.
6. La introducció del nou model d'ensenyament superior basat en l'Espai Europeu d'Educació Superior (EEEP) crearà un nou marc de referència en el procés d'elecció d'estudis i d'universitat. Això exigirà a les institucions d'educació superior un esforç addicional en els processos d'informació i promoció a l'alumnat per tal de donar-los a conèixer una oferta diferenciada.
7. D'altra banda, en cas de produir-se progressius descensos en la demanda universitària, es produirà un apropament entre patrons manifestos i ideals. És a dir, en la mesura que el nombre d'estudiants que vulgui accedir a la universitat descendeix, es pot esperar un progressiu descens de les notes de tall a les titulacions més pressionades en les universitats públiques, i com a conseqüència, disminuir l'efecte autocensura en el procés de manifestació de la

demanda. Aquesta contracció de la demanda podria afectar tota l'oferta universitària; per tant, en la mesura que es produeixi un nivell elevat d'incertesa es fa necessari el coneixement de les pautes de comportament de la demanda universitària per tal de respondre a les seves expectatives.

9. FUTURES LÍNIES D'INVESTIGACIÓ

La recerca empírica s'ha basat en un estudi de caràcter quantitatiu; no obstant, aquesta qüestió probablement exigiria també la introducció d'una investigació qualitativa que sens dubte podria aportar resultats interessants. La integració d'ambdós instruments permetria enriquir la informació provinent de la demanda i apuntar altres camins de recerca.

Així mateix, en la investigació s'han analitzat els factors d'elecció que correlacionen positivament, tot i que també seria objecte d'un altre estudi si realment els factors que s'utilitzen com a variables a l'hora d'elegir una universitat correlacionen negativament entre ells mateixos.

D'altra banda, en l'estudi s'han seleccionat alumnes que pertanyen al districte universitari de Catalunya, però seria interessant conèixer els factors d'elecció d'estudiants d'altres districtes universitaris d'arreu l'estat i observar les possibles diferències en els resultats.

També es pot apuntar una possible continuïtat en la línia de recerca sobre el trànsit del Batxillerat LOGSE a la universitat, analitzant les opinions i preferències de la demanda quan està cursant el batxillerat i les decisions que finalment pren en el moment d'accedir a la universitat. Això requereix un estudi longitudinal que

permeti analitzar el comportament dels estudiants en el temps. Aquesta recerca trobaria una resposta de gran vàlua a partir dels resultats acadèmics obtinguts per la demanda en cloure el batxillerat i permetria determinar on cursa els estudis d'educació superior i quins han estat els factors que han determinat l'elecció.

En futures investigacions es pot analitzar també l'evolució en les opinions dels estudiants universitaris així com detectar noves variables que puguin definir la imatge i reputació de les universitats, tant públiques com privades o de l'Església.

Cada universitat hauria de conèixer les opinions, percepcions i comportaments dels seus estudiants així com la seva evolució, per tal de millorar el servei que ofereixen. Cal que responguin, des d'un punt de vista de la satisfacció del client, a aquestes exigències i posicionar-se en el mercat universitari amb una oferta diferenciada que es tradueixi en una millora competitiva en termes d'imatge, prestigi i reconeixement social.

Fóra interessant realitzar un estudi comparatiu de les universitats catalanes en relació amb les universitats anglosaxones, amb l'objecte d'analitzar les diferències i capitalitzar els punts forts de la seva gestió de marketing.

Donat que la reputació constitueix també un factor d'elecció d'universitat, en futures investigacions es podria analitzar la reputació de les universitats catalanes i la seva incidència en l'elecció.

També es podria explorar la percepció de la imatge percebuda de la universitat on l'alumnat cursa els seus estudis i el contrast amb altres universitats. Com la veuen altres universitats

diferents a la seva? Com consideren els atributs d'elecció? Són indiferents a aquests atributs?

En darrer lloc, cal assenyalar que les investigacions des d'una perspectiva de marketing realitzades en el sector de les institucions d'educació superior tant a Catalunya com a la resta de l'estat són pràcticament inexistent, per la qual cosa altres possibles línies d'investigació en aquest camp són força àmplies.

ANNEXOS

10. BIBLIOGRAFIA

- AAKER, D. A. (1984). *Strategic Market Management*. Nova York: John Wiley & Sons, Inc.
- AAKER, D. A., KUMAR, V. & DAY G. S. (1995). *Marketing Research*. Nova York: John Wiley & Sons, Inc.
- ACEREDA, A. & SASTRE, S. (1998). *La superdotación*. Madrid: Síntesis.
- ALBERT, C. (1998). *La demanda de Educación Superior en España: 1977-1994*. Madrid: Ministerio de Educación y Cultura.
- ALONSO, J. (1984). *El comportamiento del consumidor*. Madrid: INC.
- ALONSO, J. & GRANDE, I. (2004). *Comportamiento del consumidor: Decisiones y estrategias de Marketing* (5a ed.). Madrid: Esic.
- ANTES, D. L. (1997). Segmenting the College Applicant Pool. *Symposium for the Marketing of Higher Education*, AMA, Chicago, IL, p. 140-148.
- APODAKA, P.; GRAO, J. & MARTÍNEZ, J. (1986). Variables curriculares que influyen en la demanda de Enseñanza Superior. En LATIESA, M. (ed.): *Demanda de Educación Superior y rendimiento académico en la universidad*. Madrid: CIDE.
- ARNDT, J. (1967). Word of Mouth Advertising and Informal Communication. *Risk Taking and Information Handling in Consumer Behavior*. D. F. Cox. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- ASCHAUER, D. A. (1993). Is public education productive, Higher Education and Economic Growth, Dordrecht. *Kluwer Academic Publishers*, p. 355.
- ASHAR, H. & LANE, M. (1996). Focus Groups Help to Focus the Marketing Strategy. *Journal of Marketing for Higher Education*, 7 (2), p. 33-41.
- ASHLEY, B. (1996). Advanced placement gives a jump on college. *USA Today*. New York: 6D.
- ASSAEL, H. (1998). *Comportamiento del consumidor*. México, D. F.: International Thomson Editores.
- ASTIN, A. W. (1985). *Achieving Educational Excellence. A critical assessment of priorities and practices in higher education*. San Francisco: Jossey Bass.
- AVERY, C., FAIRBANKS, A. & ZECKHAUSER, R. (2003). *The early admissions game: joining the elite*. Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press.
- BALDWIN, G. (1994). The Student as Customer: the discourse of "Quality" in higher education. *Journal of Tertiary Education Administration*, 16 (1), p. 125-133.
- BALL, S. (1993). Education Markets, Choice and Social Class: the market as a class strategy in the USA. *British Journal of Sociology of Education*, vol. 14, núm. 1.
- BALL, S., BOWE, R. & GEWIRTZ, S. (1996). School choice, social class and distinction: the realisation of social advantage in education. *Journal of Education Policy*, vol. 1.

- BARNES, B. (1983). *Practical Marketing for Schools*. Oxford: Blackwell.
- BARONDESS, J. A. & GLASER, R. J. (1993). Attitudes toward the Medical Career: Findings from the Alpha Omega Alpha Survey of College and University Undergraduates. *Academic Medicine*, 68 (5), p. 323-328.
- BEAL, G. M. & ROGERS, E. M. (1957). Informational Sources in the Adoption Process of New Fabrics. *The Adoption Process of New Fabrics*, 49 (8), p. 630-634.
- BEALES, H., MAZIS, M. B., SALOP, & STAELIN (1981). Consumer Search and Public Policy. *Journal of Consumer Research*, 8, June, p. 11-22.
- BEARDEN, W. O., NETEMEYER, R. G., *et alii*. (1989). Measurement of Consumer Susceptibility to Interpersonal Influence. *Journal of Consumer Research*, 15, March, p. 473-481.
- BELTRAN, M. (2007). La demanda de medicina crece un 25%. *La Vanguardia*. 19 juliol, p. 27.
- BECKER, G. S. (1965). Una teoría de la asignación del tiempo. *The Economic Journal*, vol. 75, núm. 299, p. 493-517.
- BELONAX, J. J. & JAVALGI, R. G. (1989). The influence of involvement and product class quality on consumer choice sets. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 17 (3 Summer), p. 209-216.
- BELLO, L., VAZQUEZ, R. & TRESPALACIOS, J. (1993). *Investigación de mercados y estrategias de marketing*. Madrid: Editorial Cívitas.
- BENEDITO, V. & *alii*. (1986). Los licenciados en Pedagogía de la Universidad de Barcelona: análisis de las salidas profesionales. Barcelona: Promociones y Publicaciones Uiversitarias.
- BIGNE, A., MOLINER, M.A., VALET, T. M. & SANCHEZ, J. (1997). Un estudio comparativo de los instrumentos de medición de la calidad de los servicios públicos. *Revista Española de Investigación de Marketing*, núm. 1, setembre, p. 33-53.
- BIUNDO, J. V. & CRITES, M. J. (1992). Student recruitment - university relations: A unique organizational paradigm. Cape Girardeau, MO, Southeast Missouri State University.
- BLOOMER, M. & HODKINSON, P. (1997). *Moving into FE: The voice of the learner*. London: Further Education Development Agency.
- BOND, J. M. & WOODALL, M. V. (1994). College/Career Centers: Counsellors successfully at work. *The Journal of College Admission* (Spring), p. 5-9.
- BOSCH, F. & DIAZ, J. (1988). *La educación en España. Una perspectiva económica*. Madrid: Ariel.
- BOWE, R., GEWIRTZ, S. & BALL, S. (1994). Captured by the Discourse? Issues and concerns in researching (parental choice). *British Journal of Sociology of Education*, vol. 15, núm. 1.
- BOYER, E. L. (1986). Smoothing the Transition from School to College. *Phi Delta Kappan*, (December), p. 283-287.

- BRAXTON, J. M. & NORDALL, R. C. (1985). Selective Liberal Arts Colleges: Higher Quality as Well as Higher Prestige? *Journal of Higher Education*, 56 (5), p. 538-554.
- BRENNAN, L. & BENNINGTON, L. (1999). Concepts in Conflict: Students and Customers. *Journal of Marketing for Higher Education*, 9 (2), p. 19-40.
- BRENNAN, L. (2001). *Prospective Students Choose Universities: A Buyer Behaviour Perspective*. [PhD thesis, Centre for the Study of Higher Education]. The University of Melbourne, Melbourne, Australia.
- BRICALL, J. M. (2000). *Universidad 2000. Informe sobre la Enseñanza Superior en España*. Madrid: CRUE.
- BROWN, S. (1996). Surfing for International Opportunities: How the Internet Shapes Student Choices. *Metropolitan Universities*, 6 (4), p. 47-56.
- BROOKER, G. & NOBLE, M. (1985). The marketing of higher education. *College and University*, 60 (3), p. 191-200.
- BROOKS, R. C. (1957). Word-of-Mouth: Advertising in Selling New Products. *The Journal of Marketing* (22), p. 154-161.
- BROOKS, R. (2004). My mum would be as pleased as punch if I actually went, but my dad seems a bit more particular about it': Paternal involvement in young people's higher education choices. *British Educational Research Journal*, 30 (4), p. 495-515.
- BRUWER, J. D. W. (1996). Marketing a public higher educational institution through target market research on its freshman applicant and enrollee pools. *SAJHE/SATHO*, 10 (2), p. 120-129.
- BUCKLEY, P. G., MAHAFFEY, T. *et al.* (1996). Educational Choices of Adult Learners. *Journal of Marketing for Higher Education*, 7 (3), P. 1-15.
- CABRERA, A. & LA NASA, S. (2000). Understanding the college-choice process. En CABRERA, A. & LA NASA, S. *Understanding the college-choice of disadvantaged students*. New Directions for Institutional Research, 107, Fall 2000. Jossey Bass Publishers, p. 5-22.
- CAETANO, G. N., (2003). *Marketing en los servicios de educación: modelos de percepción de calidad*. [memòria de Tesi Doctoral]. Universidad Complutense de Madrid, Madrid, España.
- CAMARA, D. (1994). Cuando y como utilizar el marketing de relaciones. *Harvard-Deusto Marketing & Ventas*, núm. 3, p. 12-13.
- CAÑABATE, A., (1998). *La demanda de educación superior en el sistema público catalán. Un modelo estructural de previsión de la demanda universitaria pública presencial en Cataluña*. [memòria de Tesi Doctoral]. Universitat Politècnica de Catalunya, Barcelona, España.
- CARMAN, J. M. (1973). On the Universality of Marketing. *Journal of Contemporary Business*, vol. 2, Autumn.
- CASCO, F. J. & OLIVA, A. (2005). Valores y expectativas sobre adolescentes: discrepancias entre padres, profesores, mayores y adolescentes. *Infancia y aprendizaje*, 28 (2), p. 209-220.

- CASTELLÓ, A. (1995). Modelos de inteligencia y modelos de instrucción: relaciones teóricas y funcionales. En GENOVAR, C., BELTRÁN, J & RIBAS, F. *Psicología de la Instrucción*, p. 113-146.
- CEA, F. & MORA, J. G. (1992). Análisis socioeconómico de la demanda de estudios superiores. *Estadística Española*, 34, 129, p. 61-92.
- CHADWICK, K. & WARD, J. (1987). Determinants of Consumer Satisfaction with Education: Implications for College and University Administrators. *College and University*, 62, Spring, p. 236-246.
- CHAPMAN, D. W. (1981). A Model of Student College Choice. *Journal of Higher Education*, 52 (5), p. 490-505.
- CHAPMAN, R. G. (1984). Toward a theory of college selection: A model of college search and choice behavior. *Advances in Consumer Research*, Association for Consumer Research. 13, p. 246-250.
- CHAPMAN, R. G. (1993). Non-Simultaneous Relative Importance-performance Analysis: Meta-Results from 80 College Choice Surveys with 55,276 Respondents. *Journal of Marketing for Higher Education*, 4 (1/2), p. 405-22.
- CHIAS, J. (1991). *El mercado son personas. El marketing en las empresas de servicios*. Madrid: McGraw-Hill de Management.
- CHIAS, J. (1995). *Marketing Público. Por un Gobierno y una Administración al servicio del público*. Madrid: McGraw-Hill de Management.
- CHOY, S., HORN, L., NUNEZ, A. M. & CHEN, X. (2000). Transition to college: What helps atrisk students and students whose parents did not attend college. En CABRERA, A. & LA NASA, S. *Understanding the college choice of disadvantaged students*. New Directions for Institutional Research, 107, Fall 2000. Jossey Bass Publishers, p. 45-63.
- CHRISTIE, H., MUNRO, M. & FISHER, T. (2004). Leaving university early: Exploring the difference between continuing and non-continuing students. *Studies in Higher Education*, 29 (5), p. 617-636.
- CLINTON, R. J. (1989). Factors that influence the college prospect's choice of schools: methodology, analysis and marketing implications of a recent study. *Journal of Marketing for Higher Education*, 2 (2), p. 31-45.
- COCCARI, R. L. & JAVALGI, R. G. (1995). Analysis of students' needs in selecting a college or university in a changing environment. *Journal of Marketing for Higher Education*, 6 (2), p. 27-39.
- CONNELL, R. W. (2004). Working-class parents' views of secondary education. *International Journal of Inclusive Education*, 8 (3), p. 227-239.
- CONNOR, H. & DEWSON, S. (2001). *Social class and higher education: Issues affecting decision on participation by lower social class groups*. Department for Education and Employment, Rsearch Report 267. [web en línia]. Disponible a: <<http://www.dfes.gov.uk/research/data/uploadfiles/RR267.PDF> [amb accés el 19-08-2004].
- COOK, R. W. & ZALLOCCO, R. L. (1983). Predicting University Preference and Attendance: Applied Marketing in Higher Education Administration. *Research in Higher Education*, 19 (2), p. 197-211.

- CROZIER, G. (1997). Empowering the powerful: a discussion of the interrelation of government policies and consumerism with social class factors and the impact of this upon parent interventions in their children's schooling. *British Journal of Sociology of Education*, vol. 18, n. 2.
- CULLEN, C. W. & EDGETT, S. J. (1991). The cognitive and affective dimensions of involvement in service organization selection. *Marketing thought around the world*. Dublin, European Marketing Academy, 3, p. 633-650.
- CUTLIP, S. M. (1970). Advertising Higher Education: The early years of Public Relations. *College and University Journal*, p. 21-28.
- DABHOLKAR, P. A. (1994). Incorporating choice into an attitudinal framework: Analyzing models of mental comparison processes. *Journal of Consumer Research*, 21 (1, Jun), p. 100-118.
- DAVIES, J. (2003). *A taste of further education: The meaning of 'coming to college' for a group of 14-16 year olds*. Paper presented at the BERA research student symposium, Exeter. [web en línia]. Disponible a: <http://www.ex.ac.uk/sell/tlc/docs/publications/EX_JD_PUB_CONF_09.03.doc> [amb accés el 19-08-2004].
- DAVIS-VAN ATTA, D. L. & CARRIER, S. C. (1986). Using the Institutional Research Office. *Managing College Enrollments*. D. Hossler. San Francisco, Jossey-Bass Inc., p. 73-87.
- DE MIGUEL, M. & col. (1994). *El acceso a los estudios universitarios. Análisis y seguimiento de la demanda en Asturias*. Madrid: Centro de Publicaciones del Ministerio de Educación y Ciencia.
- DE MIGUEL, M. & BLASCO, B. (1986). *Oferta-demanda de empleo para universitarios en Asturias en 1985*. ICE de la Universidad de Oviedo.
- DE RIDDER-SYMOENS, H. (1992). *A History of the University in Europe* (Vol. 1). Cambridge: Cambridge University Press.
- DEAL, T. E. (1983). High Schools without Students: Some Thoughts on the Future. *Phi Delta Kappan*, vol. 9, p. 10-13.
- DEBREU, G. (1959). *Theory of Value*. Cowles Foundation Monograph.
- DEBREU, G. (1960). Topological Methods in Cardinal Utility Theory. En ARROWS, K. J., KARLIN, S. & SUPPES, P. (Eds). *Mathematical Methods in the Social Sciences*. Stanford University Press, California.
- DEHNE, G. C. (1993). Staying Ahead of the Curve. *Trusteeship*, 1, p. 18-23.
- DEHNE, G. C. (1994). Reinventing Student Recruitment. *Trusteeship*, 2, p. 12-15.
- DEHNE, G. C. (1995). The Silver Bullet Syndrome. *Trusteeship*, november /december, p. 13-17.
- DEHNE, G. C. (1997). Coming attractions. *Trusteeship*, 5 (6), p. 24-28.
- DEL RÍO, C. (1993). La formación para la empresa: escuelas de negocios y universidades de empresa. *II Encuentro Internacional de Universidades Privadas*. Fundación Universitaria San Pablo CEU, Madrid, p. 131-138.
- DEVAL, J. (1996). *Los fines de la educación*. Madrid: Siglo Veintiuno de España Editores.

- DEVLIN, T. & KNIGHT, B. (1990). *Public Relations and Marketing in Schools*. Harrow: Longman.
- DISCENZA, R., FERGUSON, J. M. *et alii*. (1985). Marketing Higher Education: Using a Situation Analysis to Identify Prospective Student Needs in Today's Competitive Environment. *NASPA*, 22 (4), p. 18-25.
- DOLINSKY, A. L. & QUAZI, H. A. (1994). A diagnostic technique for formulating marketing strategies in higher education based on relative competitive position. *Journal of Marketing for Higher Education*, 5 (2), p. 89-101.
- DONALDSON, B. & RUNCIMAN, F. (1995). Service quality in further education: an insight into management perceptions of service quality and those of the actual provider. *Journal of Marketing Management*, 11, p. 243-256.
- DORRELL, L. D. (1992). Oh, For Lake Woebegon: Where School Choice is Not Discussed, Educational Resources Information Center.
- DOWLING, G. R. & STAELIN, R. (1994). A model of perceived risk and intended risk handling activity. *Journal of Consumer Research*, 21(1, June), p. 119-134.
- DUBOIS, B. & ROVIRA, A. (1998). *Comportamiento del consumidor* (2a ed.). Madrid: Prentice Hall.
- DUNCAN, C. P. (1982). External Search: the role of consumer beliefs. *Journal of Marketing Research*, 19, February, p. 32-43.
- DUDDY & REVZAN (1947). *Marketing and institutional approach*. Nova York: Mc Graw-Hill.
- EDGEETT, S. J. & CULLEN, C. W. (1992). Service Organisation Selection: A cross cultural analysis of the role of involvement. *European Journal of Marketing*, 27 (2), p. 33-45.
- EIGLIER, P. & LANGEARD, E. (1989). *Servucción: el marketing de servicios*. Madrid: McGraw-Hill.
- ELTON, L. (1986). Quality in Higher Education: nature and purpose. *Studies in Higher Education*, 11, 1, p. 83-84.
- ENDO, J. J. & HARPEL, R. L. (1982). The Effect of Student-Faculty Interaction on Students' Educational Outcomes. *Research in Higher Education*, 16 (2), p. 115-138.
- ENGEL, J. F., KOLLAT, D. T. & BLACKWELL, R. D. (1978). *Consumer Behavior*. Chicago: Dryden Press.
- ESCUDE, R. L. (2006). *Las universidades privadas. Su adaptación a la Ley Orgánica de Universidades*. Granada: Editorial Comares.
- ESCUDE, T. (1986). *Algunos criterios y evidencias del rendimiento Universitario*. En LATIESA, M. (comp.), p. 187-204.
- ESTEBAN, M. J. & APEL, C. J. (1992). A student's eye view of direct mail marketing. *The Journal of College Admissions*, Winter, p. 21-28.
- FERNANDEZ, A. (1997). *Investigación de Mercados: obtención de información*. Madrid: Editorial Cívitas.

- FERRER, F. (1996). *Els sistemes d'accés a la Universitat des d'una perspectiva internacional*. Barcelona: Generalitat de Catalunya. Consell Interuniversitari de Catalunya.
- FISHBEIN, M. (1963). An Investigation on Relationship Between Beliefs About an Object and the Attitude Toward the Object. *Human Relations*, vol. 16, p. 233-240.
- FORNER MARTÍNEZ, A. (2003). *Informe sobre la captación de estudiantes que realizan las universidades: acciones, información y orientación*. [web en línia]. Disponible a: <<http://www.crue.org/runae/pdf/informe%20sobre%20acciones%20de%20captacion.pdf>> [amb accés el 07-10-2007].
- FOX, K. & KOTLER, P. (1985). *Strategic marketing for educational institutions*. Londres: Prentice-Hall.
- FOXALL, G. R. (1980). Marketing models of buyer behaviour. A critical view. *European Research*, vol. 8, núm, 5, p.195.
- FUNDACIÓN BBVA (2005). *2º Estudio sobre la Juventud Universitaria Española*. Unidad de Estudios de Opinión Pública de la Fundación BBVA. [web en línia]. Disponible a: <http://w3.grupobbva.com/TLFB/dat/np_universitarios.doc> [amb accés el 10-11-2006].
- FUNDACIÓN UNIVERSITARIA SAN PABLO CEU. (1993). *2º Encuentro Internacional de Universidades Privadas*. Madrid: Fundación Universitaria San Pablo CEU.
- FURSE, D. H., PUNJ, G. N. *et al.* (1984). A typology of individual search strategies among purchasers of new automobiles. *Journal of Consumer Research*, 10 (4), p. 417-431.
- GALLIFA, J., PEDRÓ, F. & FONTAN, P. (1998). *Present i futur de la universitat. Models actuals i prospectiva de la universitat a Catalunya i a Europa*. Barcelona: Edicions Raima.
- GALLIFA, J., PEDRÓ, F. & FONTAN, P. (Editors) (2001). *Quin futur té la Universitat? Vint visions sobre la Universitat a Catalunya*. Barcelona: Edicions Proa.
- GENERALITAT DE CATALUNYA. Departament d'Universitats, Recerca i Societat de la Informació. (2006). *Guia dels estudis universitaris a Catalunya 2006-2007. Guia d'accés a la Universitat* [Prospecte]. Barcelona: Autor.
- GENERALITAT DE CATALUNYA. Consell Interuniversitari de Catalunya. (2006). *Proves d'accés a la universitat per a l'alumnat de batxillerat* [web en línia]. Disponible a: <<http://www.gencat.net/dursi/pau>> [amb accés el 07-05-2006].
- GEORGE, M. D. (1982). Assessing Program Quality. Wilson, R. (Ed.). *Designing Academic Program Review. New Directions for Higher Education*, 37, San Francisco, Jossey-Bass Publishers.
- GINER DE LOS RÍOS, F. (1990). *Escritos sobre la Universidad Española*. Madrid: Espasa Calpe.
- GONZÁLEZ TIRADOS, R. M. (1986). Un método para el análisis del fracaso escolar universitario. Estudio piloto. En LATIESA, M. (comp.): *Demanda de Educación Superior y rendimiento académico en la universidad*. Madrid: CIDE, p. 167-185.

- GRACE, J. D. (1989). A Personal Decision. *Currents*, February, p. 55-57.
- GRANDE, I. (1996). *Marketing de los servicios*. Madrid: Esic Editorial.
- GRAY, L. (1991). *Marketing Education*. Buckingham.
- GRÖNROOS, C. (1994). *Marketing y gestión de servicios*. Madrid: Díaz de Santos.
- GUERRA, C., RUEDA, E. M. & col. (2005). *Estudio longitudinal de los jóvenes en el tránsito de la enseñanza secundaria a la universidad: orientación, expectativas, toma de decisiones y acogida de los nuevos estudiantes en la Universidad*. Valladolid: Gabinete de estudios y evaluación. Universidad de Valladolid.
- HARKER, D., SLADE, P. & HARKER, M. (2001). Exploring the decision process of 'school leavers' and 'mature students' in university choice. *Journal of Marketing for Higher Education*, 11 (2), p. 1-20.
- HARRIS, T. A. (1994). Marketing for Black Alums. *Journal of College Admissions*, Summer, p. 5-11.
- HAYWOOD, K. M. (1989). Managing Word of Mouth Communications. *Journal of Services Marketing*, 3 (2), p. 55-67.
- HECKMAN, J. (1998). Internet, sales focus to affect higher education. *Marketing News*, vol. 32, 25, December, 7, p. 9.
- HENLEY, T. K. & ROGERS, J. C. (1997). Profiling Current Students to Better Predict Recruitment and Retention. *Symposium for the Marketing of Higher Education, AMA*. Chicago, IL, p. 88-96.
- HERNANDEZ ARMENTEROS, J. (1998). Financiación y actividad productiva en las actividades públicas españolas. *XVI Jornadas de Gerencia Universitaria*, Valladolid, Marzo.
- HERNANDEZ, A. & GALLEGO, J. (1986). *Análisis sociológico de la demanda educativa en el distrito universitario de Valladolid*. ICE de la Universidad de Valladolid.
- HOLLAND, J. L. (1958). Student Explanation of College Choice and their Relation to College Productivity and Sex Differences. *College and University*, 33, Autumn, p. 313-320.
- HOLLENBECK, K. (1988). A Model of Postsecondary and Adult Student Choice Behaviour. Columbus, Ohio, Ohio State University: National Center for Research in Vocational Education.
- HOSSLER, D. & FOLEY, E. M. (1995). Reducing the Noise in the College Choice Process: The Use of College Guidebooks and Ratings. *New Directions for Institutional Research*. Jossey-Bass Publishers, p. 21-30.
- HOSSLER, D. & GALLAGHER, K (1987). Studying Student College Choice: A Three - Phase Model and the Implications for Policymakers. *The Journal of the American Association of Collegiate Registrars and Admissions Officers*. Vol. 62, Spring.
- HOUSTON, M. J. (1984). The marketing of higher education: A multimarket, multiservice approach. *Advances in Consumer Research*. Association for Consumer Research. 13, p. 138-140.

- HOUSTON, M. J. & ROTHSCHILD, M. L. (1978). *Conceptual and Methodological Perspectives on Involvement*. Research Frontiers in Marketing: Dialogues and Directions 1978 Educators' Proceedings, Illinois, American Marketing Association.
- HOWARD, M. (2002). Student use of rankings in national magazines in the college decision-making process. En EdD dissertation, The University of Tennessee, Knoxville. [web en línia]. Disponible a: <<http://etd.utk.edu/2002/HowardMichelle.pdf>> [amb accés el 07-12-2005].
- HOWARD, J. A. (1989). *Consumer Behaviour in Marketing Strategy*. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice Hall.
- HOWARD, J. A. & SHETH, J. N. (1969). *The Theory of Buyer Behaviour*. New York: Wiley.
- HUGHES, J. (1994). Some likely consequences of the introduction of the Universities and Colleges Admissions Service (UCAS). *Higher Education Review*, 27 (1, Fall), p. 7-22.
- HUNT, S.D. (1976). The Nature and Scope of Marketing. *Journal of Marketing*, vol. 40, July, p. 17-28.
- INFIESTAS, A. (1986): El rendimiento académico en la Universidad. La influencia de factores extrauniversitarios. En LATIESA, M. (comp.): *Demanda de Educación Superior y rendimiento académico en la universidad*. Madrid: CIDE, p. 382-397.
- INGLEHART, M. & BROWN, D. R. (1990). Longitudinal Analysis of Admission Decisions. *Academic Medicine*, 65 (9), S3-S4.
- INSTITUT CERDÀ (2006). *Estudi d'opinió sobre la percepció social de l'educació superior a Catalunya*. [web en línia]. Disponible a: <http://www10.gencat.net/dursi/generados/catala/Departament/recurs/doc/estudi_opinio_percepcio_social_informe.pdf> [amb accés el 01-11-2007].
- INSTITUT D'ESTADISTICA DE CATALUNYA. Indicadors demogràfics. [web en línia]. Disponible a: <http://www.idescat.net/cat/poblacio/poblestructura.html>> [amb accés el 01-11-2007].
- INSTITUTE FOR EMPLOYMENT STUDIES (1999). Committee of Vice-Chancellors and principals of the Universities of the United Kingdom. Higher Education Funding Council for England. Universities and Colleges Admissions Service. *Making the right choice: How students choose universities and colleges: The Year 11/S4 survey*. London: Committee of Vice-Chancellors and Principals of the Universities of the United Kingdom. Appendix Two.
- JACKSON, G. (1986). *Workable, comprehensive models of college choice*. Final and technical report. US Department of Education.
- JAMES, R. (2001). *Understanding prospective student student decision-making in higher education and the implications for marketing strategies*. Marketing Education Conference, Sydney, 8-10 October, 7 pages.
- JAMES, R., BALDWIN, G. *et alii*. (1999). Which University? The factors influencing the choices of prospective undergraduates. Melbourne, Australia, Department of Education, Training and Youth Affairs, Centre for the Study of Higher Education, The University of Melbourne.

- JONAS, P. M. (1992). By the Seat of Your Pants. *Journal of College Admissions*, Winter, p. 12-15.
- KATZ, E. & LAZERSFELD, P. (1955). *Personal influence*. Glencoe Il, Free Press.
- KEEGAN, W. J. (1997). *Marketing Global* (5a ed.). Madrid: Prentice Hall.
- KELLARIS, J. J. & KELLARIS, W. K. J. (1988). An Exploration of the Factors Influencing Students' College Choice Decision at a Small Private College. *College and University*, 63 (2), p. 187-197.
- KELLER, K.L. (1991). Memory and evaluation effects in competitive advertising environments. *Journal of Consumer Research*, vol. 17, núm. 1, p. 463-476.
- KELLER, M. & McKEOWN, M. (1984). *Factors contributing to the pastsecondary enrollment decisions of Maryland national merit and national achievement semifinalists*. Chicago: Annual meeting of the Association of Higher Education. 29 pages.
- KERN, C. (2000). College choice influences: Urban high school students respond. *Community College Journal of Research and Practice*, 24, p. 487-494.
- KIRP, D. (2003). *Shakespeare, Einstein and the Bottom Line: the Marketing of Higher Education*. Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press.
- KLEEMANN, G. L. & RICHARDSON, R. C. J. (1985). Student Characteristics and Perceptions of University Effectiveness. *The Review of Higher Education*, 9 (1), p. 5-20.
- KOLHEDE, E. (1994). Case Study -The Student's Decision-Making Process Pertaining to Chosing a College and Selecting a Major: Implications for Marketing Business Administration Programs. *Symposium for the Marketing of Higher Education, AMA*. Chicago, IL, p. 56-65.
- KOTLER, P. (1986). *The Principles of Marketing*. Englewood: Prentice-Hall.
- KOTLER, P. (1998). *Dirección de Marketing* (8ª ed.). Madrid: Prentice Hall.
- KOTLER, P., & LEVY, S. (1969). A New From of Marketing Myopia. Rejoinder to professor Luck. *Journal of Marketing*, vol. 33, july, p. 57.
- KOTLER, P., & ZALTMAN, G. (1971). Social Marketing: An approach to planned social change. *Journal of Marketing*, vol. 35, July, p. 3-12.
- KRUGMAN, H. E. (1965). The impact of television advertising: Learning without involvement. *Public Opinion Quarterly*, 29, p. 349-356.
- KRUGMAN, H. E. (1977). Memory Without Recall Exposure without Perception. *Journal of Advertising Research*, 17 (4), p. 7-11.
- LAMBIN, J. (1997). *Marketing estratégico*. Madrid: McGraw-Hill.
- LANCASTER, K. J. (1966). A new approach to consumer theory. *The Journal of Political Economy*, vol. 74, núm. 2, p. 132-157.
- LANCASTER, K. J. (1971). *Consumer demand: A new approach*. Columbia University Press.
- LATIESA, M. (1986). Estudio longitudinal de una cohorte de alumnos de la Universidad Autónoma de Madrid. Análisis de la deserción universitaria. En LATIESA, M. (comp.): *Demanda de Educación Superior y rendimiento académico en la universidad*. Madrid: CIDE, p. 399-441.

- LAUER, L. D. (1996). Integrated Relationship Marketing in Higher Education: An Illustration, *Symposium for the Marketing of Higher Education*, AMA, Chicago, IL, p. 37.
- LE CLAIRE, K. A. (1988). University choice behaviour: A preliminary analysis. *Education and Research Perspectives*, 15 (2), p. 83-96.
- LEON, J. L. & OLABARRIA, E. (1996). *Conducta del consumidor y Marketing*. Bilbao: Ediciones Deusto.
- LICATA, J. & FRANKWICK, G. L. (1996). University marketing: a professional service organisation perspective. *Journal of Marketing for Higher Education*, 7 (1), p. 1-16.
- LILLARD, D. & GERNER, J. (1999). Getting to the ivy league: How family composition affects college choice. *Journal of Higher Education*, 70 (6), p. 706-730.
- LILLY, J., ARMITAGE, A. & THOMAS, H. (2000). *Educational choice at post-16: A study into how students determine their preferred post-16 educational provider*. Brentwood, Essex: Earlybrave Publications Ltd.
- LITTEN, L. H. (1982). Different Strokes in the Applicant Pool. *Journal of Higher Education*, 53 (4), p. 383-402.
- LITTLE, M. W., O'TOOLE, D. *et al.* (1997). The Price Differential's Impact on Retention, Recruitment, and Quality in a Public University. *Journal of Marketing for Higher Education*, 8 (2), p. 37-51.
- LLERA, F. J. & RETORTILLO, A. (Coor.). (2004). *Los españoles y la Universidad. Primera encuesta nacional sobre la imagen pública del sistema universitario español*. Madrid: Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación.
- LOOKER, D. & LOWE, G.S. (2001). *Post-secondary access and student financial aid in Canada: Current knowledge and research gaps*. [web en línia]. Disponible a: <<http://www.millenniumscholarships.ca/en/foundation/publications/pareport/cprn-bkgnd.pdf>> [amb accés el 13-09-2004].
- LOUDON, D. L. & DELLA BITTA, A. J. (2001). *Consumer Behavior: Concepts and Applications*. New Jersey: McGraw-Hill, Inc.
- LUPIÁÑEZ, F. (2005). *Información, comunicación y servicios: estado de las páginas de inicio (portales) de las universidades españolas* [trabajo de doctorado en línea]. UOC. (Trabajos de doctorado; TD05-008) [amb accés el 25/10/2005].
- LYNN, R., HAMPSON, S. L. *et alii.* (1983). Determinants of Educational achievement at 16+: Intelligence, personality home background and school. *Personality Individ. Diff.* 4 (5), p. 473-481.
- MAGUIRE, J. & LAY, R. (1981). Modeling the college choice process: Image and decision. *College and University*, 56 (2, Winter), p. 123-139.
- MAHESWARAN, D. & STERNTHAL, B. (1990). The Effects of Knowledge, Motivation, and Type of Message on Ad processing and Product Judgements. *Journal of Consumer Research*, 17, June, p. 66-73.
- MANES, J. M. (1997). *Marketing para instituciones educativas*. Buenos Aires: Granica.

- MANSKI, CH. F. & WISE, D. A. (1983). *College Choice in America*. Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press.
- MARQUEZ, M. (1998). *Latino students ' decision to attend College: Motivational factors and barriers*. Master of Social Work Thesis, University of California, Santa Barbara. 89 pages.
- MARSHALL, J. F. & DELMAN, J. M. (1984). Researching Institutional Image: The Development and Implementation of a Market Research Plan for Educational Institutions. *College and University*, 59 (4, Summer), p. 316-333.
- MARTI, R. (2003). La llei d'universitats de Catalunya. Un marc jurídic propi per a les universitats del sistema universitari català. *Coneixement i Societat. Revista d'Universitats, Recerca i Societat de la Informació*, 1r quadrimestre, p. 36-79.
- MARTIN, E. (2006). *Tender puentes. Una perspectiva para educar y convivir con los adolescentes*. Barcelona: Ediciones Octaedro.
- MARTÍNEZ, M. E., (2000). *La estrategia de marketing de las universidades privadas en España* [memòria de Tesi Doctoral]. Universidad de Alcalá, Madrid, España.
- MARTINEZ, P. & MUNDAY, F. (1998). *9,000 voices: Student persistence and drop-out in further education*. London: Further Education Development Agency.
- MASCARENHAS, O. A. J. & HIGBY, M. A. (1993). Peer, Parent, and Media Influences in Teen Apparel Shopping. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 21(1), p. 53 - 58.
- MAUTE, M. F. & FORRESTER, W. R. (1991). The effect of attribute qualities on consumer decision making: A causal model of external information search. *Journal of Economic Psychology*, 12 (4, Dec), p. 643-666.
- MAXWELL, G., COOPER, M. & BIGGS, N. (2000). *How people choose vocational education and training programs: social, educational and personal influences on aspiration*. Leabrook, SA: National Centre for Vocational Education Research. [web en línia]. Disponible a: <<http://www.ncver.edu.au/research/proj/nr8013.pdf>> [amb accés el 15-09-2004].
- McGUINITY STOD, M. & WAGNER, T. (1985). Credentialism among graduate students. *Research in higher education*, 22 (3), p. 251-272.
- McKENNA R. (1994). *Marketing de relaciones*. Buenos Aires: Ediciones Paidós.
- MICHAVILA, F. & CALVO, B. (1988). *La Universidad de hoy: propuestas para una política universitaria*. Madrid: Síntesis.
- MINISTERIO DE EDUCACIÓN Y CIENCIA (1987) *Demanda de plazas universitarias*. Madrid: Consejo de Universidades. Secretaría General.
- MINISTERIO DE EDUCACION Y CIENCIA (1989). *El actual stock de Titulados Superiores en su relación con las necesidades de desarrollo económico y social de España. Medidas de política universitaria para su ajuste*. Madrid: Consejo de Universidades, Secretaría General.

- MINISTERIO DE EDUCACION Y CIENCIA (2007). *Financiación del Sistema Universitario Español*. Madrid: Consejo de Coordinación Universitaria, Comisión de Financiación.
- MOCHIS, G. P. & MOORE, R. L. (1979). Decision making among the young: a socialization perspective. *Journal of Consumer Research*, 6 (2, Sept), p. 101-112.
- MONTULL, A. (2007). *La mobilitat dels estudiants forans en el sistema universitari català*. [Treball de recerca]. Universitat de Barcelona, Barcelona, España.
- MOORTHY, S., RATCHFORD, B. *et alii*. (1997). Consumer information search revisited: Theory and empirical analysis. *Journal of Consumer Research*, 23, March, p. 263-277.
- MORA, J. C. (1989). *La demanda de educación superior*. Madrid: Consejo de Universidades.
- MORA, J. C. (1991). *Calidad y rendimiento en las instituciones universitarias*. Madrid: Consejo de Universidades.
- MORENO, J. L. (1998). *Economía de la Educación*. Madrid: Pirámide.
- MOTES, W. H. (1988). Triadic perceptions of relative influence roles across seven college related choice decisions. *Journal of Marketing for Higher Education*, 1 (2), p. 55-69.
- MOWEN, J. C. (1990). *Consumer Behaviour*. New York: Maxwell MacMillan International Editions.
- MULLET, G. M. (1985). Product Positioning Applied to Colleges: Methodology and Results. *Journal of Professional Services Marketing*, 1 (1/2, Fall 1985, Winter 1985-1986), p. 97-133.
- MUNUERA, J. L. & RODRÍGUEZ, A. I. (2002). *Estrategias de Marketing*. Madrid: Pirámide.
- MURPHY, P. E. (1981). Consumer Buying Roles in College Choice: Parents' and Students' Perceptions. *College and University*, Winter, p. 140-150.
- MURRAY, K. B. (1991). A Test of Services Marketing Theory: Consumer Information Acquisition Activities. *Journal of Marketing*, 55, January, p. 10-25.
- MUTH, R. F. (1966). Household Production and Consumer Demand Functions. *Econometrica*, vol. 34, p. 699-708.
- NGUYEN, A. N. & TAYLOR, J. (2003). Post-high school choices: New evidence from a multinomial logit model. *Journal of Population Economics*, 16, p. 287-306.
- NICOSIA, F. (1966). *Consumer Decision Processes: Marketing and Advertising Implications*. New York: Prentice Hall International.
- OBIS, T. & RIALP, J. (1996). La elección de una universidad: el caso concreto de la Universidad Autónoma de Barcelona. *Actas VIII Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing*, Zaragoza, p. 93-111.
- O'CONNELL, B. & BIGHAM F. G. (1995). Relationship Marketing: a new way of doing business in higher education. *Symposium for the Marketing of Higher Education*, AMA, Chicago, IL, p. 184-191.

- ONO, H. (2001). Who goes to college? Features of institutional tracking in Japanese higher education. *American Journal of Education*, 109, p. 161-195.
- OROVAL, E. (1986). Resultados del análisis individualizado del rendimiento de una promoción de estudiantes de la Universidad de Barcelona. En LATIESA, M. (comp.): *Demanda de Educación Superior y rendimiento académico en la universidad*. Madrid: CIDE, p. 247-269.
- ORTEGA, E. (1977). El marketing en el sector público y en las instituciones no lucrativas. *Esic-Market*, núm. 22, gener-abril, p. 15-27.
- ORTEGA, E. (1990). *Manual de investigación comercial*. Madrid: Ediciones Pirámide.
- O'SHAUGHNESSY, J. (1989). *Por qué compra la gente*. Madrid: Díaz de Santos.
- PAREJO, J. A. & CALVO, A. (1993). Elementos fundamentales en la evaluación de profesorado universitario. *II Encuentro Internacional de Universidades Privadas. Fundación Universitaria San Pablo CEU*. Madrid, p. 407-410.
- PARK, C. W. & LEISSIG, V. P. (1981). Familiarity and its impact on Consumer Decision Biases and Heuristics. *Journal of Consumer Research*, 3, September, p. 223-230.
- PAYNE, J. W. (1976). Task Complexity and Contingent Processing in Decision Making: an information search and protocol analysis. *Organizational Behavior and Human Performance*, 16, August, p. 366-387.
- PAYNE, J. (2003). *Choice at the end of compulsory schooling: A research review*. Department for Education and Research Report, núm 414.
- PARDEY, D. (1991). *Marketing for Schools*. London: Kogan Page.
- PASCUAL, R. (2000). *Las universidades españolas ante la Europa del siglo XXI*. Bellaterra: Servei de publicacions de la Universitat Autònoma de Bellaterra.
- PERNA, L. (2000). Racial and ethnic group differences in college enrolment decisions. En CABRERA, A. & LA NASA, S. *Understanding the college choice of disadvantaged students*. New Directions for Institutional Research, 107, Fall 2000. Jossey Bass Publishers, p. 65-83.
- PIÉ, R. (2004). La universitat en el territori: reflexió històrica i consideracions sobre el cas català. *Coneixement i Societat. Revista d'Universitats, Recerca i Societat de la Informació*, 1r quadrimestre, p. 16-43.
- PRUJÀ, J. M., (2003). *La gestió i la comunicació de l'accés a les universitats de Catalunya*. [memòria de Tesi Doctoral]. UAB, Barcelona, España.
- PRUJÀ, J. M. & ESCOLÀ, M. B. (2004). *La gestió de l'accés a les unviersitats catalanes: 1988-2000*. Girona: Edicions a Petició: Documenta Universitària.
- PURCELL, J. H., GALBLE, R. K. *et alii*. (1994). Attitudes of Suburban High School Students Towards Behaviours Associated With High Achieving Peers: Development and Bibliography – 22 Validation of Their Peer Assessment Scale. *Educational and Psychological Measurement*, 54 (2), p. 383-393.
- RAHONA LOPEZ, M. (2005). La demanda de educación universitaria en España: análisis de los factores que condicionaron su crecimiento en la segunda mitad del siglo XX. *Praxis sociológica*, 9, p. 159-181.

- RAJU, P. S., LONIAL, S. C. *et alii.* (1995). Market orientation and performance in the hospital industry. *Journal of Health Care Marketing*, 15 (4), p. 34 - 41.
- RAJU, P. S., LONIAL, S. C. *et alii.* (1995). Differential effects of subjective knowledge, objective knowledge and usage experience on decision making: an exploratory investigation. *Journal of Consumer Psychology*, 4 (2), p. 153-180.
- REAY, D., DAVID, M. & BALL, S. (2001). *Making a difference?: Institutional habituses and higher education choice*. Sociological Research Online, 5 (4). [web en línia]. Disponible a: <<http://www.milleniumpartnerships.ca/en/foundation/publications/pareport/cprn-bkgnd.pdf>> [amb accés el 14-09-2004].
- RIBA, C. & CUXART, A. (2003). *Enquesta de valoració del sistema i de l'organització de l'ensenyament de la Universitat Pompeu Fabra*. Barcelona: Document no publicat.
- RICE, G. (1987). College of DuPage District 502 Educational Needs Assessment. Glen Ellyn, Illinois, The Gallop Organization.
- RICHARDSON, L. D. & STACEY, E. C. (1993). Key Attributes Affecting Students' Applications to MBA Programs. *Journal of Marketing for Higher Education*, 4 (1/2), p. 235-249.
- ROCHE, D. (1994). *A strategic relationship marketing model for educational institutions*. 7th United Kingdom Services Marketing Workshop.
- ROCHE, V. F., PETERS, L. L. *et alii.* (1987). Assessing the Attributes Which Influence Pharmacy School Selection. *American Journal of Pharmaceutical Education*, 51 (3), p. 262- 268.
- ROSENFELD, R. A. & PENG, S.S. (1980). *Postsecondary Education Plans and Choices: Review of the Literature and Design for Analysis of the Parents Data* (Information Analyses NCES-83-200). Washington DC: National Center for Educational Statistics.
- RUMMEL, A., DUSERICK, F. & BALL, D. (1996). Marketing to the University Market: Are the Students a Static Market?. *Symposium for the Marketing of Higher Education*, AMA. Chicago, IL, p. 193-196.
- SALVADOR, L. & GARCIA-VALCARCEL, A. (1989). *El rendimiento académico en la Universidad de Cantabria: abandono y retraso en los estudios*. Madrid: CIDE
- SAMUELSON, P. (1953). Consumption Theorems in Terms of Over-Compensation Rather than Indifference Comparisons. *Economica*, New Series, vol. 20, num. 77, p. 1-9.
- SAMUELSON, P. (1956). Social Indifference Curves. *Quarterly Journal of Economics*, vol. 70, num. 1, p. 1-22.
- SANDERS, N. F. (1990). Understanding Seniors' College Choices. *College Admissions*, Winter, p. 3-8.
- SAN SEGUNDO, M. J. (1999). Financiación de la enseñanza obligatoria. En *Perspectivas Económicas de la Educación*. Coordinador: Javier Ventura Blanco. Barcelona: Edicions Universitat de Barcelona.

- SANTESMASES, M. (1999). *Marketing. Conceptos y estrategias*. Madrid: Pirámide.
- SAXTON, M. K. (1998). Where do reputations come from? *Corporate Reputation Review*, 1 (4), p. 393-399.
- SCHIFFMAN, L. G. & KANUK, L. (2000). *Consumer Behavior* (7a ed.). New Jersey: Prentice Hall.
- SCHMIDT, J. B. & SPRENG, R. A. (1996). A Proposed Model of External Consumer Information Search. *Journal of the Academy of Marketing Science*, vol. 24, n. 3, p. 246-256.
- SCHORING, G. A. (1997). Relationship Marketing in the University: A case History in Process. *Symposium for the Marketing of Higher Education*, AMA, Chicago, IL, p. 35-41.
- SEKELY, W. S. & YATES, R. M. J. (1991). Multiple Positions for an Academic Institution: A Factor Analysis Approach. *Journal of Marketing for Higher Education*, 3 (2), p. 87-104.
- SEVIER, R. A. (1990). Marketing College Publications for Today's Students. *The Journal of College Admissions*, Winter, p. 23-28.
- SEVIER, R. A. (1994). Why marketing plans fail: Nine reasons student recruitment efforts break down - and how to avoid them. *Currents XX* (10, November/December), p. 48-53.
- SEVIER, R. A. (1994). Marketing College Publications for Today's Students. *The Journal of College Admissions*, Winter, p. 23-28.
- SHETH, J. N., MITTAL, B. & NEWMAN, B. (1999). *Customer Behaviour: Consumer Behaviour and Beyond*. Fort Worth Tx: The Dryden Press.
- SHOSTACK, G. L. (1977). Breaking free from product marketing. *Journal of Marketing* (April), p. 73-80.
- SHUGAN, S. M. (1980). The Cost of Thinking. *Journal of Consumer Research*, 7, September, p. 99-111.
- SIERRA, R. (1979). *Técnicas de investigación social*. Madrid: Paraninfo.
- SOLMON, L. C. (1981). A Multidimensional Approach to Quality. Stauffer, T. M. (Ed.). *Quality-Higher Education's Principal Challenge*. Whashington, American Council on Education, p. 67-74.
- ST. JOHN, E. (1991). What really influences minority attendance: Sequential analyses of the high school and beyond sophomore cohort. *Research in Higher Education*, 30 (3), p. 301-315.
- STAGE, F. & HOSSLER, D. (1989). Differences in family influences on college attendance plans for male and female ninth graders. *Research in Higher Education*, 30 (3), p. 301-315.
- STANLEY, G. & REYNOLDS, P. (1994). The relationship between students' levels of school achievement, their preferences for future enrolment and their images of universities. *Higher Education*, 27, p. 85-93.
- STANTON, W. J. (1969). *Fundamentos de Marketing*. Madrid: Ediciones del Castillo.

- STEWART, K. L. (1991). Applying a Marketing Orientation to a Higher Education Setting. *Journal Of Professional Services Marketing*, 7 (2), p.117-124.
- STITTS, K. (1995). Relationship Marketing and Lifetime Value Analysis: Strategies for Marketing Education, *Symposium fort the Marketing of Higher Education*, AMA, Chicago, IL, p. 220-226.
- STRAUMANIS, E. (1987). Positioning and Trade-Off Analysis. *New Directions for Institutional research*, 54 (Summer), p. 61-74.
- TAYLOR, E. & OLSWANG, S. G. (1997). Crossing the color line: African Americans and predominantly white universities. *College Student Journal*, 31, p. 11-18.
- TELLIS, G. J., GAETH, G. J. *et al.* (1985). The Impact of External Information and Experience on Consumer's Inference and Choice. *Marketing Communications - Theory and Research*. HOUSTON M. J. & LUTZ, R. J. Illinois, American Marketing Association, p.152-156.
- TRAYNOR, K. (1981). *A benefit analysis of higher education using multiple discriminant analysis*. American Marketing Association's Special Conference on Services Marketing, Orlando Fl, American Marketing Association.
- TROUT, J. & RIES, A. (1994). *Las 22 leyes inmutables del marketing*. Madrid: Mc Graw-Hill.
- TRISTÁ, B. (2002). Aproximación a un marketing universitario. *Revista cubana de Educación Superior*, vol. 22, núm. 1, p. 15-36
- TUMBLIN, R.S. (2002). *The College choice process of non-traditional students*. A thesis for the Master of Education Degree in Higher Education. University of Toledo.
- TYLER, D. (1998). Vocational pathways and the decline of the linear model. *Vocational Knowledge and Institutions: Changing Relationships*. Proceedings of the 6th International Conference on Post-compulsory Training, Gold Coast Queensland, p. 77-97.
- UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID (UCM). La calidad de la enseñanza y del profesorado está más valorada en la Universidad pública. *Comunidad Escolar*, núm. 671, 7 febrer.
- UNIVERSITAT ABAT OLIBA CEU (UAO). Data desconeguda. Espanya. [web en línia]. Disponible a: <<http://www.uao.es>> [amb accés el 07-12-2005].
- UNIVERSITAT AUTÒNOMA DE BARCELONA (UAB). Data desconeguda. Espanya. [web en línia]. Disponible a: <<http://www.uab.es>> [amb accés el 07-12-2005].
- UNIVERSITAT DE BARCELONA (UB). Data desconeguda. Espanya. [web en línia]. Disponible a: <<http://www.ub.es>> [amb accés el 07-12-2005].
- UNIVERSITAT DE BARCELONA (UB). Programa d'orientació UB-Secundària. [web en línia]. Disponible a: <http://www.ub.edu/futursinousestudians/activ_practiques.htm> [amb accés el 12-12-2007].
- UNIVERSITAT DE BARCELONA (2007). L'opinió dels estudiants de secundària. *La Universitat*, març, p. 35.

- UNIVERSITAT DE GIRONA (UDG). Data desconeguda. Espanya. [web en línia]. Disponible a: <<http://www.udg.edu>> [amb accés el 07-12-2005].
- UNIVERSITAT DE LLEIDA (UDL). Data desconeguda. Espanya. [web en línia]. Disponible a: <<http://www.udl.cat>> [amb accés el 07-12-2005].
- UNIVERSITAT DE VIC (UVIC). Data desconeguda. Espanya. [web en línia]. Disponible a: <<http://www.uvic.es>> [amb accés el 07-12-2005].
- UNIVERSITAT INTERNACIONAL DE CATALUNYA (UIC). Data desconeguda. Espanya. [web en línia]. Disponible a: <<http://www.unica.edu>> [amb accés el 07-12-2005].
- UNIVERSITAT POLITÈCNICA DE CATALUNYA (UPC). Data desconeguda. Espanya. [web en línia]. Disponible a: <<http://www.upc.edu>> [amb accés el 07-12-2005].
- UNIVERSITAT POLITÈCNICA DE CATALUNYA (UPC). Servei de Llengües i Terminologia. Glossari de l'espai europeu d'educació superior [web en línia]. Disponible a: <http://www.upc.edu/slt/glosEEES/perIndex.php?p_lletra=U&_idioma=1> [amb accés el 12-10-2007].
- UNIVERSITAT RAMON LLULL (URL). Data desconeguda. Espanya. Disponible a: <<http://www.url.edu>> [amb accés el 07-12-2005].
- UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI (URV). Data desconeguda. Espanya. Disponible a: <<http://www.urv.cat>> [amb accés el 07-12-2005].
- UZAWA, H. (1960). Preference and Rational Choice in the Theory of Consumption. En ARROWS, K. J., KARLIN, S. & SUPPES, P. (Eds). *Mathematical Methods in the Social Sciences*. Stanford University Press, California.
- VALIENTE, M. A. (2003). *La demanda de educación universitaria y el rendimiento privado de la educación en España*. Valladolid: Universidad de Valladolid, Secretariado de Publicaciones e Intercambio Editorial.
- VELEDA, C. (2002). *Estrategias individuales y familiares de elección de instituciones de educación superior*. Buenos Aires: IPE - UNESCO.
- VENKATESAN, M. (1966). Experimental study of consumer behavior, conformity and independence. *Journal of Marketing Research*, vol. 3, núm. 4, p. 384-387.
- VIGNERON, F. & JOHONSON, L. (1999). A review and a conceptual framework of prestige-seeking consumer behavior. *Journal of Consumer Market Research* 01-99, [web en línia]. Disponible a: <<http://www.jcmr.org/~jcmr/academic/vigneron01-99/vigneron01-99.html>>, p. 1-20.
- VILLELLA, E. F. & HU, M. (1990). College Choice as a Linking Variable Between Recruitment and Retention. *Journal of Marketing for Higher Education*, 3 (1), p. 79-88.
- WAGENAAR, T. (1987). *Changes in postsecondary educational choices: 1972 to 1980*. Contactor report. Washington, DC: Center for Educational Statistics. 180 pages.
- WEBB, M. S. (1993). Influence of Demographic Factors on the Selection of a Private Business Career College. *Journal of Marketing for Higher Education*, 4 (1), p. 205-220.

- WEB, M. S. & ALLEN, C. L. (1994). Graduate Business Students: factors that Differentiate Diverse Markets' Matriculating Decisions. *Journal of Marketing for Higher Education*, 5 (1), p. 87-107.
- WIDDOWS, R. & HILTON, P. J. (1989). Assessing the Extent to Which Students' Initial Expectations of the Higher Education Experience Are Being Met. *College and University*, 65 (1), p. 85-94.
- WIESE, M. D. (1994). College Choice Cognitive Dissonance: Managing Student/Institution Fit. *Journal of Marketing for Higher Education*, 5 (1), p. 35-47.
- VILLELLA, E. F. & HU, M. (1990). College Choice as a Linking Variable Between Recruitment and Retention. *Journal of Marketing for Higher Education*, 3 (1), p. 79-88.
- WILMSHURST, J. (1993). *Bellow-the-line Promotion*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- WING, P. & ROWSE, G. L. (1986). Coping with Competition for Students in a Period of Decline. *Planning for Higher Education*, 14 (1), p. 6-15.
- WITTHUHN, B. O. (1997). *So You Want to Go to College? 50 Questions to Ponder*. Port Orange, FL, Cornesky & Associates.
- YAVAS, U. & SHEMWELL, D. J. (1996). Graphical Representation of University Image: A correspondence Analysis. *Journal of Marketing for Higher Education*, 7 (2), p. 75-85.
- YORKE, M. (1999). *Leaving early: Undergraduate non-completion in higher education*. London: Framer Press.
- YOST, M. J. & TUCKER, S. L. (1995). Tangible Evidence in Marketing a Service: The Value of a Campus Visit in Choosing a College. *Journal of Marketing for Higher Education*, 6 (1), p. 47-67.
- ZEITHAML, V. A. (1981). *How consumer evaluation processes differ between goods and services*. American Marketing Association's Special Conference on Services Marketing, Orlando FL, American Marketing Association.
- ZEITHAML, V. A., BERRY, L. L. & PARASURAMAN, A. (1996). The Behavioral Consequences of Service Quality. *Journal of Marketing*, núm. 60, abril, p. 31-46.
- ZUBIETA, J. C. & SUSINOS, R. F. (1986): *Desigualdades de formación y rendimiento académico en las escuelas universitarias*. En LATIESA, M. (comp.): *Demanda de Educación Superior y rendimiento académico en la universidad*. Madrid: CIDE, p. 296-338.

11. FREQUÈNCIES

11.1. FACTORS DE DECISIÓ PER ESCOLLIR CENTRE

11.1.1. CONEIXEMENT DE LA UNIVERSITAT

P19_1 CONEIXEMENT DE LA UNIVERSITAT - REPUTACIÓ DE LA UNIVERSITAT	Total (2245)	INTENCIÓ D'ANAR A LA UNIVERSITAT					
		Sí (1336)	Segurament sí (422)	Encara no ho sé (218)	No (154)	Segurament no (102)	No contesta (12)
Cap influència	5,7	4,7	6,0	6,4	>12,6	6,2	0,0
Poca influència	11,0	9,4	12,6	>15,9	9,6	17,2	7,6
Alguna influència	29,2	<25,6	>35,9	>36,8	29,8	34,7	5,9
Força influència	36,1	>39,6	30,7	30,7	32,7	28,6	32,8
Molta influència	16,9	>19,7	<12,7	<10,2	15,3	13,3	26,8
No contesta	1,1	0,9	2,0	0,0	0,0	0,0	>26,9

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_1 CONEIXEMENT DE LA UNIVERSITAT - REPUTACIÓ DE LA UNIVERSITAT	Total (2245)	MODALITAT DE BATXILLERAT							
		Científic - Tecnològic (587)	Ciències Socials (571)	Ciències de la Salut (357)	Humanita ts (254)	Humanitat i Ciències Socials (185)	Científic i Ciències de la Salut (181)	Arts (94)	No contesta (16)
Cap influència	5,7	7,1	4,4	5,0	8,0	3,6	3,8	7,0	>18,5
Poca influència	11,0	13,5	9,1	10,8	10,4	12,5	8,6	8,5	25,6
Alguna influència	29,2	28,4	29,4	30,1	26,1	29,0	29,0	>43,8	4,2
Força influència	36,1	34,0	33,7	38,3	38,5	39,9	42,0	33,7	11,6
Molta influència	16,9	15,5	>22,7	14,9	15,0	14,4	15,6	<7,1	>40,0
No contesta	1,1	1,5	0,8	0,9	2,0	0,5	1,1	0,0	0,0

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_1 CONEIXEMENT DE LA UNIVERSITAT - REPUTACIÓ DE LA UNIVERSITAT	Total (2245)	TITULARITAT CENTRE	
		Públic (1392)	Privat (852)
Cap influència	5,7	6,8	<3,9
Poca influència	11,0	12,7	<8,2
Alguna influència	29,2	30,9	26,4
Força influència	36,1	34,6	38,5
Molta influència	16,9	<13,3	>22,8
No contesta	1,1	1,6	<0,2

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar en una universitat el proper curs)

P19_1 CONEIXEMENT DE LA UNIVERSITAT - REPUTACIÓ DE LA UNIVERSITAT	Total (2245)	GÈNERE	
		Home (1004)	Dona (1240)
Cap influència	5,7	>7,4	<4,3
Poca influència	11,0	12,5	9,8
Alguna influència	29,2	28,8	29,6
Força influència	36,1	33,4	38,2
Molta influència	16,9	16,9	16,9
No contesta	1,1	1,0	1,1

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_1 CONEIXEMENT DE LA UNIVERSITAT - REPUTACIÓ DE LA UNIVERSITAT	Total (2245)	DEMARCACIÓ				
		BCN capital (647)	Demarcació de Barcelona (1063)	Demarcació de Tarragona (214)	Demarcació de Girona (190)	Demarcació de Lleida (130)
Cap influència	5,7	4,2	5,1	8,8	>9,5	7,9
Poca influència	11,0	10,5	10,1	13,4	>15,9	10,1
Alguna influència	29,2	25,1	30,9	30,4	31,7	30,8
Força influència	36,1	36,8	37,7	31,5	29,7	36,1
Molta influència	16,9	>22,7	15,0	15,9	11,8	13,2
No contesta	1,1	0,7	1,3	0,0	1,4	1,9

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_1 CONEIXEMENT DE LA UNIVERSITAT - REPUTACIÓ DE LA UNIVERSITAT	Total (2245)	EXISTÈNCIA CENTRE UNIVERSITARI EN LA CIUTAT FAMILIAR		
		No (1115)	Sí (1082)	No contesta (47)
Cap influència	5,7	>7,2	4,4	0,0
Poca influència	11,0	11,2	10,7	14,6
Alguna influència	29,2	30,2	27,6	43,5
Força influència	36,1	34,6	37,9	29,0
Molta influència	16,9	15,5	18,6	12,9
No contesta	1,1	1,3	0,9	0,0

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_2 CONEIXEMENT DE LA UNIVERSITAT - QUALITAT DE L'ENSENYAMENT	Total (2247)	INTENCIÓ D'ANAR A LA UNIVERSITAT					
		Sí (1336)	Segurament sí (422)	Encara no ho sé (218)	No (157)	Segurament no (102)	No contesta (12)
Cap influència	2,8	2,8	1,9	1,9	5,4	4,8	0,0
Poca influència	3,2	<1,8	>5,1	>5,6	>6,1	4,0	0,0
Alguna influència	13,6	<10,8	15,9	>21,6	14,1	>23,5	13,5
Força influència	34,3	33,9	36,2	34,1	37,4	26,6	35,9
Molta influència	45,0	>49,7	38,7	36,8	37,1	41,2	30,4
No contesta	1,1	1,0	>2,2	0,0	0,0	0,0	>20,2

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_2 CONEIXEMENT DE LA UNIVERSITAT - QUALITAT DE L'ENSENYAMENT	Total (589)	MODALITAT DE BATXILLERAT							
		Científic - Tecnològic (571)	Ciències Socials (357)	Ciències de la Salut (254)	Humanita ts (185)	Humanitat i Ciències Socials (181)	Científic i Ciències de la Salut (94)	Arts (109)	No contesta (16)
Cap influència	2,8	3,7	1,8	3,1	2,8	0,8	2,4	>7,8	0,0
Poca influència	3,2	3,0	3,6	1,9	3,3	5,4	1,0	3,4	>19,5
Alguna influència	13,6	14,2	14,7	12,4	13,4	11,0	12,6	16,7	7,4
Força influència	34,3	37,4	35,8	32,5	32,3	31,5	31,6	26,3	40,5
Molta influència	45,0	39,9	43,3	49,4	46,2	50,8	51,4	45,9	32,7
No contesta	1,1	1,8	0,7	0,6	2,0	0,5	1,1	0,0	0,0

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_2 CONEIXEMENT DE LA UNIVERSITAT - QUALITAT DE L'ENSENYAMENT	Total (2247)	TITULARITAT CENTRE	
		Públic (1395)	Privat (852)
Cap influència	2,8	3,3	2,1
Poca influència	3,2	4,0	<1,9
Alguna influència	13,6	15,1	11,2
Força influència	34,3	34,6	33,6
Molta influència	45,0	<41,3	>51,1
No contesta	1,1	>1,7	<0,1

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_2 CONEIXEMENT DE LA UNIVERSITAT - QUALITAT DE L'ENSENYAMENT	Total (2247)	GENERE	
		Home (1007)	Dona (1240)
Cap influència	2,8	>3,9	2,0
Poca influència	3,2	3,9	2,6
Alguna influència	13,6	>16,7	<11,1
Força influència	34,3	37,3	31,8
Molta influència	45,0	<36,9	>51,6
No contesta	1,1	1,3	0,9

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_2 CONEIXEMENT DE LA UNIVERSITAT - QUALITAT DE L'ENSENYAMENT	Total (2247)	DEMARCACIÓ				
		BCN capital (647)	Demarcació de Barcelona (1065)	Demarcació de Tarragona (214)	Demarcació de Girona (190)	Demarcació de Lleida (131)
Cap influència	2,8	2,0	3,2	1,0	>6,1	2,3
Poca influència	3,2	2,5	2,7	4,5	>6,1	4,6
Alguna influència	13,6	12,5	13,0	14,9	17,8	15,5
Força influència	34,3	33,6	34,2	33,9	34,4	37,7
Molta influència	45,0	49,1	45,2	45,7	<34,1	37,9
No contesta	1,1	<0,3	1,7	0,0	1,4	1,9

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_2 CONEIXEMENT DE LA UNIVERSITAT - QUALITAT DE L'ENSENYAMENT	Total (2247)	EXISTÈNCIA CENTRE UNIVERSITARI EN LA CIUTAT FAMILIAR		
		No (1117)	Sí (1082)	No contesta (47)
Cap influència	2,8	3,1	2,7	0,0
Poca influència	3,2	>4,5	<2,0	1,6
Alguna influència	13,6	13,0	13,8	22,3
Força influència	34,3	35,0	33,0	45,1
Molta influència	45,0	43,2	47,5	31,0
No contesta	1,1	1,2	1,0	0,0

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_3 CONEIXEMENT DE LA UNIVERSITAT - AMBIENT D'ESTUDI	Total (2245)	INTENCIÓ D'ANAR A LA UNIVERSITAT					
		Sí (1336)	Segurament sí (422)	Encara no ho sé (218)	No (155)	Segurament no (102)	No contesta (12)
Cap influència	3,0	2,7	2,2	3,2	>8,8	1,9	0,0
Poca influència	6,0	6,3	6,9	4,4	4,3	6,0	0,0
Alguna influència	19,7	18,1	21,3	>26,6	16,6	23,2	28,7
Força influència	40,3	41,3	39,4	41,6	34,2	38,5	19,5
Molta influència	29,5	30,1	28,0	24,2	35,6	30,4	31,7
No contesta	1,5	1,5	2,2	0,0	0,6	0,0	>20,2

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar en una universitat el proper curs)

P19_3 CONEIXEMENT DE LA UNIVERSITAT - AMBIENT D'ESTUDI	Total (2245)	MODALITAT DE BATXILLERAT							
		Científic - Tecnològic (587)	Ciències Socials (571)	Ciències de la Salut (357)	Humanita ts (254)	Humanitat i Ciències Socials (185)	Científic i Ciències de la Salut (181)	Arts (94)	No contesta (16)
Cap influència	3,0	>4,7	2,8	3,2	1,2	0,9	2,0	4,2	6,6
Poca influència	6,0	6,3	5,8	5,5	7,6	5,5	4,0	5,7	>20,2
Alguna influència	19,7	21,3	18,6	19,1	21,5	17,8	20,4	17,6	12,8
Força influència	40,3	42,2	38,5	42,7	38,2	38,3	42,5	39,2	15,6
Molta influència	29,5	<23,6	33,8	28,5	28,0	36,3	28,9	33,4	44,8
No contesta	1,5	1,9	0,6	0,9	>3,5	1,1	2,1	0,0	0,0

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_3 CONEIXEMENT DE LA UNIVERSITAT - AMBIENT D'ESTUDI	Total (2245)	TITULARITAT CENTRE	
		Públic (1393)	Privat (852)
Cap influència	3,0	3,3	2,7
Poca influència	6,0	6,0	6,0
Alguna influència	19,7	19,0	20,9
Força influència	40,3	38,5	43,2
Molta influència	29,5	31,0	27,0
No contesta	1,5	>2,3	<0,1

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_3 CONEIXEMENT DE LA UNIVERSITAT - AMBIENT D'ESTUDI	Total (2245)	GENERE	
		Home (1005)	Dona (1240)
Cap influència	3,0	>4,6	<1,7
Poca influència	6,0	6,6	5,6
Alguna influència	19,7	21,7	18,1
Força influència	40,3	39,5	40,9
Molta influència	29,5	<26,0	32,4
No contesta	1,5	1,5	1,4

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_3 CONEIXEMENT DE LA UNIVERSITAT - AMBIENT D'ESTUDI	Total (2245)	DEMARCACIÓ				
		BCN capital (647)	Demarcació de Barcelona (1063)	Demarcació de Tarragona (214)	Demarcació de Girona (190)	Demarcació de Lleida (131)
Cap influència	3,0	2,6	2,6	3,5	>5,9	3,6
Poca influència	6,0	6,1	5,8	7,2	6,5	4,9
Alguna influència	19,7	22,1	18,2	19,2	17,9	23,7
Força influència	40,3	40,3	40,1	40,7	43,2	36,7
Molta influència	29,5	28,2	31,3	28,9	24,7	29,3
No contesta	1,5	0,7	2,0	0,5	1,8	1,9

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_3 CONEIXEMENT DE LA UNIVERSITAT - AMBIENT D'ESTUDI	Total (2245)	EXISTÈNCIA CENTRE UNIVERSITARI EN LA CIUTAT FAMILIAR		
		No (1115)	Sí (1082)	No contesta (47)
Cap influència	3,0	3,3	2,9	0,0
Poca influència	6,0	6,8	5,5	1,8
Alguna influència	19,7	19,8	18,9	>35,1
Força influència	40,3	39,4	41,1	39,7
Molta influència	29,5	29,2	30,1	23,4
No contesta	1,5	1,5	1,5	0,0

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_4 CONEIXEMENT DE LA UNIVERSITAT - VARIETAT DE TITULACIONS OFICIALS OFERTADES	Total (2243)	INTENCIO D'ANAR A LA UNIVERSITAT					
		Sí (1336)	Segurament sí (422)	Encara no ho sé (217)	No (153)	Segurament no (102)	No contesta (12)
Cap influència	7,4	7,9	6,3	4,9	9,5	7,9	5,9
Poca influència	12,8	12,9	12,9	13,0	13,7	8,6	32,2
Alguna influència	24,8	25,8	23,3	28,4	17,5	22,4	21,6
Força influència	30,3	29,7	32,7	26,6	33,2	32,8	16,6
Molta influència	23,2	22,0	23,2	27,1	26,0	28,2	3,6
No contesta	1,5	1,8	1,6	0,0	0,0	0,0	>20,2

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_4 CONEIXEMENT DE LA UNIVERSITAT - VARIETAT DE TITULACIONS OFICIALS OFERTADES	Total (2243)	MODALITAT DE BATXILLERAT							
		Científic - Tecnològic (570)	Ciències Socials (357)	Ciències de la Salut (254)	Humanita ts (185)	Humanitat i Ciències Socials (181)	Científic i Ciències de la Salut (94)	Arts (109)	No contesta (16)
Cap influència	7,4	9,4	<4,9	8,9	7,1	3,7	8,7	11,7	0,0
Poca influència	12,8	12,5	14,9	11,8	10,5	8,7	17,7	10,2	22,1
Alguna influència	24,8	26,2	26,3	22,6	22,5	27,3	24,8	17,1	24,3
Força influència	30,3	26,4	31,5	32,2	32,0	35,5	28,8	29,2	26,1
Molta influència	23,2	23,2	21,7	23,9	24,6	24,5	18,4	31,9	27,5
No contesta	1,5	2,4	0,8	0,6	>3,3	0,5	1,6	0,0	0,0

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_4 CONEIXEMENT DE LA UNIVERSITAT - VARIETAT DE TITULACIONS OFICIALS OFERTADES	Total (2243)	TITULARITAT CENTRE	
		Públic (1390)	Privat (852)
Cap influència	7,4	8,2	6,1
Poca influència	12,8	12,7	13,1
Alguna influència	24,8	24,0	26,1
Força influència	30,3	29,7	31,3
Molta influència	23,2	23,3	23,0
No contesta	1,5	>2,1	<0,4

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_4 CONEIXEMENT DE LA UNIVERSITAT - VARIETAT DE TITULACIONS OFICIALS OFERTADES	Total (2243)	GENERE	
		Home (1003)	Dona (1239)
Cap influència	7,4	>9,2	<5,3
Poca influència	12,8	14,3	10,7
Alguna influència	24,8	25,3	22,4
Força influència	30,3	26,4	31,0
Molta influència	23,2	<18,9	>24,9
No contesta	1,5	1,4	1,4

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_4 CONEIXEMENT DE LA UNIVERSITAT - VARIETAT DE TITULACIONS OFICIALS OFERTADES	Total (2243)	DEMARCACIÓ				
		BCN capital (646)	Demarcació de Barcelona (1063)	Demarcació de Tarragona (213)	Demarcació de Girona (190)	Demarcació de Lleida (130)
Cap influència	7,4	7,8	6,8	8,0	9,7	6,5
Poca influència	12,8	12,9	13,4	<7,9	13,4	15,0
Alguna influència	24,8	25,7	25,3	22,6	22,6	23,3
Força influència	30,3	31,4	28,1	33,6	34,0	31,6
Molta influència	23,2	21,6	24,5	26,8	18,2	21,7
No contesta	1,5	0,6	1,9	1,0	2,1	1,9

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_4 CONEIXEMENT DE LA UNIVERSITAT - VARIETAT DE TITULACIONS OFICIALS OFERTADES	Total (2243)	EXISTÈNCIA CENTRE UNIVERSITARI EN LA CIUTAT FAMILIAR		
		No (1113)	Sí (1082)	No contesta (47)
Cap influència	7,4	6,4	8,7	2,6
Poca influència	12,8	13,0	12,6	14,7
Alguna influència	24,8	24,5	25,2	23,5
Força influència	30,3	29,8	30,5	37,9
Molta influència	23,2	24,8	21,7	21,3
No contesta	1,5	1,6	1,3	0,0

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_5 CONEIXEMENT DE LA UNIVERSITAT - VARIETAT D'ESTUDIS ESPECIALITZATS OFERTATS (Màsters,...)	Total (2236)	INTENCIO D'ANAR A LA UNIVERSITAT					
		Sí (1334)	Segurament sí (422)	Encara no ho sé (218)	No (149)	Segurament no (101)	No contesta (12)
Cap influència	6,8	6,7	6,3	6,5	9,5	7,5	0,0
Poca influència	15,4	14,3	15,9	18,1	17,3	20,9	14,3
Alguna influència	31,2	31,4	32,7	31,0	<21,9	33,5	43,8
Força influència	29,5	30,2	30,2	26,3	32,2	21,4	16,1
Molta influència	15,3	15,2	12,6	18,2	19,1	16,8	5,6
No contesta	1,8	2,2	2,2	<0,0	0,0	0,0	>20,2

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_5 CONEIXEMENT DE LA UNIVERSITAT - VARIETAT D'ESTUDIS ESPECIALITZATS OFERTATS (Màsters,...)	Total (2236)	MODALITAT DE BATXILLERAT							
		Científic - Tecnològic (581)	Ciències Socials (569)	Ciències de la Salut (357)	Humanita ts (253)	Humanitat i Ciències Socials (185)	Científic i Ciències de la Salut (181)	Arts (94)	No contesta (16)
Cap influència	6,8	>9,6	<4,4	6,4	8,0	4,4	5,1	10,0	4,8
Poca influència	15,4	17,4	17,5	14,0	14,0	10,3	15,6	9,4	22,1
Alguna influència	31,2	30,4	29,3	34,4	27,8	35,9	34,9	29,7	21,1
Força influència	29,5	26,3	31,4	30,2	28,8	37,1	27,3	24,8	35,9
Molta influència	15,3	13,7	16,7	13,6	17,8	11,5	14,3	>26,1	16,1
No contesta	1,8	2,7	0,8	1,4	>3,7	0,8	2,8	0,0	0,0

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_5 CONEIXEMENT DE LA UNIVERSITAT - VARIETAT D'ESTUDIS ESPECIALITZATS OFERTATS (Màsters,...)	Total (2236)	TITULARITAT CENTRE	
		Públic (1384)	Privat (852)
Cap influència	6,8	7,7	5,2
Poca influència	15,4	16,5	13,7
Alguna influència	31,2	29,4	34,1
Força influència	29,5	28,2	31,5
Molta influència	15,3	15,5	15,0
No contesta	1,8	>2,6	<0,5

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_5 CONEIXEMENT DE LA UNIVERSITAT - VARIETAT D'ESTUDIS ESPECIALITZATS OFERTATS (Màsters,...)	Total (2236)	GENERE	
		Home (1000)	Dona (1236)
Cap influència	6,8	>9,5	<4,6
Poca influència	15,4	16,1	14,9
Alguna influència	31,2	32,3	30,3
Força influència	29,5	26,5	31,9
Molta influència	15,3	13,4	16,8
No contesta	1,8	2,2	1,5

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_5 CONEIXEMENT DE LA UNIVERSITAT - VARIETAT D'ESTUDIS ESPECIALITZATS OFERTATS (Màsters,...)	Total (2236)	DEMARCATIÓ				
		BCN capital (646)	Demarcació de Barcelona (1059)	Demarcació de Tarragona (213)	Demarcació de Girona (189)	Demarcació de Lleida (130)
Cap influència	6,8	5,9	6,2	7,4	>10,5	9,3
Poca influència	15,4	13,5	17,2	11,4	16,4	16,1
Alguna influència	31,2	32,1	32,4	27,7	28,7	26,0
Força influència	29,5	31,8	<26,2	>38,0	30,3	29,4
Molta influència	15,3	16,2	15,3	14,9	12,0	16,5
No contesta	1,8	<0,6	>2,7	0,5	2,2	2,7

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_5 CONEIXEMENT DE LA UNIVERSITAT - VARIETAT D'ESTUDIS ESPECIALITZATS OFERTATS (Màsters,...)	Total (2236)	EXISTÈNCIA CENTRE UNIVERSITARI EN LA CIUTAT FAMILIAR		
		No (1107)	Sí (1081)	No contesta (47)
Cap influència	6,8	7,2	6,5	3,2
Poca influència	15,4	16,7	14,2	14,1
Alguna influència	31,2	30,9	31,3	34,1
Força influència	29,5	28,3	30,9	24,9
Molta influència	15,3	15,4	15,0	19,7
No contesta	1,8	1,5	2,1	4,0

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_6 CONEIXEMENT DE LA UNIVERSITAT - ORIENTACIÓ HUMANISTA / INTEGRAL DE LA FORMACIÓ	Total (2225)	INTENCIÓ D'ANAR A LA UNIVERSITAT					
		Sí (1336)	Segurament sí (422)	Encara no ho sé (214)	No (142)	Segurament no (100)	No contesta (12)
Cap influència	14,9	14,7	<11,2	18,1	>25,7	11,7	14,3
Poca influència	19,9	20,1	19,8	20,0	16,1	23,0	13,5
Alguna influència	33,6	33,7	35,1	32,5	30,8	35,9	12,8
Força influència	21,4	21,6	19,9	21,3	19,0	26,7	39,1
Molta influència	7,0	6,4	9,0	8,1	8,4	2,7	0,0
No contesta	3,2	3,5	>5,0	<0,0	<0,0	0,0	>20,2

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_6 CONEIXEMENT DE LA UNIVERSITAT - ORIENTACIÓ HUMANISTA / INTEGRAL DE LA FORMACIÓ	Total (2225)	MODALITAT DE BATXILLERAT							
		Científic - Tecnològic (579)	Ciències Socials (566)	Ciències de la Salut (356)	Humanita ts (251)	Humanitat i Ciències Socials (185)	Científic i Ciències de la Salut (180)	Arts (93)	No contesta (16)
Cap influència	14,9	>18,7	12,8	13,2	10,4	13,0	18,4	21,6	8,3
Poca influència	19,9	22,5	19,6	22,0	<13,4	16,7	23,5	12,6	25,0
Alguna influència	33,6	34,3	36,5	35,0	29,5	29,9	33,8	25,9	25,6
Força influència	21,4	<14,5	21,2	20,1	>32,5	>31,0	16,5	>31,2	20,2
Molta influència	7,0	5,9	7,2	6,0	9,6	8,5	5,7	6,9	16,7
No contesta	3,2	4,1	2,6	3,7	4,6	0,8	2,1	1,9	4,2

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_6 CONEIXEMENT DE LA UNIVERSITAT - ORIENTACIÓ HUMANISTA / INTEGRAL DE LA FORMACIÓ	Total (2225)	TITULARITAT CENTRE	
		Públic (1376)	Privat (849)
Cap influència	14,9	15,5	14,0
Poca influència	19,9	19,4	20,6
Alguna influència	33,6	33,2	34,3
Força influència	21,4	21,0	22,1
Molta influència	7,0	7,0	7,1
No contesta	3,2	4,0	<1,9

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_6 CONEIXEMENT DE LA UNIVERSITAT - ORIENTACIÓ HUMANISTA / INTEGRAL DE LA FORMACIÓ	Total (2225)	GENERE	
		Home (998)	Dona (1227)
Cap influència	14,9	>19,2	<11,5
Poca influència	19,9	20,6	19,2
Alguna influència	33,6	33,8	33,5
Força influència	21,4	19,1	23,3
Molta influència	7,0	<5,0	>8,6
No contesta	3,2	2,4	3,9

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_6 CONEIXEMENT DE LA UNIVERSITAT - ORIENTACIÓ HUMANISTA / INTEGRAL DE LA FORMACIÓ	Total (2225)	DEMARCACIÓ				
		BCN capital (639)	Demarcació de Barcelona (1055)	Demarcació de Tarragona (212)	Demarcació de Girona (189)	Demarcació de Lleida (130)
Cap influència	14,9	13,7	15,1	13,3	19,7	15,5
Poca influència	19,9	19,0	20,8	17,9	19,5	20,3
Alguna influència	33,6	32,7	33,5	38,2	33,8	31,5
Força influència	21,4	23,9	20,7	20,8	18,6	19,7
Molta influència	7,0	8,4	6,3	7,0	4,9	8,5
No contesta	3,2	2,3	3,5	2,8	3,5	4,6

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_6 CONEIXEMENT DE LA UNIVERSITAT - ORIENTACIÓ HUMANISTA / INTEGRAL DE LA FORMACIÓ	Total (2225)	EXISTÈNCIA CENTRE UNIVERSITARI EN LA CIUTAT FAMILIAR		
		No (1101)	Sí (1076)	No contesta (47)
Cap influència	14,9	17,0	12,9	11,0
Poca influència	19,9	19,0	20,9	17,2
Alguna influència	33,6	34,2	33,0	34,5
Força influència	21,4	20,6	22,1	23,9
Molta influència	7,0	5,8	8,2	9,3
No contesta	3,2	3,4	2,9	4,0

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_7 CONEIXEMENT DE LA UNIVERSITAT - ORIENTACIÓ RELIGIOSA DE LA FORMACIÓ	Total (2234)	INTENCIO D'ANAR A LA UNIVERSITAT					
		Sí (1336)	Segurament sí (421)	Encara no ho sé (215)	No (149)	Segurament no (101)	No contesta (12)
Cap influència	65,0	66,7	64,8	62,6	59,0	59,4	40,7
Poca influència	15,2	14,3	15,6	16,3	18,0	17,5	32,4
Alguna influència	8,8	8,6	7,8	9,2	9,2	13,8	6,7
Força influència	4,2	3,7	5,0	4,8	5,2	5,4	0,0
Molta influència	4,4	4,1	3,2	6,3	>8,0	3,9	0,0
No contesta	2,4	2,5	3,6	0,7	0,6	0,0	>20,2

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_7 CONEIXEMENT DE LA UNIVERSITAT - ORIENTACIÓ RELIGIOSA DE LA FORMACIÓ	Total (2234)	MODALITAT DE BATXILLERAT							
		Científic - Tecnològic (585)	Ciències Socials (567)	Ciències de la Salut (357)	Humanita ts (253)	Humanitat i Ciències Socials (182)	Científic i Ciències de la Salut (181)	Arts (94)	No contesta (16)
Cap influència	61,9	67,1	65,9	62,2	58,5	62,6	72,2	64,9	62,2
Poca influència	14,5	12,9	15,7	17,6	18,5	18,3	10,4	11,2	22,1
Alguna influència	8,4	9,6	8,5	7,5	8,5	9,9	9,1	10,0	0,0
Força influència	4,0	3,8	3,7	5,9	3,0	4,2	4,4	6,0	4,2
Molta influència	4,2	4,0	4,7	3,6	6,9	2,8	2,5	7,0	11,5
No contesta	2,3	2,5	1,4	3,2	>4,5	2,2	1,4	0,9	0,0

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_7 CONEIXEMENT DE LA UNIVERSITAT - ORIENTACIÓ RELIGIOSA DE LA FORMACIÓ	Total (2234)	TITULARITAT CENTRE	
		Públic (1385)	Privat (849)
Cap influència	61,9	66,5	62,5
Poca influència	14,5	<13,0	>18,9
Alguna influència	8,4	7,8	10,5
Força influència	4,0	4,0	4,6
Molta influència	4,2	5,3	<2,9
No contesta	2,3	>3,5	<0,6

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_7 CONEIXEMENT DE LA UNIVERSITAT - ORIENTACIÓ RELIGIOSA DE LA FORMACIÓ	Total (2234)	GENERE	
		Home (1000)	Dona (1234)
Cap influència	61,9	65,6	64,5
Poca influència	14,5	<12,6	17,4
Alguna influència	8,4	9,5	8,2
Força influència	4,0	>6,1	<2,7
Molta influència	4,2	4,3	4,5
No contesta	2,3	1,9	2,8

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_7 CONEIXEMENT DE LA UNIVERSITAT - ORIENTACIÓ RELIGIOSA DE LA FORMACIÓ	Total (2234)	DEMARCACIÓ				
		BCN capital (643)	Demarcació de Barcelona (1059)	Demarcació de Tarragona (213)	Demarcació de Girona (188)	Demarcació de Lleida (130)
Cap influència	61,9	59,5	69,0	66,0	60,3	64,7
Poca influència	14,5	>18,8	13,6	13,1	13,6	16,7
Alguna influència	8,4	>11,4	<6,7	9,5	11,5	8,3
Força influència	4,0	4,8	3,7	4,1	5,8	3,3
Molta influència	4,2	3,7	4,6	5,0	5,1	4,5
No contesta	2,3	1,9	2,4	2,3	3,8	2,5

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_7 CONEIXEMENT DE LA UNIVERSITAT - ORIENTACIÓ RELIGIOSA DE LA FORMACIÓ	Total (2234)	EXISTÈNCIA CENTRE UNIVERSITARI EN LA CIUTAT FAMILIAR		
		No (1106)	Sí (1080)	No contesta (47)
Cap influència	61,9	67,2	63,4	50,9
Poca influència	14,5	13,3	16,7	>27,5
Alguna influència	8,4	7,7	9,8	11,8
Força influència	4,0	3,8	4,5	6,6
Molta influència	4,2	>5,8	<3,0	3,3
No contesta	2,3	2,3	2,5	0,0

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_8 CONEIXEMENT DE LA UNIVERSITAT - FACILITAT D'ACCÉS A LA UNIVERSITAT (proves, nota necessària)	Total (2224)	INTENCIÓ D'ANAR A LA UNIVERSITAT					
		Sí (1336)	Segurament sí (422)	Encara no ho sé (202)	No (152)	Segurament no (101)	No contesta (12)
Cap influència	6,0	>7,8	<3,6	<2,5	4,9	2,5	0,0
Poca influència	8,0	8,9	<3,7	>13,0	6,6	7,5	7,6
Alguna influència	18,1	18,5	15,5	23,2	17,0	15,3	17,0
Força influència	29,4	28,5	32,1	25,2	36,5	28,6	21,9
Molta influència	33,9	31,0	39,3	36,1	34,5	44,9	33,4
No contesta	4,6	5,5	5,7	<0,0	<0,6	1,2	>20,2

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_8 CONEIXEMENT DE LA UNIVERSITAT - FACILITAT D'ACCÉS A LA UNIVERSITAT (proves, nota necessària)	Total (2224)	MODALITAT DE BATXILLERAT							
		Científic - Tecnològic (584)	Ciències Socials (563)	Ciències de la Salut (355)	Humanita ts (252)	Humanitat i Ciències Socials (182)	Científic i Ciències de la Salut (180)	Arts (93)	No contesta (16)
Cap influència	6,0	>8,7	5,9	4,2	3,2	3,0	4,9	>12,7	7,4
Poca influència	8,0	9,1	7,9	5,6	7,2	7,2	10,7	9,2	16,2
Alguna influència	18,1	>21,8	15,0	21,0	13,1	19,2	15,1	17,8	28,7
Força influència	29,4	30,1	29,8	29,4	28,7	28,5	29,5	27,6	12,8
Molta influència	33,9	<27,0	37,1	36,5	38,8	36,5	35,9	26,8	30,1
No contesta	4,6	3,3	4,3	3,3	>9,0	5,6	3,9	5,9	4,8

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_8 CONEIXEMENT DE LA UNIVERSITAT - FACILITAT D'ACCÉS A LA UNIVERSITAT (proves, nota necessària)	Total (2224)	TITULARITAT CENTRE	
		Públic (1376)	Privat (847)
Cap influència	6,0	5,7	6,6
Poca influència	8,0	7,1	9,6
Alguna influència	18,1	17,6	18,9
Força influència	29,4	29,3	29,5
Molta influència	33,9	34,4	33,1
No contesta	4,6	>5,9	<2,4

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_8 CONEIXEMENT DE LA UNIVERSITAT - FACILITAT D'ACCÉS A LA UNIVERSITAT (proves, nota necessària)	Total (2224)	GENERE	
		Home (994)	Dona (1229)
Cap influència	6,0	>8,7	<3,9
Poca influència	8,0	9,0	7,3
Alguna influència	18,1	>20,9	15,8
Força influència	29,4	27,4	31,0
Molta influència	33,9	30,4	36,7
No contesta	4,6	3,6	5,3

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_8 CONEIXEMENT DE LA UNIVERSITAT - FACILITAT D'ACCÉS A LA UNIVERSITAT (proves, nota necessària)	Total (2224)	DEMARCACIÓ				
		BCN capital (638)	Demarcació de Barcelona (1056)	Demarcació de Tarragona (212)	Demarcació de Girona (188)	Demarcació de Lleida (129)
Cap influència	6,0	6,5	5,6	4,1	>10,9	3,9
Poca influència	8,0	9,2	8,3	4,3	6,4	8,3
Alguna influència	18,1	19,1	17,9	15,6	18,6	18,3
Força influència	29,4	30,5	28,6	30,1	30,8	26,5
Molta influència	33,9	31,9	33,9	>43,1	27,9	37,0
No contesta	4,6	<2,8	5,7	2,8	5,4	5,9

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_8 CONEIXEMENT DE LA UNIVERSITAT - FACILITAT D'ACCÉS A LA UNIVERSITAT (proves, nota necessària)	Total (2224)	EXISTÈNCIA CENTRE UNIVERSITARI EN LA CIUTAT FAMILIAR		
		No (1104)	Sí (1072)	No contesta (47)
Cap influència	6,0	6,4	5,9	1,8
Poca influència	8,0	8,0	7,9	11,6
Alguna influència	18,1	16,8	19,0	28,2
Força influència	29,4	29,1	29,4	35,5
Molta influència	33,9	35,2	33,1	20,4
No contesta	4,6	4,5	4,7	2,5

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_9 CONEIXEMENT DE LA UNIVERSITAT - PROJECCIÓ INTERNACIONAL DE LA UNIVERSITAT	Total (2232)	INTENCIÓ D'ANAR A LA UNIVERSITAT					
		Sí (1336)	Segurament sí (422)	Encara no ho sé (212)	No (152)	Segurament no (99)	No contesta (12)
Cap influència	6,2	5,3	7,0	9,0	8,9	6,7	0,0
Poca influència	13,6	<10,6	16,7	>20,4	18,0	18,6	11,2
Alguna influència	27,2	25,4	29,4	30,0	28,2	33,1	23,6
Força influència	31,9	34,1	29,2	29,0	26,4	32,2	12,6
Molta influència	18,2	>21,3	<13,4	<11,6	18,6	<9,5	32,4
No contesta	2,9	3,3	4,2	<0,0	<0,0	0,0	>20,2

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_9 CONEIXEMENT DE LA UNIVERSITAT - PROJECCIÓ INTERNACIONAL DE LA UNIVERSITAT	Total (2232)	MODALITAT DE BATXILLERAT							
		Científic - Tecnològic (582)	Ciències Socials (570)	Ciències de la Salut (356)	Humanita ts (252)	Humanitat i Ciències Socials (182)	Científic i Ciències de la Salut (180)	Arts (93)	No contesta (16)
Cap influència	6,2	6,5	4,2	8,0	8,5	5,2	6,2	6,5	4,8
Poca influència	13,6	14,6	14,9	<9,0	17,2	12,6	11,5	12,8	7,4
Alguna influència	27,2	25,6	28,0	28,7	25,0	24,6	30,9	29,0	30,2
Força influència	31,9	33,3	31,2	36,1	<24,6	34,3	27,7	36,9	26,3
Molta influència	18,2	16,3	19,7	15,9	20,3	21,5	20,1	13,7	27,1
No contesta	2,9	3,7	2,0	2,2	4,5	1,9	3,5	1,3	4,2

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_9 CONEIXEMENT DE LA UNIVERSITAT - PROJECCIÓ INTERNACIONAL DE LA UNIVERSITAT	Total (2232)	TITULARITAT CENTRE	
		Públic (1385)	Privat (847)
Cap influència	6,2	6,6	5,6
Poca influència	13,6	>15,5	<10,4
Alguna influència	27,2	28,1	25,5
Força influència	31,9	30,8	33,9
Molta influència	18,2	<15,3	>23,0
No contesta	2,9	3,7	<1,6

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_9 CONEIXEMENT DE LA UNIVERSITAT - PROJECCIÓ INTERNACIONAL DE LA UNIVERSITAT	Total (2232)	GENERE	
		Home (998)	Dona (1234)
Cap influència	6,2	7,3	5,4
Poca influència	13,6	14,2	13,0
Alguna influència	27,2	27,1	27,2
Força influència	31,9	31,5	32,3
Molta influència	18,2	17,8	18,6
No contesta	2,9	2,2	3,4

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_9 CONEIXEMENT DE LA UNIVERSITAT - PROJECCIÓ INTERNACIONAL DE LA UNIVERSITAT	Total (2232)	DEMARCATIÓ				
		BCN capital (642)	Demarcació de Barcelona (1059)	Demarcació de Tarragona (213)	Demarcació de Girona (189)	Demarcació de Lleida (129)
Cap influència	6,2	5,8	5,2	6,2	>12,7	7,7
Poca influència	13,6	12,4	14,5	11,7	13,6	14,6
Alguna influència	27,2	25,8	26,1	31,1	29,6	32,8
Força influència	31,9	33,7	32,0	30,6	29,9	27,4
Molta influència	18,2	20,9	18,2	19,3	<10,6	14,1
No contesta	2,9	<1,3	>4,0	1,0	3,6	3,3

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_9 CONEIXEMENT DE LA UNIVERSITAT - PROJECCIÓ INTERNACIONAL DE LA UNIVERSITAT	Total (2232)	EXISTÈNCIA CENTRE UNIVERSITARI EN LA CIUTAT FAMILIAR		
		No (1106)	Sí (1080)	No contesta (47)
Cap influència	6,2	7,3	5,4	2,5
Poca influència	13,6	14,9	12,2	13,1
Alguna influència	27,2	28,3	25,7	33,0
Força influència	31,9	29,6	34,4	30,2
Molta influència	18,2	16,9	19,6	17,1
No contesta	2,9	3,0	2,7	4,1

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

11.1.2. PROFESSORAT

P19_10 PROFESSORAT - CAPACITATS PEDAGÒGIQUES DEL PROFESSORAT	Total (2240)	INTENCIÓ D'ANAR A LA UNIVERSITAT					
		Sí (1336)	Segurament sí (422)	Encara no ho sé (216)	No (155)	Segurament no (100)	No contesta (12)
Cap influència	6,3	6,3	6,0	5,5	8,9	5,3	0,0
Poca influència	9,1	8,2	10,2	9,4	9,6	>16,3	6,7
Alguna influència	26,8	25,2	30,4	>36,0	<17,8	27,4	16,9
Força influència	33,9	33,9	36,1	31,2	32,3	31,8	34,1
Molta influència	22,5	24,4	<15,8	18,0	>31,4	19,1	38,7
No contesta	1,5	1,9	1,5	0,0	0,0	0,0	3,6

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_10 PROFESSORAT - CAPACITATS PEDAGÒGIQUES DEL PROFESSORAT	Total (2240)	MODALITAT DE BATXILLERAT							
		Científic - Tecnològic (587)	Ciències Socials (570)	Ciències de la Salut (357)	Humanita ts (253)	Humanitat i Ciències Socials (185)	Científic i Ciències de la Salut (181)	Arts (92)	No contesta (16)
Cap influència	6,3	7,8	<4,1	6,1	3,8	6,7	8,2	>13,2	6,6
Poca influència	9,1	>11,9	9,3	8,1	7,2	5,9	6,3	11,7	12,8
Alguna influència	26,8	>31,4	26,5	26,5	24,5	24,5	20,9	24,1	14,7
Força influència	33,9	<27,9	32,5	37,0	38,1	41,6	40,7	28,1	31,0
Molta influència	22,5	19,6	26,2	20,8	23,8	20,2	22,9	23,0	34,9
No contesta	1,5	1,5	1,4	1,5	2,5	1,1	1,1	0,0	0,0

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_10 PROFESSORAT - CAPACITATS PEDAGÒGIQUES DEL PROFESSORAT	Total (2240)	TITULARITAT CENTRE	
		Públic (1391)	Privat (850)
Cap influència	6,3	7,0	5,1
Poca influència	9,1	9,8	8,1
Alguna influència	26,8	27,7	25,1
Força influència	33,9	32,1	36,9
Molta influència	22,5	21,4	24,2
No contesta	1,5	2,0	<0,5

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_10 PROFESSORAT - CAPACITATS PEDAGÒGIQUES DEL PROFESSORAT	Total (2240)	GENERE	
		Home (1003)	Dona (1237)
Cap influència	6,3	>9,2	<3,9
Poca influència	9,1	10,9	7,7
Alguna influència	26,8	28,7	25,2
Força influència	33,9	30,4	36,7
Molta influència	22,5	<19,5	24,9
No contesta	1,5	1,3	1,6

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_10 PROFESSORAT - CAPACITATS PEDAGÒGIQUES DEL PROFESSORAT	Total (2240)	DEMARCATIÓ				
		BCN capital (646)	Demarcació de Barcelona (1062)	Demarcació de Tarragona (213)	Demarcació de Girona (189)	Demarcació de Lleida (131)
Cap influència	6,3	4,7	7,1	5,3	8,1	6,4
Poca influència	9,1	8,9	9,4	9,4	10,5	5,7
Alguna influència	26,8	26,1	27,7	23,3	28,5	25,4
Força influència	33,9	35,6	32,4	34,9	34,1	35,0
Molta influència	22,5	23,6	21,7	27,1	16,1	25,6
No contesta	1,5	1,1	1,7	0,0	2,7	1,9

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_10 PROFESSORAT - CAPACITATS PEDAGÒGIQUES DEL PROFESSORAT	Total (2240)	EXISTÈNCIA CENTRE UNIVERSITARI EN LA CIUTAT FAMILIAR		
		No (1113)	Sí (1081)	No contesta (47)
Cap influència	6,3	7,6	5,1	2,4
Poca influència	9,1	>11,3	<6,9	8,5
Alguna influència	26,8	26,1	27,1	35,0
Força influència	33,9	32,3	35,0	43,8
Molta influència	22,5	21,2	24,4	10,2
No contesta	1,5	1,5	1,5	0,0

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_11 PROFESSORAT - EXPERIÈNCIA PROFESSIONAL DEL PROFESSORAT	Total (2241)	INTENCIÓ D'ANAR A LA UNIVERSITAT					
		Sí (1336)	Segurament sí (422)	Encara no ho sé (216)	No (154)	Segurament no (101)	No contesta (12)
Cap influència	5,9	5,8	5,9	5,6	8,0	6,9	0,0
Poca influència	8,7	7,5	9,8	>14,3	6,9	10,5	12,6
Alguna influència	24,6	24,7	26,5	24,7	<15,2	30,2	20,5
Força influència	36,5	34,8	38,9	34,4	>46,5	40,8	7,6
Molta influència	23,1	>25,7	<17,7	21,0	23,4	<11,6	>55,7
No contesta	1,2	1,5	1,3	0,0	0,0	0,0	3,6

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_11 PROFESSORAT - EXPERIÈNCIA PROFESSIONAL DEL PROFESSORAT	Total (2241)	MODALITAT DE BATXILLERAT							
		Científic - Tecnològic (587)	Ciències Socials (569)	Ciències de la Salut (357)	Humanita ts (254)	Humanitat i Ciències Socials (185)	Científic i Ciències de la Salut (181)	Arts (92)	No contesta (16)
Cap influència	5,9	6,7	4,9	6,0	3,9	4,9	8,0	>12,3	0,0
Poca influència	8,7	8,3	9,5	8,9	7,0	7,9	9,0	9,9	19,5
Alguna influència	24,6	>29,9	21,6	25,2	27,7	17,8	18,9	24,9	14,7
Força influència	36,5	<31,5	37,0	40,4	34,3	43,9	41,0	32,4	33,5
Molta influència	23,1	22,3	25,8	19,5	23,9	24,5	22,1	20,5	32,3
No contesta	1,2	1,4	1,1	<0,0	>3,3	1,1	1,1	0,0	0,0

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_11 PROFESSORAT - EXPERIÈNCIA PROFESSIONAL DEL PROFESSORAT	Total (2241)	TITULARITAT CENTRE	
		Públic (1391)	Privat (850)
Cap influència	5,9	6,6	4,8
Poca influència	8,7	9,7	7,2
Alguna influència	24,6	25,8	22,7
Força influència	36,5	34,6	39,6
Molta influència	23,1	21,8	25,1
No contesta	1,2	1,5	0,6

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_11 PROFESSORAT - EXPERIÈNCIA PROFESSIONAL DEL PROFESSORAT	Total (2241)	GENERE	
		Home (1003)	Dona (1238)
Cap influència	5,9	>7,5	4,7
Poca influència	8,7	9,1	8,4
Alguna influència	24,6	26,8	22,8
Força influència	36,5	34,7	37,9
Molta influència	23,1	20,7	25,0
No contesta	1,2	1,2	1,2

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_11 PROFESSORAT - EXPERIÈNCIA PROFESSIONAL DEL PROFESSORAT	Total (2241)	DEMARCATIÓ				
		BCN capital (646)	Demarcació de Barcelona (1062)	Demarcació de Tarragona (213)	Demarcació de Girona (189)	Demarcació de Lleida (130)
Cap influència	5,9	5,4	5,9	6,8	7,6	5,4
Poca influència	8,7	7,8	8,9	11,7	9,3	6,5
Alguna influència	24,6	21,6	27,1	20,5	26,1	23,6
Força influència	36,5	40,1	34,0	34,1	40,2	37,3
Molta influència	23,1	24,2	22,8	26,9	<15,2	25,3
No contesta	1,2	1,0	1,4	0,0	1,6	1,9

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_11 PROFESSORAT - EXPERIÈNCIA PROFESSIONAL DEL PROFESSORAT	Total (2241)	EXISTÈNCIA CENTRE UNIVERSITARI EN LA CIUTAT FAMILIAR		
		No (1113)	Sí (1081)	No contesta (47)
Cap influència	5,9	7,4	4,6	2,4
Poca influència	8,7	9,7	7,7	8,2
Alguna influència	24,6	25,6	22,9	>40,7
Força influència	36,5	34,6	38,3	39,7
Molta influència	23,1	21,7	25,1	<9,0
No contesta	1,2	1,1	1,3	0,0

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_12 PROFESSORAT - ACCESSIBILITAT DEL PROFESSORAT PELS ALUMNES	Total (2239)	Sí (1336)	INTENCIÓ D'ANAR A LA UNIVERSITAT				
			Segurament sí (422)	Encara no ho sé (216)	No (155)	Segurament no (99)	No contesta (12)
Cap influència	5,3	5,6	5,6	2,8	4,8	6,7	0,0
Poca influència	8,4	7,7	10,0	9,7	8,4	8,0	0,0
Alguna influència	22,6	22,1	22,4	28,3	15,5	28,4	27,2
Força influència	33,8	34,9	31,3	26,2	39,0	36,8	40,3
Molta influència	28,5	27,9	28,7	33,1	32,3	20,1	28,9
No contesta	1,4	1,8	2,0	0,0	0,0	0,0	3,6

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_12 PROFESSORAT - ACCESSIBILITAT DEL PROFESSORAT PELS ALUMNES	Total (2239)	MODALITAT DE BATXILLERAT							
		Científic - Tecnològic (587)	Ciències Socials (570)	Ciències de la Salut (357)	Humanita ts (253)	Humanitat i Ciències Socials (185)	Científic i Ciències de la Salut (181)	Arts (91)	No contesta (16)
Cap influència	5,3	6,4	3,7	5,5	3,9	4,4	6,4	>11,1	0,0
Poca influència	8,4	9,5	10,2	6,5	9,3	4,5	4,8	8,1	14,7
Alguna influència	22,6	24,7	20,4	22,9	23,0	20,0	21,9	26,7	24,3
Força influència	33,8	34,0	34,4	32,2	30,0	39,7	38,9	25,0	23,0
Molta influència	28,5	<24,0	30,1	31,9	30,0	30,2	27,0	29,0	38,0
No contesta	1,4	1,3	1,2	1,1	>3,9	1,1	1,1	0,0	0,0

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_12 PROFESSORAT - ACCESSIBILITAT DEL PROFESSORAT PELS ALUMNES	Total (2239)	TITULARITAT CENTRE	
		Públic (1390)	Privat (850)
Cap influència	5,3	5,6	4,7
Poca influència	8,4	9,3	6,8
Alguna influència	22,6	24,4	19,7
Força influència	33,8	33,2	34,8
Molta influència	28,5	<25,6	>33,3
No contesta	1,4	1,9	0,7

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_12 PROFESSORAT - ACCESSIBILITAT DEL PROFESSORAT PELS ALUMNES	Total (2239)	GENERE	
		Home (1003)	Dona (1236)
Cap influència	5,3	>7,1	<3,8
Poca influència	8,4	9,5	7,4
Alguna influència	22,6	23,4	21,9
Força influència	33,8	34,9	32,9
Molta influència	28,5	<23,8	>32,4
No contesta	1,4	1,3	1,6

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_12 PROFESSORAT - ACCESSIBILITAT DEL PROFESSORAT PELS ALUMNES	Total (2239)	DEMARCACIÓ				
		BCN capital (645)	Demarcació de Barcelona (1062)	Demarcació de Tarragona (213)	Demarcació de Girona (189)	Demarcació de Lleida (131)
Cap influència	5,3	4,7	5,4	3,3	8,3	5,4
Poca influència	8,4	7,2	9,1	8,3	10,0	5,6
Alguna influència	22,6	20,5	24,4	19,6	24,2	21,1
Força influència	33,8	35,8	32,1	36,3	34,5	32,7
Molta influència	28,5	30,7	27,2	32,5	<20,8	33,3
No contesta	1,4	1,1	1,8	0,0	2,2	1,9

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_12 PROFESSORAT - ACCESSIBILITAT DEL PROFESSORAT PELS ALUMNES	Total (2239)	EXISTÈNCIA CENTRE UNIVERSITARI EN LA CIUTAT FAMILIAR		
		No (1112)	Sí (1081)	No contesta (47)
Cap influència	5,3	6,2	4,5	2,4
Poca influència	8,4	9,0	7,6	10,8
Alguna influència	22,6	22,4	22,7	23,2
Força influència	33,8	32,8	34,7	36,3
Molta influència	28,5	28,1	29,1	27,3
No contesta	1,4	1,5	1,5	0,0

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_13 PROFESSORAT - REPUTACIÓ INVESTIGADORA DEL PROFESSORAT	Total (2238)	INTENCIÓ D'ANAR A LA UNIVERSITAT					
		Sí (1336)	Segurament sí (422)	Encara no ho sé (216)	No (154)	Segurament no (99)	No contesta (12)
Cap influència	7,5	7,3	7,2	6,9	10,4	8,9	0,0
Poca influència	15,9	14,5	17,1	18,9	19,8	18,3	5,9
Alguna influència	33,6	33,4	35,7	35,1	26,4	32,8	51,4
Força influència	29,7	30,2	29,0	28,7	30,4	29,8	10,2
Molta influència	11,7	12,5	9,3	10,6	13,0	10,2	28,9
No contesta	1,6	2,0	1,8	0,0	0,0	0,0	3,6

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_13 PROFESSORAT REPUTACIÓ INVESTIGADORA DEL PROFESSORAT	Total (2238)	MODALITAT DE BATXILLERAT							
		Científic - Tecnològic (587)	Ciències Socials (569)	Ciències de la Salut (357)	Humanita ts (253)	Humanitat i Ciències Socials (185)	Científic i Ciències de la Salut (181)	Arts (92)	No contesta (15)
Cap influència	7,5	7,7	6,3	7,8	6,6	7,2	9,1	12,7	0,0
Poca influència	15,9	14,9	16,5	14,6	18,3	14,4	14,5	22,2	21,8
Alguna influència	33,6	32,7	36,8	33,6	30,7	36,7	28,5	30,4	38,5
Força influència	29,7	30,8	27,9	32,1	26,4	33,5	30,1	25,0	34,5
Molta influència	11,7	11,6	11,0	12,0	14,7	<6,6	16,4	9,7	5,2
No contesta	1,6	2,2	1,4	<0,0	>3,3	1,6	1,4	0,0	0,0

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_13 PROFESSORAT - REPUTACIÓ INVESTIGADORA DEL PROFESSORAT	Total (2238)	TITULARITAT CENTRE	
		Públic (1390)	Privat (849)
Cap influència	7,5	8,5	5,8
Poca influència	15,9	16,6	14,8
Alguna influència	33,6	33,5	33,7
Força influència	29,7	28,6	31,5
Molta influència	11,7	10,8	13,2
No contesta	1,6	1,9	1,0

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_13 PROFESSORAT - REPUTACIÓ INVESTIGADORA DEL PROFESSORAT	Total (2238)	GENERE	
		Home (1002)	Dona (1237)
Cap influència	7,5	8,8	6,4
Poca influència	15,9	15,8	16,0
Alguna influència	33,6	34,5	32,9
Força influència	29,7	27,8	31,3
Molta influència	11,7	11,7	11,7
No contesta	1,6	1,3	1,8

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_13 PROFESSORAT - REPUTACIÓ INVESTIGADORA DEL PROFESSORAT	Total (2238)	DEMARCACIÓ				
		BCN capital (644)	Demarcació de Barcelona (1062)	Demarcació de Tarragona (213)	Demarcació de Girona (189)	Demarcació de Lleida (130)
Cap influència	7,5	6,0	7,5	7,1	>11,8	9,2
Poca influència	15,9	15,9	15,9	18,4	16,3	11,3
Alguna influència	33,6	32,2	36,1	<24,3	32,0	37,8
Força influència	29,7	32,5	26,8	36,9	30,4	27,2
Molta influència	11,7	12,2	11,8	13,2	7,3	12,6
No contesta	1,6	1,3	1,9	0,0	2,2	1,9

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_13 PROFESSORAT - REPUTACIÓ INVESTIGADORA DEL PROFESSORAT	Total (2238)	EXISTÈNCIA CENTRE UNIVERSITARI EN LA CIUTAT FAMILIAR		
		No (1112)	Sí (1081)	No contesta (46)
Cap influència	7,5	8,8	6,2	5,1
Poca influència	15,9	16,7	15,1	14,8
Alguna influència	33,6	33,9	33,0	41,1
Força influència	29,7	28,2	31,2	34,5
Molta influència	11,7	10,7	13,0	4,5
No contesta	1,6	1,7	1,5	0,0

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

11.1.3. ESTUDIANTS

P19_14 ESTUDIANTS - NIVELL ACADÈMIC DELS ESTUDIANTS	Total (2243)	INTENCIÓ D'ANAR A LA UNIVERSITAT					
		Sí (1336)	Segurament sí (422)	Encara no ho sé (218)	No (155)	Segurament no (101)	No contesta (12)
Cap influència	6,9	5,8	7,3	10,3	>11,3	5,5	9,5
Poca influència	13,7	12,3	15,5	13,7	14,5	>24,1	7,6
Alguna influència	32,1	31,3	32,3	37,2	29,1	37,8	17,0
Força influència	32,6	34,2	33,2	25,8	31,9	22,9	45,8
Molta influència	13,4	14,7	10,4	13,1	13,2	9,7	16,6
No contesta	1,2	1,6	1,3	0,0	0,0	0,0	3,6

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_14 ESTUDIANTS - NIVELL ACADÈMIC DELS ESTUDIANTS	Total (2243)	MODALITAT DE BATXILLERAT							
		Científic - Tecnològic (587)	Ciències Socials (570)	Ciències de la Salut (357)	Humanita ts (254)	Humanitat i Ciències Socials (185)	Científic i Ciències de la Salut (181)	Arts (93)	No contesta (16)
Cap influència	6,9	7,1	5,7	6,6	7,8	6,4	7,8	10,3	14,7
Poca influència	13,7	15,7	13,5	10,2	13,3	14,3	14,6	16,1	0,0
Alguna influència	32,1	31,5	31,8	37,0	34,7	31,8	<23,4	29,7	31,4
Força influència	32,6	32,2	32,4	31,0	29,2	35,9	37,4	34,7	34,4
Molta influència	13,4	11,7	15,9	14,1	12,5	11,1	15,7	8,8	19,5
No contesta	1,2	1,7	0,8	1,0	2,5	0,5	1,1	0,4	0,0

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_14 ESTUDIANTS - NIVELL ACADÈMIC DELS ESTUDIANTS	Total (2243)	TITULARITAT CENTRE	
		Públic (1392)	Privat (851)
Cap influència	6,9	7,2	6,4
Poca influència	13,7	14,2	13,0
Alguna influència	32,1	33,6	29,6
Força influència	32,6	31,2	34,8
Molta influència	13,4	12,1	15,6
No contesta	1,2	1,7	0,6

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_14 ESTUDIANTS - NIVELL ACADÈMIC DELS ESTUDIANTS	Total (2243)	GENERE	
		Home (1005)	Dona (1238)
Cap influència	6,9	>9,5	<4,8
Poca influència	13,7	14,9	12,7
Alguna influència	32,1	32,1	32,1
Força influència	32,6	31,3	33,6
Molta influència	13,4	<10,7	>15,7
No contesta	1,2	1,4	1,1

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_14 ESTUDIANTS - NIVELL ACADÈMIC DELS ESTUDIANTS	Total (2243)	DEMARCACIÓ				
		BCN capital (646)	Demarcació de Barcelona (1063)	Demarcació de Tarragona (213)	Demarcació de Girona (189)	Demarcació de Lleida (131)
Cap influència	6,9	8,3	5,8	7,3	8,6	6,4
Poca influència	13,7	12,5	14,9	<8,2	15,0	16,6
Alguna influència	32,1	31,8	32,0	31,8	32,9	33,6
Força influència	32,6	32,6	33,0	34,7	30,9	27,4
Molta influència	13,4	13,7	12,9	17,4	11,1	13,4
No contesta	1,2	1,1	1,3	0,5	1,4	2,5

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_14 ESTUDIANTS - NIVELL ACADÈMIC DELS ESTUDIANTS	Total (2243)	EXISTÈNCIA CENTRE UNIVERSITARI EN LA CIUTAT FAMILIAR		
		No (1114)	Sí (1082)	No contesta (47)
Cap influència	6,9	7,0	6,8	9,2
Poca influència	13,7	13,8	13,7	11,5
Alguna influència	32,1	33,2	30,6	41,1
Força influència	32,6	31,1	34,5	22,8
Molta influència	13,4	13,7	13,1	15,4
No contesta	1,2	1,1	1,4	0,0

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_15 ESTUDIANTS - PROPORCIÓ D'APROVATS PER CURS	Total (2241)	INTENCIÓ D'ANAR A LA UNIVERSITAT					
		Sí 1336	Segurament sí 422	Encara no ho sé 217	No 154	Segurament no 101	No contesta 12
Cap influència	8,5	8,7	6,4	8,3	12,1	8,1	16,6
Poca influència	15,7	16,9	15,0	11,2	13,3	15,8	15,2
Alguna influència	28,1	28,2	31,0	30,9	<17,9	24,6	26,2
Força influència	30,9	30,4	31,8	30,0	34,9	30,3	21,8
Molta influència	15,6	14,2	14,6	19,5	21,8	21,3	0,0
No contesta	1,3	1,7	1,2	0,0	0,0	0,0	>20,2

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_15 ESTUDIANTS - PROPORCIÓ D'APROVATS PER CURS	Total (2241)	MODALITAT DE BATXILLERAT							
		Científic - Tecnològic 587	Ciències Socials 569	Ciències de la Salut 357	Humanita ts 254	Humanitat i Ciències Socials 185	Científic i Ciències de la Salut 181	Arts 93	No contesta 15
Cap influència	8,5	>11,4	6,5	9,4	5,6	5,4	8,0	11,0	19,6
Poca influència	15,7	17,7	15,4	13,8	16,0	15,6	13,3	14,9	20,9
Alguna influència	28,1	31,2	24,0	29,1	29,3	32,0	26,1	21,3	29,8
Força influència	30,9	27,3	32,8	34,1	29,3	36,1	30,1	28,6	9,1
Molta influència	15,6	<10,3	>20,5	13,6	15,9	10,4	>21,5	>23,7	20,6
No contesta	1,3	2,1	0,9	<0,0	>3,9	0,5	1,1	0,4	0,0

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_15 ESTUDIANTS - PROPORCIÓ D'APROVATS PER CURS	Total (2241)	TITULARITAT CENTRE	
		Públic 1391	Privat 851
Cap influència	8,5	9,2	7,2
Poca influència	15,7	15,9	15,3
Alguna influència	28,1	28,8	26,9
Força influència	30,9	30,2	32,0
Molta influència	15,6	14,1	18,0
No contesta	1,3	1,8	0,7

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_15 ESTUDIANTS - PROPORCIÓ D'APROVATS PER CURS	Total (2241)	GENERE	
		Home 1003	Dona 1238
Cap influència	8,5	>11,1	<6,3
Poca influència	15,7	17,4	14,2
Alguna influència	28,1	29,8	26,7
Força influència	30,9	27,5	33,6
Molta influència	15,6	<12,6	>18,0
No contesta	1,3	1,6	1,2

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_15 ESTUDIANTS - PROPORCIÓ D'APROVATS PER CURS	Total (2241)	DEMARCATIÓ				
		BCN capital 646	Demarcació de Barcelona 1063	Demarcació de Tarragona 212	Demarcació de Girona 189	Demarcació de Lleida 130
Cap influència	8,5	9,4	8,3	9,1	7,9	4,5
Poca influència	15,7	14,7	16,6	14,1	17,0	13,5
Alguna influència	28,1	27,3	28,0	26,4	34,1	26,8
Força influència	30,9	31,3	30,7	34,8	24,3	33,4
Molta influència	15,6	16,3	14,9	15,0	15,3	19,0
No contesta	1,3	1,0	1,6	0,5	1,4	2,7

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_15 ESTUDIANTS - PROPORCIÓ D'APROVATS PER CURS	Total (2241)	EXISTÈNCIA CENTRE UNIVERSITARI EN LA CIUTAT FAMILIAR		
		No 1112	Sí 1082	No contesta 47
Cap influència	8,5	8,2	8,8	6,1
Poca influència	15,7	14,9	16,5	14,7
Alguna influència	28,1	29,3	25,8	>49,8
Força influència	30,9	31,5	30,6	21,9
Molta influència	15,6	14,7	16,9	6,0
No contesta	1,3	1,4	1,3	1,7

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_16 ESTUDIANTS - GRAU DE VINCULACIÓ DELS EX-ALUMNES AMB LA UNIVERSITAT	Total (2232)	INTENCIÓ D'ANAR A LA UNIVERSITAT					
		Sí 1336	Segurament sí 422	Encara no ho sé 214	No 151	Segurament no 97	No contesta 12
Cap influència	24,0	25,1	21,7	20,5	19,7	31,9	23,3
Poca influència	27,2	27,7	28,8	22,6	27,3	23,9	23,6
Alguna influència	27,4	25,7	28,6	32,8	30,0	29,6	16,8
Força influència	15,1	15,1	14,4	14,8	19,8	12,9	10,2
Molta influència	4,7	4,3	4,7	>9,3	3,1	1,7	5,9
No contesta	1,6	2,0	1,9	0,0	0,0	0,0	>20,2

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_16 ESTUDIANTS - GRAU DE VINCULACIÓ DELS EX- ALUMNES AMB LA UNIVERSITAT	Total (2232)	MODALITAT DE BATXILLERAT							
		Científic - Tecnològic	Ciències Socials	Ciències de la Salut	Humanita ts	Humanitat i Ciències Socials	Científic i Ciències de la Salut	Arts	No contesta
Cap influència	24,0	26,6	23,3	22,8	26,0	19,3	25,1	17,6	19,7
Poca influència	27,2	26,9	26,1	27,5	25,9	31,8	27,5	31,4	12,3
Alguna influència	27,4	28,7	27,6	26,6	25,6	31,2	26,0	18,4	37,4
Força influència	15,1	<11,9	16,0	18,9	15,9	10,7	13,9	>25,5	12,8
Molta influència	4,7	3,7	5,5	3,6	3,1	6,3	6,4	6,7	12,5
No contesta	1,6	2,2	1,5	0,5	>3,5	0,7	1,1	0,5	5,2

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_16 ESTUDIANTS - GRAU DE VINCULACIÓ DELS EX-ALUMNES AMB LA UNIVERSITAT	Total (2232)	TITULARITAT CENTRE	
		Públic	Privat
Cap influència	24,0	24,2	23,5
Poca influència	27,2	26,4	28,5
Alguna influència	27,4	26,1	29,4
Força influència	15,1	16,4	13,0
Molta influència	4,7	4,7	4,7
No contesta	1,6	2,1	0,8

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_16 ESTUDIANTS - GRAU DE VINCULACIÓ DELS EX-ALUMNES AMB LA UNIVERSITAT	Total (2232)	GENERE	
		Home	Dona
Cap influència	24,0	26,8	21,6
Poca influència	27,2	27,7	26,8
Alguna influència	27,4	27,5	27,2
Força influència	15,1	<11,7	>17,9
Molta influència	4,7	4,3	5,0
No contesta	1,6	1,9	1,4

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_16 ESTUDIANTS - GRAU DE VINCULACIÓ DELS EX-ALUMNES AMB LA UNIVERSITAT	Total (2232)	DEMARCACIÓ				
		BCN capital	Demarcació de Barcelona	Demarcació de Tarragona	Demarcació de Girona	Demarcació de Lleida
Cap influència	24,0	24,1	23,8	25,9	24,6	20,2
Poca influència	27,2	28,8	28,6	20,9	22,9	25,0
Alguna influència	27,4	27,5	27,0	27,4	27,9	28,0
Força influència	15,1	14,2	14,6	17,7	17,0	17,5
Molta influència	4,7	4,1	4,3	7,0	4,9	6,7
No contesta	1,6	1,1	1,8	1,0	2,7	2,7

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_16 ESTUDIANTS - GRAU DE VINCULACIÓ DELS EX-ALUMNES AMB LA UNIVERSITAT	Total (2232)	EXISTÈNCIA CENTRE UNIVERSITARI EN LA CIUTAT FAMILIAR		
		No	Sí	No contesta
		1106	1080	46
Cap influència	24,0	24,8	23,4	14,8
Poca influència	27,2	26,9	27,6	26,7
Alguna influència	27,4	26,1	28,2	38,3
Força influència	15,1	15,7	14,7	11,5
Molta influència	4,7	4,6	4,6	8,7
No contesta	1,6	1,9	1,5	0,0

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

11.1.4. METODOLOGIA

P19_17 METODOLOGIA - ORIENTACIÓ PRÀCTICA DELS ESTUDIS	Total (2236)	INTENCIÓ D'ANAR A LA UNIVERSITAT					
		Sí	Segurament sí	Encara no ho sé	No	Segurament no	No contesta
		1336	422	214	154	98	12
Cap influència	4,2	4,3	4,0	3,0	5,9	2,6	0,0
Poca influència	5,8	<4,4	>8,4	6,0	7,7	8,6	9,2
Alguna influència	23,3	21,1	23,7	>31,6	29,1	26,1	11,2
Força influència	38,4	40,0	39,7	31,6	34,3	34,0	14,3
Molta influència	27,0	28,3	22,8	27,6	23,1	28,7	45,0
No contesta	1,4	1,8	1,3	0,3	0,0	0,0	>20,2

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_17 METODOLOGIA - ORIENTACIÓ PRÀCTICA DELS ESTUDIS	Total (2236)	MODALITAT DE BATXILLERAT							
		Científic - Tecnològic	Ciències Socials	Ciències de la Salut	Humanitats	Humanitat i Ciències Socials	Científic i Ciències de la Salut	Arts	No contesta
		585	569	356	253	185	181	91	16
Cap influència	4,2	4,6	3,9	5,0	4,4	<0,6	4,4	6,8	0,0
Poca influència	5,8	5,5	5,8	6,7	5,6	3,9	4,1	8,5	>17,6
Alguna influència	23,3	26,6	22,6	18,9	18,8	>30,7	21,4	27,1	15,6
Força influència	38,4	40,6	37,2	38,9	40,6	37,0	36,8	28,6	38,2
Molta influència	27,0	<20,9	29,7	30,3	26,7	27,4	31,7	26,9	23,8
No contesta	1,4	1,9	0,7	0,2	>3,8	0,5	1,6	2,1	4,8

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_17 METODOLOGIA - ORIENTACIÓ PRÀCTICA DELS ESTUDIS	Total (2236)	TITULARITAT CENTRE	
		Públic	Privat
		1387	849
Cap influència	4,2	4,7	3,2
Poca influència	5,8	5,9	5,5
Alguna influència	23,3	24,5	21,3
Força influència	38,4	38,5	38,2
Molta influència	27,0	24,3	>31,2
No contesta	1,4	2,1	<0,4

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_17 METODOLOGIA - ORIENTACIÓ PRÀCTICA DELS ESTUDIS	Total (2236)	GENERE	
		Home 1002	Dona 1234
Cap influència	4,2	5,3	3,2
Poca influència	5,8	6,9	4,8
Alguna influència	23,3	>27,6	<19,8
Força influència	38,4	36,6	39,8
Molta influència	27,0	<22,0	>31,0
No contesta	1,4	1,6	1,3

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_17 METODOLOGIA - ORIENTACIÓ PRÀCTICA DELS ESTUDIS	Total (2236)	DEMARCACIÓ				
		BCN capital 646	Demarcació de Barcelona 1058	Demarcació de Tarragona 213	Demarcació de Girona 189	Demarcació de Lleida 130
Cap influència	4,2	3,1	4,4	4,8	7,0	1,9
Poca influència	5,8	6,7	4,9	4,8	7,2	7,4
Alguna influència	23,3	22,4	22,6	28,0	25,0	23,7
Força influència	38,4	37,7	38,9	38,7	39,9	34,6
Molta influència	27,0	29,5	27,4	22,6	<18,4	30,1
No contesta	1,4	0,6	1,8	1,0	2,4	2,3

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_17 METODOLOGIA - ORIENTACIÓ PRÀCTICA DELS ESTUDIS	Total (2236)	EXISTÈNCIA CENTRE UNIVERSITARI EN LA CIUTAT FAMILIAR		
		No 1107	Sí 1082	No contesta 47
Cap influència	4,2	>5,6	<2,9	0,0
Poca influència	5,8	6,0	5,5	4,5
Alguna influència	23,3	22,6	23,2	>42,5
Força influència	38,4	38,4	38,2	41,0
Molta influència	27,0	25,8	28,8	<12,0
No contesta	1,4	1,6	1,3	0,0

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_18 METODOLOGIA - NOMBRE D'ALUMNES PER CLASSES	Total (2236)	INTENCIÓ D'ANAR A LA UNIVERSITAT					
		Sí 1336	Segurament sí 422	Encara no ho sé 215	No 154	Segurament no 97	No contesta 12
Cap influència	10,6	10,2	10,1	9,3	>16,1	11,6	16,6
Poca influència	17,1	15,4	>21,5	17,5	20,2	15,3	18,8
Alguna influència	32,2	31,8	28,7	34,1	37,4	39,6	31,3
Força influència	26,0	26,8	26,4	26,1	20,4	23,5	13,2
Molta influència	12,7	14,2	11,4	13,0	<6,0	9,9	0,0
No contesta	1,4	1,6	1,8	0,0	0,0	0,0	>20,2

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_18 METODOLOGIA - NOMBRE D'ALUMNES PER CLASES	Total (2236)	MODALITAT DE BATXILLERAT							
		Científic - Tecnològic	Ciències Socials	Ciències de la Salut	Humanita ts	Humanitat i Ciències Socials	Científic i Ciències de la Salut	Arts	No contesta
		585	568	357	253	185	181	91	15
Cap influència	10,6	11,0	9,2	9,8	13,9	12,0	8,5	10,4	21,6
Poca influència	17,1	17,6	17,2	19,9	14,3	17,7	11,4	18,7	24,6
Alguna influència	32,2	>37,4	31,8	30,4	31,0	<21,6	31,1	34,6	31,0
Força influència	26,0	22,6	26,4	29,7	26,6	29,2	27,8	23,7	<0,0
Molta influència	12,7	<9,8	14,8	9,5	10,5	>19,1	>19,5	10,5	17,6
No contesta	1,4	1,6	0,6	0,5	>3,9	0,5	1,6	2,1	5,2

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_18 METODOLOGIA - NOMBRE D'ALUMNES PER CLASES	Total (2236)	TITULARITAT CENTRE	
		Públic 1386	Privat 849
Cap influència	10,6	>12,4	<7,7
Poca influència	17,1	17,3	16,7
Alguna influència	32,2	31,6	33,1
Força influència	26,0	25,1	27,5
Molta influència	12,7	11,4	14,9
No contesta	1,4	>2,1	<0,2

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_18 METODOLOGIA - NOMBRE D'ALUMNES PER CLASES	Total (2236)	GENERE	
		Home 1002	Dona 1234
Cap influència	10,6	12,3	9,2
Poca influència	17,1	17,3	16,9
Alguna influència	32,2	34,6	30,2
Força influència	26,0	24,6	27,1
Molta influència	12,7	<9,8	>15,1
No contesta	1,4	1,3	1,5

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_18 METODOLOGIA - NOMBRE D'ALUMNES PER CLASES	Total (2236)	DEMARCACIÓ				
		BCN capital 645	Demarcació de Barcelona 1059	Demarcació de Tarragona 212	Demarcació de Girona 189	Demarcació de Lleida 130
Cap influència	10,6	10,3	10,6	7,1	>15,3	10,5
Poca influència	17,1	17,6	17,2	16,3	17,3	14,9
Alguna influència	32,2	35,6	32,5	26,5	27,1	28,6
Força influència	26,0	23,2	25,8	>33,4	27,6	27,5
Molta influència	12,7	13,0	11,8	15,7	11,1	16,9
No contesta	1,4	<0,3	>2,1	1,0	1,4	1,6

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_18 METODOLOGIA - NOMBRE D'ALUMNES PER CLASSES	Total (2236)	EXISTÈNCIA CENTRE UNIVERSITARI EN LA CIUTAT FAMILIAR		
		No	Sí	No contesta
		1108	1082	46
Cap influència	10,6	11,6	9,5	13,2
Poca influència	17,1	16,6	17,2	26,6
Alguna influència	32,2	30,5	33,9	30,2
Força influència	26,0	26,9	25,6	15,8
Molta influència	12,7	12,8	12,7	12,4
No contesta	1,4	1,7	1,0	1,7

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_19 METODOLOGIA - LLENGUA D'IMPARTICIÓ DE LES CLASSES	Total (2231)	INTENCIÓ D'ANAR A LA UNIVERSITAT					
		Sí	Segurament sí	Encara no ho sé	No	Segurament no	No contesta
		1336	422	214	151	97	12
Cap influència	13,0	14,1	<9,2	13,4	17,2	7,4	5,9
Poca influència	15,4	16,0	15,9	13,7	12,9	10,0	27,1
Alguna influència	24,7	22,3	25,3	30,6	27,7	>39,2	0,0
Força influència	24,3	25,4	23,8	19,9	24,8	21,1	14,3
Molta influència	21,3	20,5	24,0	22,1	17,4	22,2	32,5
No contesta	1,4	1,6	1,8	0,3	0,0	0,0	>20,2

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_19 METODOLOGIA - LLENGUA D'IMPARTICIÓ DE LES CLASSES	Total (2231)	MODALITAT DE BATXILLERAT							
		Científic - Tecnològic	Ciències Socials	Ciències de la Salut	Humanita ts	Humanitat i Ciències Socials	Científic i Ciències de la Salut	Arts	No contesta
		582	567	357	253	185	181	91	15
Cap influència	13,0	14,3	13,3	12,8	13,3	8,9	11,8	12,4	20,3
Poca influència	15,4	16,7	12,6	14,5	18,1	14,1	16,6	16,7	>35,8
Alguna influència	24,7	22,7	25,9	28,1	21,0	25,9	24,4	26,5	12,3
Força influència	24,3	24,0	25,3	24,9	23,9	23,6	24,4	22,8	7,9
Molta influència	21,3	20,7	22,0	19,1	19,9	27,1	21,8	19,5	18,4
No contesta	1,4	1,6	0,9	0,5	>3,8	0,5	1,1	2,1	5,2

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_19 METODOLOGIA - LLENGUA D'IMPARTICIÓ DE LES CLASSES	Total (2231)	TITULARITAT CENTRE	
		Públic	Privat
		1382	849
Cap influència	13,0	13,3	12,5
Poca influència	15,4	15,0	16,0
Alguna influència	24,7	24,3	25,3
Força influència	24,3	23,4	25,7
Molta influència	21,3	21,9	20,2
No contesta	1,4	>2,2	<0,2

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_19 METODOLOGIA - LENGUA D'IMPARTICIÓ DE LES CLASSES	Total (2231)	GENERE	
		Home	Dona
		999	1233
Cap influència	13,0	14,0	12,2
Poca influència	15,4	14,2	16,4
Alguna influència	24,7	25,2	24,3
Força influència	24,3	23,6	24,8
Molta influència	21,3	21,5	21,0
No contesta	1,4	1,5	1,4

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_19 METODOLOGIA - LENGUA D'IMPARTICIÓ DE LES CLASSES	Total (2231)	DEMARCATIÓ				
		BCN capital	Demarcació de Barcelona	Demarcació de Tarragona	Demarcació de Girona	Demarcació de Lleida
		644	1056	213	189	130
Cap influència	13,0	15,0	12,2	11,0	14,7	10,8
Poca influència	15,4	>19,3	14,0	13,2	13,4	13,7
Alguna influència	24,7	24,9	25,6	24,1	21,0	22,4
Força influència	24,3	21,6	24,1	28,6	27,3	27,4
Molta influència	21,3	18,7	22,2	22,5	21,5	24,2
No contesta	1,4	<0,5	2,1	0,5	2,2	1,6

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_19 METODOLOGIA - LENGUA D'IMPARTICIÓ DE LES CLASSES	Total (2231)	EXISTÈNCIA CENTRE UNIVERSITARI EN LA CIUTAT FAMILIAR		
		No	Sí	No contesta
		1106	1080	46
Cap influència	13,0	12,7	13,2	14,9
Poca influència	15,4	15,8	14,6	23,3
Alguna influència	24,7	24,4	25,0	23,6
Força influència	24,3	24,8	23,7	25,8
Molta influència	21,3	20,6	22,3	12,4
No contesta	1,4	1,8	1,2	0,0

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

11.1.5. BORSA DE TREBALL

P19_20 BORSA DE TREBALL - EFICÀCIA DE LA BORSA DE TREBALL	Total (2236)	INTENCIÓ D'ANAR A LA UNIVERSITAT					
		Sí	Segurament sí	Encara no ho sé	No	Segurament no	No contesta
		1336	421	216	154	96	12
Cap influència	10,5	10,1	11,3	9,8	13,9	9,7	7,6
Poca influència	14,3	13,0	17,4	14,7	17,9	13,8	0,0
Alguna influència	22,4	22,1	18,7	25,0	23,8	>34,8	18,4
Força influència	24,7	23,9	25,3	28,0	25,1	26,4	14,3
Molta influència	26,1	28,4	25,3	22,6	19,1	<15,3	32,7
No contesta	2,0	2,4	2,0	<0,0	0,3	0,0	>26,9

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_20 BORSA DE TREBALL – EFICÀCIA DE LA BORSA DE TREBALL	Total (2236)	MODALITAT DE BATXILLERAT							
		Científic - Tecnològic	Ciències Socials	Ciències de la Salut	Humanita ts	Humanitat i Ciències Socials	Científic i Ciències de la Salut	Arts	No contesta
Cap influència	10,5	10,1	8,9	12,1	13,6	6,8	11,8	13,7	9,5
Poca influència	14,3	12,4	12,7	15,4	>21,7	9,4	13,5	18,9	>43,5
Alguna influència	22,4	23,8	<17,4	24,9	23,1	25,6	24,9	22,1	11,6
Força influència	24,7	27,1	24,7	27,0	<15,1	30,1	26,7	15,4	11,6
Molta influència	26,1	23,9	>34,7	<19,1	23,9	27,0	21,5	27,8	23,8
No contesta	2,0	2,8	1,6	1,4	2,6	1,1	1,7	2,1	0,0

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_20 BORSA DE TREBALL - EFICÀCIA DE LA BORSA DE TREBALL	Total (2236)	TITULARITAT CENTRE	
		Públic	Privat
Cap influència	10,5	12,0	<8,1
Poca influència	14,3	15,2	12,9
Alguna influència	22,4	23,4	20,7
Força influència	24,7	24,3	25,5
Molta influència	26,1	<22,7	>31,7
No contesta	2,0	2,5	1,2

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_20 BORSA DE TREBALL - EFICÀCIA DE LA BORSA DE TREBALL	Total (2236)	GENERE	
		Home	Dona
Cap influència	10,5	11,0	10,2
Poca influència	14,3	14,5	14,1
Alguna influència	22,4	23,6	21,4
Força influència	24,7	26,3	23,4
Molta influència	26,1	<22,7	28,8
No contesta	2,0	1,8	2,1

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_20 BORSA DE TREBALL - EFICÀCIA DE LA BORSA DE TREBALL	Total (2236)	DEMARCACIÓ				
		BCN capital	Demarcació de Barcelona	Demarcació de Tarragona	Demarcació de Girona	Demarcació de Lleida
Cap influència	10,5	10,9	9,8	10,0	13,9	10,5
Poca influència	14,3	11,9	15,0	18,1	14,9	13,2
Alguna influència	22,4	19,3	23,2	20,3	26,5	28,0
Força influència	24,7	26,5	23,5	25,1	26,7	22,1
Molta influència	26,1	>30,2	26,0	25,6	<15,4	23,3
No contesta	2,0	1,1	2,5	0,8	2,5	2,9

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_20 BORSA DE TREBALL - EFICÀCIA DE LA BORSA DE TREBALL	Total (2236)	EXISTÈNCIA CENTRE UNIVERSITARI EN LA CIUTAT FAMILIAR		
		No	Sí	No contesta
		1109	1080	47
Cap influència	10,5	11,1	10,0	9,2
Poca influència	14,3	15,3	13,2	17,7
Alguna influència	22,4	22,9	21,1	>38,4
Força influència	24,7	24,0	26,0	11,6
Molta influència	26,1	24,7	27,9	16,5
No contesta	2,0	1,9	1,9	>6,6

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar en una universitat el proper curs)

P19_21 BORSA DE TREBALL - PROPORCIÓ DE GRADUATS INSERITS EL PRIMER ANY	Total (2234)	INTENCIÓ D'ANAR A LA UNIVERSITAT					
		Sí	Segurament sí	Encara no ho sé	No	Segurament no	No contesta
		1336	421	216	153	96	12
Cap influència	11,0	11,1	9,7	10,2	15,1	9,6	13,5
Poca influència	13,4	12,2	>16,9	12,8	14,1	14,6	7,6
Alguna influència	30,7	29,5	30,1	36,0	29,9	37,6	36,1
Força influència	24,9	25,4	24,6	22,7	25,7	23,4	6,7
Molta influència	17,5	18,8	14,8	17,5	15,2	14,8	15,8
No contesta	2,7	3,0	3,8	0,9	<0,0	0,0	>20,2

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_21 BORSA DE TREBALL - PROPORCIÓ DE GRADUATS INSERITS EL PRIMER ANY	Total (2234)	MODALITAT DE BATXILLERAT							
		Científic - Tecnològic	Ciències Socials	Ciències de la Salut	Humanita ts	Humanitat i Ciències Socials	Científic i Ciències de la Salut	Arts	No contesta
		586	567	357	252	185	180	91	16
Cap influència	11,0	11,0	9,5	13,0	14,9	8,1	7,4	14,5	5,5
Poca influència	13,4	11,9	13,6	13,2	16,6	9,7	14,0	16,1	29,0
Alguna influència	30,7	33,3	28,1	31,1	31,4	34,6	29,4	23,2	18,2
Força influència	24,9	24,8	23,4	27,1	<18,1	31,4	29,0	21,7	30,8
Molta influència	17,5	15,2	>23,6	13,3	14,8	14,9	18,3	21,4	16,4
No contesta	2,7	3,8	1,8	2,3	4,3	1,2	1,9	3,0	0,0

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_21 BORSA DE TREBALL - PROPORCIÓ DE GRADUATS INSERITS EL PRIMER ANY	Total (2234)	TITULARITAT CENTRE	
		Públic	Privat
		1386	848
Cap influència	11,0	12,3	<8,7
Poca influència	13,4	14,7	11,2
Alguna influència	30,7	30,0	31,8
Força influència	24,9	23,4	27,2
Molta influència	17,5	16,2	19,5
No contesta	2,7	3,3	1,6

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_21 BORSA DE TREBALL - PROPORCIÓ DE GRADUATS INSERITS EL PRIMER ANY	Total (2234)	GENERE	
		Home	Dona
		1001	1233
Cap influència	11,0	>13,2	9,1
Poca influència	13,4	13,0	13,6
Alguna influència	30,7	31,5	30,0
Força influència	24,9	25,1	24,7
Molta influència	17,5	14,9	19,5
No contesta	2,7	2,2	3,1

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_21 BORSA DE TREBALL - PROPORCIÓ DE GRADUATS INSERITS EL PRIMER ANY	Total (2234)	DEMARCATIÓ				
		BCN capital	Demarcació de Barcelona	Demarcació de Tarragona	Demarcació de Girona	Demarcació de Lleida
		641	1061	213	189	130
Cap influència	11,0	11,6	10,3	10,7	15,6	7,5
Poca influència	13,4	11,4	14,4	13,2	13,4	14,9
Alguna influència	30,7	30,1	31,2	29,4	31,1	30,7
Força influència	24,9	25,2	23,8	27,5	25,2	27,1
Molta influència	17,5	19,8	17,0	17,8	12,0	17,3
No contesta	2,7	2,0	3,4	1,3	2,7	2,5

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_21 BORSA DE TREBALL - PROPORCIÓ DE GRADUATS INSERITS EL PRIMER ANY	Total (2234)	EXISTÈNCIA CENTRE UNIVERSITARI EN LA CIUTAT FAMILIAR		
		No	Sí	No contesta
		1108	1079	47
Cap influència	11,0	11,2	10,9	6,9
Poca influència	13,4	13,8	13,0	11,0
Alguna influència	30,7	30,9	30,1	37,4
Força influència	24,9	24,4	25,2	28,5
Molta influència	17,5	16,9	18,4	9,6
No contesta	2,7	2,8	2,4	6,6

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

11.1.6. SERVEIS

P19_22 SERVEIS - QUALITAT EN ELS SERVEIS D'ASSESSORAMENT I ATENCIÓ A L'ALUMNAT	Total (2241)	INTENCIÓ D'ANAR A LA UNIVERSITAT					
		Sí	Segurament sí	Encara no ho sé	No	Segurament no	No contesta
		1336	422	218	155	99	12
Cap influència	3,9	3,9	3,8	3,7	5,5	3,0	0,0
Poca influència	8,8	8,4	8,3	9,8	9,9	14,0	0,0
Alguna influència	24,6	25,7	22,3	26,1	24,6	17,1	16,9
Força influència	38,6	37,5	41,6	38,2	36,7	44,4	47,9
Molta influència	22,4	22,4	22,5	22,2	23,3	21,5	15,1
No contesta	1,7	2,2	1,4	0,0	0,0	0,0	>20,2

(Base:alumnes amb intenció potencial a en una universitat el proper curs)

P19_22 SERVEIS - QUALITAT EN ELS SERVEIS D'ASSESSORAMENT I ATENCIÓ A L'ALUMNAT	Total (2241)	MODALITAT DE BATXILLERAT							
		Científic - Tecnològic	Ciències Socials	Ciències de la Salut	Humanita ts	Humanitat i Ciències Socials	Científic i Ciències de la Salut	Arts	No contesta
Cap influència	3,9	5,2	3,2	3,5	2,7	1,8	3,8	>9,3	7,4
Poca influència	8,8	9,8	7,9	7,9	8,5	9,4	9,1	8,2	>25,0
Alguna influència	24,6	>31,4	22,7	21,7	22,0	23,1	24,6	17,6	4,0
Força influència	38,6	36,4	40,7	43,2	37,2	37,5	35,8	36,3	24,4
Molta influència	22,4	<15,6	24,6	22,2	25,1	27,8	25,3	26,5	39,2
No contesta	1,7	1,6	1,0	1,6	>4,4	0,5	1,4	2,1	0,0

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_22 SERVEIS - QUALITAT EN ELS SERVEIS D'ASSESSORAMENT I ATENCIÓ A L'ALUMNAT	Total (2241)	TITULARITAT CENTRE	
		Públic	Privat
Cap influència	3,9	4,2	3,4
Poca influència	8,8	8,8	8,8
Alguna influència	24,6	25,4	23,2
Força influència	38,6	38,2	39,2
Molta influència	22,4	21,2	24,4
No contesta	1,7	2,2	0,9

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_22 SERVEIS - QUALITAT EN ELS SERVEIS D'ASSESSORAMENT I ATENCIÓ A L'ALUMNAT	Total (2241)	GENERE	
		Home	Dona
Cap influència	3,9	>6,3	<2,0
Poca influència	8,8	10,6	7,3
Alguna influència	24,6	27,0	22,6
Força influència	38,6	37,8	39,3
Molta influència	22,4	<16,4	>27,3
No contesta	1,7	1,9	1,4

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_22 SERVEIS - QUALITAT EN ELS SERVEIS D'ASSESSORAMENT I ATENCIÓ A L'ALUMNAT	Total (2241)	DEMARCATIÓ				
		BCN capital	Demarcació de Barcelona	Demarcació de Tarragona	Demarcació de Girona	Demarcació de Lleida
Cap influència	3,9	3,9	3,4	2,1	>9,0	4,2
Poca influència	8,8	8,3	9,5	8,6	8,3	6,4
Alguna influència	24,6	23,5	26,2	19,3	25,0	24,5
Força influència	38,6	40,5	37,3	42,5	37,8	35,3
Molta influència	22,4	22,8	21,9	24,1	18,5	27,4
No contesta	1,7	1,0	1,7	3,3	1,4	2,2

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_22 SERVEIS - QUALITAT EN ELS SERVEIS D'ASSESSORAMENT I ATENCIÓ A L'ALUMNAT	Total (2241)	EXISTÈNCIA CENTRE UNIVERSITARI EN LA CIUTAT FAMILIAR		
		No	Sí	No contesta
		1112	1082	47
Cap influència	3,9	4,1	3,8	1,7
Poca influència	8,8	9,7	7,8	10,8
Alguna influència	24,6	23,0	26,0	31,0
Força influència	38,6	38,3	39,0	37,6
Molta influència	22,4	23,3	21,7	18,9
No contesta	1,7	1,6	1,8	0,0

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_23 SERVEIS - ATRACTIU DE LES ACTIVITATS OFERTADES	Total 2238	INTENCIÓ D'ANAR A LA UNIVERSITAT						No contesta 12
		Sí 1336	Segurament sí 422	Encara no ho sé 217	No 154	Segurament no 98		
Cap influència	3,5	3,4	2,2	3,5	6,2	6,9	0,0	
Poca influència	6,9	6,6	7,7	5,9	10,6	4,0	7,6	
Alguna influència	27,2	27,3	26,2	24,9	31,5	29,5	19,6	
Força influència	41,0	41,3	42,5	43,9	<30,6	39,5	41,1	
Molta influència	19,8	19,4	19,7	21,6	21,2	20,1	11,5	
No contesta	1,6	2,0	1,6	0,3	0,0	0,0	>20,2	

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_23 SERVEIS - ATRACTIU DE LES ACTIVITATS OFERTADES	Total 2238	MODALITAT DE BATXILLERAT							
		Científic - Tecnològic 586	Ciències Socials 569	Ciències de la Salut 357	Humanita ts 253	Humanitat i Ciències Socials 185	Científic i Ciències de la Salut 181	Arts 91	No contesta 15
Cap influència	3,5	>5,2	2,1	4,2	2,8	1,5	4,2	4,5	0,0
Poca influència	6,9	7,5	5,7	6,6	8,8	7,2	5,4	6,3	>23,5
Alguna influència	27,2	30,5	28,2	23,3	22,6	27,0	29,6	25,6	12,2
Força influència	41,0	40,7	42,2	43,7	42,0	38,5	37,6	34,5	34,3
Molta influència	19,8	<14,3	20,8	20,9	20,9	23,7	21,8	27,1	30,0
No contesta	1,6	1,7	1,0	1,3	2,8	2,1	1,4	2,1	0,0

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_23 SERVEIS - ATRACTIU DE LES ACTIVITATS OFERTADES	Total 2238	TITULARITAT CENTRE	
		Públic 1387	Privat 851
Cap influència	3,5	3,9	2,9
Poca influència	6,9	7,3	6,3
Alguna influència	27,2	26,6	28,2
Força influència	41,0	40,4	41,9
Molta influència	19,8	19,6	20,1
No contesta	1,6	2,2	<0,7

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_23 SERVEIS - ATRACTIU DE LES ACTIVITATS OFERTADES	Total 2238	GENERE	
		Home 1001	Dona 1237
Cap influència	3,5	4,6	2,7
Poca influència	6,9	7,0	6,8
Alguna influència	27,2	29,0	25,7
Força influència	41,0	41,1	40,9
Molta influència	19,8	<16,7	>22,3
No contesta	1,6	1,6	1,6

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_23 SERVEIS - ATRACTIU DE LES ACTIVITATS OFERTADES	Total 2238	DEMARCATIÓ				
		BCN capital 646	Demarcació de Barcelona 1061	Demarcació de Tarragona 212	Demarcació de Girona 189	Demarcació de Lleida 130
Cap influència	3,5	2,8	3,0	3,9	>7,9	4,2
Poca influència	6,9	6,7	7,9	4,4	4,7	7,8
Alguna influència	27,2	26,9	26,9	26,1	29,3	29,9
Força influència	41,0	42,6	41,0	41,2	39,3	34,8
Molta influència	19,8	20,2	19,1	23,5	16,4	21,7
No contesta	1,6	0,8	2,1	0,8	2,4	1,6

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_23 SERVEIS - ATRACTIU DE LES ACTIVITATS OFERTADES	Total 2238	EXISTÈNCIA CENTRE UNIVERSITARI EN LA CIUTAT FAMILIAR		
		No 1109	Sí 1082	No contesta 47
Cap influència	3,5	4,4	2,7	0,0
Poca influència	6,9	7,0	6,3	>20,8
Alguna influència	27,2	26,1	28,4	25,7
Força influència	41,0	40,7	41,3	39,8
Molta influència	19,8	20,2	19,6	13,6
No contesta	1,6	1,6	1,7	0,0

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_24 SERVEIS - ATRACTIU DE L'OFERTA ESPORTIVA	Total (2236)	INTENCIÓ D'ANAR A LA UNIVERSITAT					
		Sí 1336	Segurament sí 422	Encara no ho sé 216	No 153	Segurament no 97	No contesta 12
Cap influència	16,6	18,0	14,3	13,0	16,8	16,0	7,6
Poca influència	20,8	>23,5	17,0	18,8	18,0	<11,0	9,2
Alguna influència	26,3	26,8	25,3	25,0	25,9	28,8	11,2
Força influència	20,9	18,9	23,9	22,7	25,4	22,7	28,5
Molta influència	14,1	<11,2	>18,2	>20,5	13,8	21,6	23,3
No contesta	1,3	1,7	1,3	0,0	0,0	0,0	>20,2

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_24 SERVEIS - ATRACTIU DE L'OFERTA ESPORTIVA	Total (2236)	MODALITAT DE BATXILLERAT							
		Científic - Tecnològic	Ciències Socials	Ciències de la Salut	Humanita ts	Humanitat i Ciències Socials	Científic i Ciències de la Salut	Arts	No contesta
Cap influència	16,6	<13,2	18,1	15,4	>24,7	16,7	12,9	18,8	10,3
Poca influència	20,8	18,9	19,9	20,9	22,9	25,3	22,8	19,2	26,3
Alguna influència	26,3	27,7	25,0	29,5	22,3	22,6	30,4	24,1	15,6
Força influència	20,9	23,2	18,2	21,4	16,6	22,8	20,7	26,4	31,3
Molta influència	14,1	15,2	>17,9	12,7	9,9	12,2	11,8	9,4	16,4
No contesta	1,3	1,8	0,9	<0,0	>3,6	0,5	1,4	2,1	0,0

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_24 SERVEIS - ATRACTIU DE L'OFERTA ESPORTIVA	Total (2236)	TITULARITAT CENTRE	
		Públic	Privat
Cap influència	16,6	16,3	17,1
Poca influència	20,8	19,6	22,8
Alguna influència	26,3	27,4	24,3
Força influència	20,9	20,6	21,3
Molta influència	14,1	14,3	14,0
No contesta	1,3	1,8	0,6

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_24 SERVEIS - ATRACTIU DE L'OFERTA ESPORTIVA	Total (2236)	GENERE	
		Home	Dona
Cap influència	16,6	<11,6	>20,6
Poca influència	20,8	<15,9	>24,8
Alguna influència	26,3	27,2	25,5
Força influència	20,9	>24,4	<18,0
Molta influència	14,1	>19,4	<9,9
No contesta	1,3	1,5	1,2

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_24 SERVEIS - ATRACTIU DE L'OFERTA ESPORTIVA	Total (2236)	DEMARCATIÓ				
		BCN capital	Demarcació de Barcelona	Demarcació de Tarragona	Demarcació de Girona	Demarcació de Lleida
Cap influència	16,6	15,6	17,7	13,3	17,7	15,6
Poca influència	20,8	21,5	21,1	22,2	14,8	21,6
Alguna influència	26,3	23,2	27,5	26,0	29,8	26,2
Força influència	20,9	>24,6	<18,0	24,9	21,6	17,9
Molta influència	14,1	14,6	13,8	12,2	14,5	17,0
No contesta	1,3	0,5	1,8	1,3	1,6	1,6

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_24 SERVEIS - ATRACTIU DE L'OFERTA ESPORTIVA	Total (2236)	EXISTÈNCIA CENTRE UNIVERSITARI EN LA CIUTAT FAMILIAR		
		No	Sí	No contesta
		1110	1080	47
Cap influència	16,6	16,8	16,4	14,0
Poca influència	20,8	20,6	21,1	19,5
Alguna influència	26,3	26,5	25,8	29,9
Força influència	20,9	19,6	21,8	29,7
Molta influència	14,1	15,1	13,5	6,9
No contesta	1,3	1,4	1,3	0,0

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_25 SERVEIS - NIVELL D'INNOVACIÓ TECNOLÒGICA A LA UNIVERSITAT	Total (2232)	INTENCIO D'ANAR A LA UNIVERSITAT					
		Sí	Segurament sí	Encara no ho sé	No	Segurament no	No contesta
		1334	422	215	152	98	12
Cap influència	4,7	4,1	4,5	7,0	7,6	5,1	0,0
Poca influència	8,2	7,2	8,8	8,2	>13,2	10,6	5,9
Alguna influència	25,3	27,3	23,2	22,3	21,9	19,6	9,2
Força influència	37,2	37,5	36,0	37,4	34,4	44,2	21,9
Molta influència	22,8	21,7	25,3	25,1	22,9	20,5	42,7
No contesta	1,8	2,1	2,2	<0,0	0,0	0,0	>20,2

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_25 SERVEIS - NIVELL D'INNOVACIÓ TECNOLÒGICA A LA UNIVERSITAT	Total (2232)	MODALITAT DE BATXILLERAT							
		Científic - Tecnològic	Ciències Socials	Ciències de la Salut	Humanita ts	Humanitat i Ciències Socials	Científic i Ciències de la Salut	Arts	No contesta
		585	567	357	251	185	181	91	15
Cap influència	4,7	4,2	<2,9	4,5	>10,5	4,2	3,2	9,0	5,2
Poca influència	8,2	<5,8	8,4	6,8	>15,5	7,9	5,2	10,9	19,6
Alguna influència	25,3	<18,2	28,0	>30,6	26,3	26,6	27,1	23,5	20,3
Força influència	37,2	36,5	38,7	37,3	30,1	40,4	43,0	35,0	29,5
Molta influència	22,8	>32,8	20,9	20,0	<13,5	20,5	20,0	17,7	25,5
No contesta	1,8	2,4	1,0	0,7	>4,1	0,5	1,4	4,0	0,0

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_25 SERVEIS - NIVELL D'INNOVACIÓ TECNOLÒGICA A LA UNIVERSITAT	Total (2232)	TITULARITAT CENTRE	
		Públic	Privat
		1382	851
Cap influència	4,7	5,3	3,7
Poca influència	8,2	8,8	7,2
Alguna influència	25,3	25,4	25,0
Força influència	37,2	35,7	39,8
Molta influència	22,8	22,4	23,5
No contesta	1,8	2,4	<0,7

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_25 SERVEIS - NIVELL D'INNOVACIÓ TECNOLÒGICA A LA UNIVERSITAT	Total (2232)	GENERE	
		Home	Dona
		996	1237
Cap influència	4,7	5,8	3,9
Poca influència	8,2	6,6	9,4
Alguna influència	25,3	<21,6	>28,2
Força influència	37,2	38,5	36,2
Molta influència	22,8	>26,0	20,3
No contesta	1,8	1,6	1,9

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_25 SERVEIS - NIVELL D'INNOVACIÓ TECNOLÒGICA A LA UNIVERSITAT	Total (2232)	DEMARCATIÓ				
		BCN capital	Demarcació de Barcelona	Demarcació de Tarragona	Demarcació de Girona	Demarcació de Lleida
		646	1057	211	189	129
Cap influència	4,7	4,2	4,0	5,5	>9,2	5,6
Poca influència	8,2	8,8	7,5	7,4	8,7	10,6
Alguna influència	25,3	23,6	25,5	27,0	27,6	25,1
Força influència	37,2	40,9	36,4	34,1	35,2	33,7
Molta influència	22,8	21,6	24,2	24,8	17,5	22,6
No contesta	1,8	1,0	2,3	1,3	1,8	2,4

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_25 SERVEIS - NIVELL D'INNOVACIÓ TECNOLÒGICA A LA UNIVERSITAT	Total (2232)	EXISTÈNCIA CENTRE UNIVERSITARI EN LA CIUTAT FAMILIAR		
		No	Sí	No contesta
		1104	1082	47
Cap influència	4,7	5,1	4,5	0,0
Poca influència	8,2	8,4	7,8	10,9
Alguna influència	25,3	25,1	25,5	22,6
Força influència	37,2	35,2	38,8	49,7
Molta influència	22,8	24,5	21,6	12,8
No contesta	1,8	1,6	1,8	4,1

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_26 SERVEIS - FUNCIONAMENT DE LA BIBLIOTECA	Total (2235)	INTENCIÓ D'ANAR A LA UNIVERSITAT					
		Sí	Segurament sí	Encara no ho sé	No	Segurament no	No contesta
		1336	422	217	150	99	12
Cap influència	5,3	5,1	5,8	4,5	6,0	7,2	9,2
Poca influència	9,9	9,2	11,8	8,5	>15,0	7,8	0,0
Alguna influència	26,8	27,5	23,6	29,4	21,4	35,1	18,8
Força influència	35,8	36,8	34,8	33,0	36,6	32,8	19,4
Molta influència	20,2	19,2	21,7	24,3	20,9	17,1	32,4
No contesta	1,9	2,3	2,4	0,3	0,0	0,0	>20,2

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_26 SERVEIS - FUNCIONAMENT DE LA BIBLIOTECA	Total (2235)	MODALITAT DE BATXILLERAT							
		Científic - Tecnològic	Ciències Socials	Ciències de la Salut	Humanitats	Humanitat i Ciències Socials	Científic i Ciències de la Salut	Arts	No contesta
Cap influència	5,3	>7,8	4,1	5,9	2,6	3,4	5,0	5,4	12,8
Poca influència	9,9	10,0	10,6	7,5	10,3	5,4	11,4	16,2	25,0
Alguna influència	26,8	29,3	25,8	28,7	27,4	21,5	26,3	23,2	6,6
Força influència	35,8	32,9	37,0	36,5	33,1	>45,4	38,2	29,8	19,9
Molta influència	20,2	17,4	21,1	19,9	23,1	23,4	17,7	22,5	35,7
No contesta	1,9	2,4	1,5	1,5	3,5	0,8	1,4	3,0	0,0

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_26 SERVEIS - FUNCIONAMENT DE LA BIBLIOTECA	Total (2235)	TITULARITAT CENTRE	
		Públic	Privat
Cap influència	5,3	5,8	4,6
Poca influència	9,9	10,4	9,0
Alguna influència	26,8	25,9	28,4
Força influència	35,8	34,1	38,5
Molta influència	20,2	21,2	18,7
No contesta	1,9	2,6	<0,9

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_26 SERVEIS - FUNCIONAMENT DE LA BIBLIOTECA	Total (2235)	GENERE	
		Home	Dona
Cap influència	5,3	>8,3	<3,0
Poca influència	9,9	>13,4	<7,0
Alguna influència	26,8	29,7	24,5
Força influència	35,8	<30,7	>39,9
Molta influència	20,2	<15,8	>23,8
No contesta	1,9	2,2	1,8

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_26 SERVEIS - FUNCIONAMENT DE LA BIBLIOTECA	Total (2235)	DEMARCATIÓ				
		BCN capital	Demarcació de Barcelona	Demarcació de Tarragona	Demarcació de Girona	Demarcació de Lleida
Cap influència	5,3	5,1	4,7	5,8	7,6	7,4
Poca influència	9,9	8,2	11,4	7,0	10,3	9,6
Alguna influència	26,8	27,5	27,2	25,1	25,0	25,9
Força influència	35,8	37,0	34,8	38,0	36,4	33,2
Molta influència	20,2	21,4	19,7	20,7	17,9	21,4
No contesta	1,9	<0,9	2,1	3,3	2,7	2,6

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_26 SERVEIS - FUNCIONAMENT DE LA BIBLIOTECA	Total (2235)	EXISTÈNCIA CENTRE UNIVERSITARI EN LA CIUTAT FAMILIAR		
		No	Sí	No contesta
		1107	1081	47
Cap influència	5,3	6,3	4,3	5,0
Poca influència	9,9	10,7	9,2	6,1
Alguna influència	26,8	24,6	29,1	28,3
Força influència	35,8	35,4	35,9	41,9
Molta influència	20,2	21,0	19,5	18,7
No contesta	1,9	1,9	2,0	0,0

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_27 SERVEIS - FUNCIONAMENT DE LA RESTA DE SERVEIS (cafeteria, informàtica, copisteria...)	Total (2222)	INTENCIÓ D'ANAR A LA UNIVERSITAT					
		Sí	Segurament sí	Encara no ho sé	No	Segurament no	No contesta
		1336	422	214	147	92	12
Cap influència	5,6	5,6	6,0	4,2	5,4	6,0	16,9
Poca influència	11,5	12,0	12,0	9,6	11,2	7,8	0,0
Alguna influència	28,2	28,5	24,4	28,6	29,6	>40,6	7,6
Força influència	30,6	31,5	31,4	29,9	26,4	21,4	29,6
Molta influència	20,9	18,8	21,0	>27,7	27,4	23,0	25,8
No contesta	3,3	3,5	>5,2	<0,0	<0,0	1,3	>20,2

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_27 SERVEIS - FUNCIONAMENT DE LA RESTA DE SERVEIS (cafeteria, informàtica, copisteria...)	Total (2222)	MODALITAT DE BATXILLERAT							
		Científic - Tecnològic	Ciències Socials	Ciències de la Salut	Humanita ts	Humanitat i Ciències Socials	Científic i Ciències de la Salut	Arts	No contesta
		583	564	354	254	185	179	88	15
Cap influència	5,6	>8,0	4,8	6,4	3,4	<1,4	6,2	7,4	0,0
Poca influència	11,5	11,4	9,8	10,0	11,1	14,4	15,0	14,1	>30,8
Alguna influència	28,2	27,1	28,3	33,3	25,8	24,3	27,1	31,5	26,1
Força influència	30,6	28,8	30,0	30,7	35,1	35,6	33,9	19,5	4,6
Molta influència	20,9	21,5	24,5	16,3	19,5	20,8	15,8	23,9	33,9
No contesta	3,3	3,3	2,6	3,3	5,0	3,5	2,0	3,5	4,6

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_27 SERVEIS - FUNCIONAMENT DE LA RESTA DE SERVEIS (cafeteria, informàtica, copisteria...)	Total (2222)	TITULARITAT CENTRE	
		Públic	Privat
		1377	845
Cap influència	5,6	6,2	4,6
Poca influència	11,5	11,2	12,1
Alguna influència	28,2	27,6	29,1
Força influència	30,6	30,2	31,3
Molta influència	20,9	20,9	20,8
No contesta	3,3	3,9	2,2

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_27 SERVEIS - FUNCIONAMENT DE LA RESTA DE SERVEIS (cafeteria, informàtica, copisteria...)	Total (2222)	GENERE	
		Home	Dona
		991	1231
Cap influència	5,6	>7,8	<3,9
Poca influència	11,5	11,3	11,7
Alguna influència	28,2	28,3	28,1
Força influència	30,6	28,2	32,5
Molta influència	20,9	21,9	20,0
No contesta	3,3	2,5	3,8

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_27 SERVEIS - FUNCIONAMENT DE LA RESTA DE SERVEIS (cafeteria, informàtica, copisteria...)	Total (2222)	DEMARCACIÓ				
		BCN capital	Demarcació de Barcelona	Demarcació de Tarragona	Demarcació de Girona	Demarcació de Lleida
		639	1052	213	189	128
Cap influència	5,6	5,4	5,1	6,8	8,3	4,8
Poca influència	11,5	11,7	12,2	9,8	9,6	10,6
Alguna influència	28,2	27,8	28,4	28,0	28,9	27,4
Força influència	30,6	30,5	30,4	31,7	33,7	26,0
Molta influència	20,9	23,0	19,9	21,0	15,0	26,7
No contesta	3,3	<1,6	4,0	2,6	4,5	4,6

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_27 SERVEIS - FUNCIONAMENT DE LA RESTA DE SERVEIS (cafeteria, informàtica, copisteria...)	Total (2222)	EXISTÈNCIA CENTRE UNIVERSITARI EN LA CIUTAT FAMILIAR		
		No	Sí	No contesta
		1102	1073	47
Cap influència	5,6	5,7	5,6	4,2
Poca influència	11,5	12,1	10,9	11,1
Alguna influència	28,2	26,9	29,4	30,9
Força influència	30,6	30,2	30,8	34,2
Molta influència	20,9	22,0	19,8	19,6
No contesta	3,3	3,1	3,5	0,0

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

11.1.7. COST I FINANÇAMENT

P19_28 COST I FINANÇAMENT - COST ANUAL DELS ESTUDIS	Total (2240)	INTENCIÓ D'ANAR A LA UNIVERSITAT					
		Sí	Segurament sí	Encara no ho sé	No	Segurament no	No contesta
		1336	421	218	155	99	12
Cap influència	5,1	6,0	<2,8	3,6	5,8	5,7	0,0
Poca influència	7,2	8,2	7,9	4,2	5,9	<1,5	0,0
Alguna influència	15,7	16,5	13,1	20,5	10,7	11,7	32,1
Força influència	28,9	29,8	29,1	25,7	25,5	30,2	16,8
Molta influència	41,6	<37,8	45,7	46,0	>52,2	51,0	30,9
No contesta	1,3	1,6	1,4	0,0	0,0	0,0	>20,2

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_28 COST I FINANÇAMENT – COST ANUAL DELS ESTUDIS	Total (2240)	MODALITAT DE BATXILLERAT							
		Científic - Tecnològic	Ciències Socials	Ciències de la Salut	Humanita ts	Humanitat i Ciències Socials	Científic i Ciències de la Salut	Arts	No contesta
Cap influència	5,1	6,2	4,2	5,4	4,2	2,4	4,4	8,3	>26,2
Poca influència	7,2	7,6	8,8	6,0	6,2	7,6	5,9	5,2	5,5
Alguna influència	15,7	17,9	13,4	17,5	14,8	13,9	18,5	11,8	4,0
Força influència	28,9	30,6	29,5	27,4	30,2	21,5	33,6	24,2	23,8
Molta influència	41,6	<36,0	43,1	43,6	41,4	>54,1	36,0	48,4	40,5
No contesta	1,3	1,7	1,0	<0,0	>3,3	0,5	1,7	2,1	0,0

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_28 COST I FINANÇAMENT - COST ANUAL DELS ESTUDIS	Total (2240)	TITULARITAT CENTRE	
		Públic	Privat
Cap influència	5,1	4,5	6,1
Poca influència	7,2	7,0	7,7
Alguna influència	15,7	14,1	18,4
Força influència	28,9	29,3	28,4
Molta influència	41,6	43,3	38,8
No contesta	1,3	1,8	0,6

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_28 COST I FINANÇAMENT - COST ANUAL DELS ESTUDIS	Total (2240)	GENERE	
		Home	Dona
Cap influència	5,1	>7,3	<3,3
Poca influència	7,2	7,2	7,3
Alguna influència	15,7	17,6	14,2
Força influència	28,9	29,6	28,4
Molta influència	41,6	<36,7	>45,6
No contesta	1,3	1,6	1,2

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_28 COST I FINANÇAMENT - COST ANUAL DELS ESTUDIS	Total (2240)	DEMARCACIÓ				
		BCN capital	Demarcació de Barcelona	Demarcació de Tarragona	Demarcació de Girona	Demarcació de Lleida
Cap influència	5,1	4,9	4,1	7,6	7,4	7,2
Poca influència	7,2	6,2	8,6	8,0	5,4	<2,5
Alguna influència	15,7	17,4	13,7	16,8	18,8	17,6
Força influència	28,9	27,9	29,1	30,8	31,7	26,1
Molta influència	41,6	42,7	42,9	36,2	34,7	44,8
No contesta	1,3	0,9	1,6	0,5	2,0	1,9

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_28 COST I FINANÇAMENT - COST ANUAL DELS ESTUDIS	Total (2240)	EXISTÈNCIA CENTRE UNIVERSITARI EN LA CIUTAT FAMILIAR		
		No 1111	Sí 1082	No contesta 47
Cap influència	5,1	5,7	4,4	6,6
Poca influència	7,2	8,0	6,6	3,3
Alguna influència	15,7	14,1	17,1	21,2
Força influència	28,9	27,8	29,5	42,8
Molta influència	41,6	42,9	41,0	26,1
No contesta	1,3	1,3	1,4	0,0

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_29 COST I FINANÇAMENT - FACILITATS DE FINANÇAMENT (beques, crèdits...)	Total (2238)	INTENCIÓ D'ANAR A LA UNIVERSITAT					
		Sí 1336	Segurament sí 422	Encara no ho sé 218	No 152	Segurament no 98	No contesta 12
Cap influència	5,8	6,2	4,6	4,8	6,4	5,0	>25,8
Poca influència	8,4	9,6	5,7	7,7	6,5	8,2	16,1
Alguna influència	18,0	>20,3	15,6	17,7	<9,8	12,2	0,0
Força influència	27,6	27,1	29,4	25,3	28,3	31,2	24,4
Molta influència	38,8	<35,3	42,9	44,5	>49,0	43,5	13,5
No contesta	1,4	1,6	1,8	0,0	0,0	0,0	>20,2

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_29 COST I FINANÇAMENT - FACILITATS DE FINANÇAMENT (beques, crèdits...)	Total (2238)	MODALITAT DE BATXILLERAT							
		Científic - Tecnològic 586	Ciències Socials 568	Ciències de la Salut 356	Humanitats 254	Humanitat i Ciències Socials 185	Científic i Ciències de la Salut 181	Arts 91	No contesta 16
Cap influència	5,8	6,9	6,6	4,9	3,8	3,4	4,8	7,0	>19,5
Poca influència	8,4	9,4	7,4	7,8	10,4	8,8	7,6	5,0	18,7
Alguna influència	18,0	17,0	19,4	19,1	13,1	17,0	21,4	18,7	17,7
Força influència	27,6	>33,1	24,7	25,9	26,4	29,5	27,5	20,6	8,5
Molta influència	38,8	<31,6	40,5	42,1	43,5	40,8	36,9	48,7	35,7
No contesta	1,4	2,1	1,4	0,2	2,8	0,5	1,7	0,0	0,0

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_29 COST I FINANÇAMENT - FACILITATS DE FINANÇAMENT (beques, crèdits...)	Total (2238)	TITULARITAT CENTRE	
		Públic 1388	Privat 850
Cap influència	5,8	5,7	6,0
Poca influència	8,4	7,9	9,2
Alguna influència	18,0	<15,1	>22,6
Força influència	27,6	28,6	26,0
Molta influència	38,8	40,8	35,5
No contesta	1,4	1,8	0,7

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_29 COST I FINANÇAMENT - FACILITATS DE FINANÇAMENT (beques, crèdits...)	Total (2238)	GENERE	
		Home	Dona
		1002	1236
Cap influència	5,8	>8,5	<3,6
Poca influència	8,4	9,4	7,6
Alguna influència	18,0	20,4	16,0
Força influència	27,6	29,7	26,0
Molta influència	38,8	<30,4	>45,6
No contesta	1,4	1,6	1,2

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_29 COST I FINANÇAMENT - FACILITATS DE FINANÇAMENT (beques, crèdits...)	Total (2238)	DEMARCATIÓ				
		BCN capital	Demarcació de Barcelona	Demarcació de Tarragona	Demarcació de Girona	Demarcació de Lleida
		646	1059	213	189	130
Cap influència	5,8	5,7	<4,2	8,1	>11,0	8,0
Poca influència	8,4	8,3	8,6	11,3	6,5	5,8
Alguna influència	18,0	>21,3	16,6	15,7	17,4	17,1
Força influència	27,6	27,8	28,1	26,9	31,1	19,3
Molta influència	38,8	36,2	40,8	37,4	31,6	47,9
No contesta	1,4	0,9	1,7	0,5	2,3	1,9

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_29 COST I FINANÇAMENT - FACILITATS DE FINANÇAMENT (beques, crèdits...)	Total (2238)	EXISTÈNCIA CENTRE UNIVERSITARI EN LA CIUTAT FAMILIAR		
		No	Sí	No contesta
		1109	1082	47
Cap influència	5,8	6,0	5,5	8,3
Poca influència	8,4	8,1	8,9	6,7
Alguna influència	18,0	15,5	20,3	22,1
Força influència	27,6	27,7	27,5	27,2
Molta influència	38,8	41,2	36,4	35,8
No contesta	1,4	1,5	1,4	0,0

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

11.1.8. PROMOCIÓ I INFORMACIÓ

P19_30 PROMOCIÓ I INFORMACIÓ - PROMOCIÓ I INFORMACIÓ DIRECTA ALS ALUMNES POTENCIALS (visites a escoles, mailings...)	Total (2240)	INTENCIÓ D'ANAR A LA UNIVERSITAT					
		Sí	Segurament sí	Encara no ho sé	No	Segurament no	No contesta
		1336	422	218	154	99	12
Cap influència	6,5	6,7	4,6	5,1	>11,4	6,4	9,2
Poca influència	15,3	14,5	15,0	19,9	15,0	17,4	20,2
Alguna influència	35,3	34,8	39,4	34,9	29,0	38,2	13,5
Força influència	28,6	29,1	28,6	27,4	26,6	25,7	36,9
Molta influència	12,4	12,7	10,1	12,7	>18,0	11,1	0,0
No contesta	1,9	2,2	2,3	<0,0	0,0	1,2	>20,2

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_30 PROMOCIÓ I INFORMACIÓ - PROMOCIÓ I INFORMACIÓ DIRECTA ALS ALUMNES POTENCIALS (visites a escoles, mailings...)	Total	MODALITAT DE BATXILLERAT							
		Científic - Tecnològic	Ciències Socials	Ciències de la Salut	Humanita ts	Humanitat i Ciències Socials	Científic i Ciències de la Salut	Arts	No contesta
	(2240)	586	569	357	254	185	181	91	16
Cap influència	6,5	>8,5	<4,2	7,4	6,1	<2,5	9,2	6,3	12,2
Poca influència	15,3	16,4	15,6	15,0	15,6	12,4	13,9	15,8	12,8
Alguna influència	35,3	36,8	34,8	37,3	36,2	30,9	35,4	29,4	24,2
Força influència	28,6	26,1	30,9	26,6	26,6	>42,0	26,1	23,0	15,8
Molta influència	12,4	<9,0	13,4	13,4	11,4	11,6	14,4	>20,8	>35,0
No contesta	1,9	>3,1	1,1	<0,4	>4,0	0,5	1,1	4,7	0,0

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_30 PROMOCIÓ I INFORMACIÓ - PROMOCIÓ I INFORMACIÓ DIRECTA ALS ALUMNES POTENCIALS (visites a escoles, mailings...)	Total	TITULARITAT CENTRE	
		Públic	Privat
	(2240)	1389	851
Cap influència	6,5	7,0	5,6
Poca influència	15,3	15,8	14,6
Alguna influència	35,3	34,4	36,9
Força influència	28,6	28,2	29,1
Molta influència	12,4	12,3	12,6
No contesta	1,9	2,4	1,1

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_30 PROMOCIÓ I INFORMACIÓ - PROMOCIÓ I INFORMACIÓ DIRECTA ALS ALUMNES POTENCIALS (visites a escoles, mailings...)	Total	GENERE	
		Home	Dona
	(2240)	1003	1237
Cap influència	6,5	>9,2	<4,3
Poca influència	15,3	>18,1	<13,0
Alguna influència	35,3	36,2	34,6
Força influència	28,6	26,1	30,6
Molta influència	12,4	<8,4	>15,7
No contesta	1,9	2,0	1,9

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_30 PROMOCIÓ I INFORMACIÓ - PROMOCIÓ I INFORMACIÓ DIRECTA ALS ALUMNES POTENCIALS (visites a escoles, mailings...)	Total	DEMARCACIÓ				
		BCN capital	Demarcació de Barcelona	Demarcació de Tarragona	Demarcació de Girona	Demarcació de Lleida
	(2240)	646	1061	213	189	130
Cap influència	6,5	6,4	5,5	6,6	>12,2	6,4
Poca influència	15,3	15,8	15,7	12,8	14,9	15,1
Alguna influència	35,3	37,2	34,0	38,4	33,7	34,2
Força influència	28,6	27,7	28,5	31,0	29,4	28,0
Molta influència	12,4	12,0	13,9	9,6	7,6	14,1
No contesta	1,9	0,9	2,5	1,5	2,2	2,2

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_30 PROMOCIÓ I INFORMACIÓ - PROMOCIÓ I INFORMACIÓ DIRECTA ALS ALUMNES POTENCIALS (visites a escoles, mailings...)	Total (2240)	EXISTÈNCIA CENTRE UNIVERSITARI EN LA CIUTAT FAMILIAR		
		No	Sí	No contesta
		1111	1082	47
Cap influència	6,5	7,1	6,0	3,3
Poca influència	15,3	15,4	15,3	14,3
Alguna influència	35,3	34,2	35,9	49,6
Força influència	28,6	29,0	28,3	23,6
Molta influència	12,4	12,2	13,1	2,5
No contesta	1,9	2,1	1,5	>6,6

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_31 PROMOCIÓ I INFORMACIÓ - DIFUSIÓ DE LA UNIVERSITAT EN ELS MITJANS DE COMUNICACIÓ	Total (2262)	INTENCIÓ D'ANAR A LA UNIVERSITAT					
		Sí	Segurament sí	Encara no ho sé	No	Segurament no	No contesta
		1335	422	219	171	103	12
Cap influència	11,7	12,3	9,6	11,7	12,9	10,5	12,8
Poca influència	24,1	23,6	25,0	24,1	22,2	29,2	24,2
Alguna influència	34,6	35,4	36,6	33,9	27,8	31,1	23,7
Força influència	20,4	20,7	19,8	21,5	20,6	17,2	13,5
Molta influència	6,5	6,0	7,0	8,0	5,5	8,3	5,6
No contesta	2,8	2,0	2,1	0,9	>11,1	3,7	>20,2

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_31 PROMOCIÓ I INFORMACIÓ - DIFUSIÓ DE LA UNIVERSITAT EN ELS MITJANS DE COMUNICACIÓ	Total (2262)	MODALITAT DE BATXILLERAT							
		Científic - Tecnològic	Ciències Socials	Ciències de la Salut	Humanitats	Humanitat i Ciències Socials	Científic i Ciències de la Salut	Arts	No contesta
		590	571	359	259	188	183	95	16
Cap influència	11,7	13,8	9,4	11,4	12,5	7,0	>16,9	10,2	9,7
Poca influència	24,1	27,9	23,8	24,8	22,6	<15,7	21,2	23,6	32,1
Alguna influència	34,6	33,5	35,8	36,5	36,5	36,7	33,3	<22,7	23,7
Força influència	20,4	<15,8	22,9	19,1	19,0	>31,8	18,8	25,3	11,4
Molta influència	6,5	5,6	6,1	7,1	4,8	6,3	7,7	11,4	>18,9
No contesta	2,8	3,4	1,9	1,1	4,7	2,5	2,1	>6,8	4,2

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_31 PROMOCIÓ I INFORMACIÓ - DIFUSIÓ DE LA UNIVERSITAT EN ELS MITJANS DE COMUNICACIÓ	Total (2262)	TITULARITAT CENTRE	
		Públic	Privat
		1412	850
Cap influència	11,7	12,4	10,5
Poca influència	24,1	23,6	24,8
Alguna influència	34,6	34,1	35,4
Força influència	20,4	19,8	21,5
Molta influència	6,5	6,1	7,0
No contesta	2,8	>3,9	<0,8

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_31 PROMOCIÓ I INFORMACIÓ - DIFUSIÓ DE LA UNIVERSITAT EN ELS MITJANS DE COMUNICACIÓ	Total (2262)	GENERE	
		Home 1011	Dona 1251
Cap influència	11,7	>14,9	<9,1
Poca influència	24,1	25,5	22,9
Alguna influència	34,6	34,4	34,8
Força influència	20,4	<17,0	>23,2
Molta influència	6,5	5,3	7,4
No contesta	2,8	3,0	2,6

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_31 PROMOCIÓ I INFORMACIÓ - DIFUSIÓ DE LA UNIVERSITAT EN ELS MITJANS DE COMUNICACIÓ	Total (2262)	DEMARCACIÓ				
		BCN capital 646	Demarcació de Barcelona 1083	Demarcació de Tarragona 213	Demarcació de Girona 189	Demarcació de Lleida 130
Cap influència	11,7	11,6	10,6	>17,1	12,8	10,7
Poca influència	24,1	24,4	25,2	<16,9	25,1	22,5
Alguna influència	34,6	36,4	33,7	37,0	31,3	34,7
Força influència	20,4	20,3	20,2	18,7	22,8	21,9
Molta influència	6,5	6,5	5,6	9,7	5,8	8,6
No contesta	2,8	<0,7	>4,7	<0,5	2,2	1,6

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_31 PROMOCIÓ I INFORMACIÓ - DIFUSIÓ DE LA UNIVERSITAT EN ELS MITJANS DE COMUNICACIÓ	Total (2262)	EXISTÈNCIA CENTRE UNIVERSITARI EN LA CIUTAT FAMILIAR		
		No 1133	Sí 1082	No contesta 47
Cap influència	11,7	11,7	12,0	4,4
Poca influència	24,1	24,6	23,6	21,4
Alguna influència	34,6	32,7	35,8	>54,3
Força influència	20,4	19,9	21,0	19,9
Molta influència	6,5	7,1	6,1	0,0
No contesta	2,8	>4,1	<1,5	0,0

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_32 PROMOCIÓ I INFORMACIÓ - AMABILITAT EN EL TRACTE DEL PERSONAL DE LA UNIVERSITAT	Total (2238)	INTENCIÓ D'ANAR A LA UNIVERSITAT					
		Sí 1336	Segurament sí 422	Encara no ho sé 218	No 153	Segurament no 99	No contesta 12
Cap influència	4,6	4,3	4,8	3,9	6,9	3,5	12,8
Poca influència	8,6	8,6	9,0	10,1	7,6	7,2	0,0
Alguna influència	21,7	23,2	21,0	17,6	18,1	22,0	7,6
Força influència	36,4	36,5	35,1	38,0	34,6	40,1	31,3
Molta influència	27,1	25,6	28,2	30,1	32,7	27,2	28,1
No contesta	1,6	1,8	1,9	0,3	0,0	0,0	>20,2

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_32 PROMOCIÓ I INFORMACIÓ - AMABILITAT EN EL TRACTE DEL PERSONAL DE LA UNIVERSITAT	Total (2238)	MODALITAT DE BATXILLERAT							
		Científic - Tecnològic	Ciències Socials	Ciències de la Salut	Humanita ts	Humanitat i Ciències Socials	Científic i Ciències de la Salut	Arts	No contesta
Cap influència	4,6	>6,7	3,7	3,1	5,3	1,8	3,0	8,2	7,4
Poca influència	8,6	10,5	9,0	7,4	<4,4	6,9	11,2	8,2	12,8
Alguna influència	21,7	>28,1	20,8	20,2	18,2	19,1	21,9	<10,3	7,4
Força influència	36,4	<31,0	37,5	40,0	40,0	37,9	36,6	37,6	27,1
Molta influència	27,1	<21,1	28,1	29,2	28,6	33,8	25,5	33,7	45,4
No contesta	1,6	>2,6	0,8	<0,2	>3,5	0,5	1,7	2,1	0,0

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_32 PROMOCIÓ I INFORMACIÓ - AMABILITAT EN EL TRACTE DEL PERSONAL DE LA UNIVERSITAT	Total (2238)	TITULARITAT CENTRE	
		Públic	Privat
Cap influència	4,6	4,4	4,8
Poca influència	8,6	8,5	8,9
Alguna influència	21,7	22,5	20,5
Força influència	36,4	36,3	36,6
Molta influència	27,1	26,3	28,4
No contesta	1,6	2,0	0,8

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_32 PROMOCIÓ I INFORMACIÓ - AMABILITAT EN EL TRACTE DEL PERSONAL DE LA UNIVERSITAT	Total (2238)	GENERE	
		Home	Dona
Cap influència	4,6	>6,9	<2,7
Poca influència	8,6	10,2	7,4
Alguna influència	21,7	23,1	20,6
Força influència	36,4	35,1	37,4
Molta influència	27,1	<22,8	>30,6
No contesta	1,6	1,8	1,4

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_32 PROMOCIÓ I INFORMACIÓ - AMABILITAT EN EL TRACTE DEL PERSONAL DE LA UNIVERSITAT	Total (2238)	DEMARCACIÓ				
		BCN capital	Demarcació de Barcelona	Demarcació de Tarragona	Demarcació de Girona	Demarcació de Lleida
Cap influència	4,6	5,0	3,9	4,9	6,8	3,9
Poca influència	8,6	9,1	8,6	10,8	6,7	5,8
Alguna influència	21,7	21,8	22,0	20,6	22,8	19,4
Força influència	36,4	33,6	38,7	30,6	42,2	32,5
Molta influència	27,1	29,5	24,7	32,2	<19,7	>36,8
No contesta	1,6	0,9	2,1	0,8	1,8	1,6

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_32 PROMOCIÓ I INFORMACIÓ - AMABILITAT EN EL TRACTE DEL PERSONAL DE LA UNIVERSITAT	Total (2238)	EXISTÈNCIA CENTRE UNIVERSITARI EN LA CIUTAT FAMILIAR		
		No	Sí	No contesta
		1109	1082	47
Cap influència	4,6	4,4	4,8	2,5
Poca influència	8,6	8,7	8,5	8,4
Alguna influència	21,7	20,1	22,9	32,6
Força influència	36,4	38,1	34,8	33,4
Molta influència	27,1	27,1	27,3	23,1
No contesta	1,6	1,6	1,6	0,0

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

11.1.9. CAMPUS

P19_33 CAMPUS - ATRATIU DE LES INSTAL·LACIONS	Total (2236)	INTENCIO D'ANAR A LA UNIVERSITAT					
		Sí	Segurament sí	Encara no ho sé	No	Segurament no	No contesta
		1336	422	215	153	98	12
Cap influència	4,2	4,2	3,9	3,8	5,5	4,8	7,6
Poca influència	8,5	8,3	8,2	9,8	11,0	6,2	6,7
Alguna influència	25,6	26,3	24,0	28,1	20,3	24,6	35,3
Força influència	39,1	39,1	40,2	37,3	41,3	38,2	7,6
Molta influència	21,2	20,3	22,4	21,0	21,9	26,3	39,1
No contesta	1,4	1,8	1,4	0,0	0,0	0,0	3,6

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_33 CAMPUS - ATRATIU DE LES INSTAL·LACIONS	Total (2236)	MODALITAT DE BATXILLERAT							
		Científic - Tecnològic	Ciències Socials	Ciències de la Salut	Humanita ts	Humanitat i Ciències Socials	Científic i Ciències de la Salut	Arts	No contesta
		585	570	356	254	185	181	90	16
Cap influència	4,2	>6,0	<1,9	4,4	4,5	3,5	3,8	7,0	6,6
Poca influència	8,5	9,2	7,5	9,9	9,2	4,5	7,2	12,7	12,2
Alguna influència	25,6	29,4	22,9	24,6	27,1	24,5	25,0	21,0	29,6
Força influència	39,1	34,5	40,8	42,3	39,6	42,0	43,8	29,9	27,7
Molta influència	21,2	19,5	>25,8	17,8	17,1	23,5	19,9	26,5	23,8
No contesta	1,4	1,4	1,0	1,0	2,5	2,0	0,4	3,0	0,0

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_33 CAMPUS - ATRATIU DE LES INSTAL·LACIONS	Total (2236)	TITULARITAT CENTRE	
		Públic	Privat
		1385	851
Cap influència	4,2	4,7	3,4
Poca influència	8,5	9,2	7,3
Alguna influència	25,6	25,8	25,4
Força influència	39,1	38,0	40,8
Molta influència	21,2	20,5	22,4
No contesta	1,4	1,8	0,6

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_33 CAMPUS - ATRATIU DE LES INSTAL·LACIONS	Total (2236)	GENERE	
		Home 1001	Dona 1235
Cap influència	4,2	>6,3	<2,5
Poca influència	8,5	7,6	9,2
Alguna influència	25,6	24,1	26,8
Força influència	39,1	36,7	41,0
Molta influència	21,2	24,0	19,0
No contesta	1,4	1,2	1,5

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_33 CAMPUS - ATRATIU DE LES INSTAL·LACIONS	Total (2236)	DEMARCATIÓ				
		BCN capital 645	Demarcació de Barcelona 1061	Demarcació de Tarragona 212	Demarcació de Girona 189	Demarcació de Lleida 130
Cap influència	4,2	3,3	4,1	4,4	>8,3	3,0
Poca influència	8,5	8,7	9,0	8,2	6,5	6,3
Alguna influència	25,6	22,7	27,4	24,8	26,9	25,0
Força influència	39,1	43,3	36,1	38,9	41,6	38,7
Molta influència	21,2	21,2	21,7	23,4	<14,2	24,8
No contesta	1,4	0,8	1,7	0,3	2,5	2,2

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_33 CAMPUS - ATRATIU DE LES INSTAL·LACIONS	Total (2236)	EXISTÈNCIA CENTRE UNIVERSITARI EN LA CIUTAT FAMILIAR		
		No 1109	Sí 1080	No contesta 47
Cap influència	4,2	4,5	3,9	5,0
Poca influència	8,5	8,6	8,5	5,4
Alguna influència	25,6	26,4	23,8	>49,5
Força influència	39,1	38,8	39,9	25,4
Molta influència	21,2	20,7	22,1	14,7
No contesta	1,4	1,0	1,8	0,0

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_34 CAMPUS - FACILITAT D'ACCÉS EN TRANSPORT PÚBLIC	Total (2236)	INTENCIÓ D'ANAR A LA UNIVERSITAT					
		Sí 1336	Segurament sí 422	Encara no ho sé 216	No 152	Segurament no 98	No contesta 12
Cap influència	3,9	4,2	3,5	4,3	2,5	2,8	11,2
Poca influència	5,9	5,1	5,6	>10,1	9,2	3,9	9,2
Alguna influència	14,6	15,1	13,4	15,8	14,5	10,4	16,6
Força influència	34,0	35,3	33,6	31,2	27,9	34,4	36,1
Molta influència	39,8	38,2	41,8	38,3	45,9	48,5	23,3
No contesta	1,7	2,1	2,1	0,3	0,0	0,0	3,6

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_34 CAMPUS - FACILITAT D'ACCÉS EN TRANSPORT PÚBLIC	Total (2236)	MODALITAT DE BATXILLERAT							
		Científic - Tecnològic	Ciències Socials	Ciències de la Salut	Humanita ts	Humanitat i Ciències Socials	Científic i Ciències de la Salut	Arts	No contesta
		585	570	356	254	185	181	89	16
Cap influència	3,9	>6,8	<2,3	2,9	1,6	2,0	4,0	>9,8	7,4
Poca influència	5,9	7,4	4,9	5,1	5,2	7,2	6,2	5,0	6,6
Alguna influència	14,6	>21,0	<10,9	14,1	11,1	14,5	13,6	9,3	21,1
Força influència	34,0	31,6	38,0	36,9	34,3	28,0	33,7	27,5	25,0
Molta influència	39,8	<31,3	42,7	39,7	44,5	46,4	42,0	45,3	39,9
No contesta	1,7	1,8	1,3	1,3	3,3	2,0	0,4	3,0	0,0

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_34 CAMPUS - FACILITAT D'ACCÉS EN TRANSPORT PÚBLIC	Total (2236)	TITULARITAT CENTRE	
		Públic	Privat
		1386	849
Cap influència	3,9	4,0	3,9
Poca influència	5,9	6,6	4,8
Alguna influència	14,6	14,0	15,6
Força influència	34,0	33,0	35,8
Molta influència	39,8	40,1	39,3
No contesta	1,7	2,4	<0,6

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_34 CAMPUS - FACILITAT D'ACCÉS EN TRANSPORT PÚBLIC	Total (2236)	GENERE	
		Home	Dona
		1000	1236
Cap influència	3,9	>6,5	<1,9
Poca influència	5,9	>8,4	<3,9
Alguna influència	14,6	>17,1	12,5
Força influència	34,0	34,5	33,7
Molta influència	39,8	<32,1	>46,0
No contesta	1,7	1,3	2,0

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_34 CAMPUS - FACILITAT D'ACCÉS EN TRANSPORT PÚBLIC	Total (2236)	DEMARCACIÓ				
		BCN capital	Demarcació de Barcelona	Demarcació de Tarragona	Demarcació de Girona	Demarcació de Lleida
		644	1061	212	189	130
Cap influència	3,9	3,9	3,7	2,3	>7,9	3,3
Poca influència	5,9	4,5	6,4	8,2	6,2	5,6
Alguna influència	14,6	13,7	13,0	16,9	>21,2	19,0
Força influència	34,0	36,2	33,0	32,2	35,7	32,5
Molta influència	39,8	41,0	41,9	39,0	<25,7	38,0
No contesta	1,7	0,7	2,1	1,3	3,2	1,6

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_34 CAMPUS - FACILITAT D'ACCÉS EN TRANSPORT PÚBLIC	Total (2236)	EXISTÈNCIA CENTRE UNIVERSITARI EN LA CIUTAT FAMILIAR		
		No	Sí	No contesta
		1109	1080	47
Cap influència	3,9	4,2	3,6	6,6
Poca influència	5,9	6,1	5,8	5,0
Alguna influència	14,6	14,1	14,5	>27,9
Força influència	34,0	32,5	35,7	33,9
Molta influència	39,8	41,4	38,7	26,7
No contesta	1,7	1,7	1,8	0,0

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_35 CAMPUS - PROXIMITAT DE LA UNIVERSITAT AL DOMICILI HABITUAL	Total (2233)	INTENCIÓ D'ANAR A LA UNIVERSITAT					
		Sí	Segurament sí	Encara no ho sé	No	Segurament no	No contesta
		1336	422	214	152	97	12
Cap influència	10,1	>11,9	8,9	6,5	6,7	<3,6	10,3
Poca influència	13,3	14,1	12,2	11,1	13,3	10,3	31,8
Alguna influència	22,5	22,1	21,0	25,3	22,0	29,9	25,4
Força influència	24,4	23,8	27,0	27,1	21,0	22,4	5,6
Molta influència	27,7	25,3	29,7	30,0	>37,0	33,8	23,3
No contesta	2,0	>2,8	1,3	<0,0	0,0	0,0	3,6

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_35 CAMPUS - PROXIMITAT DE LA UNIVERSITAT AL DOMICILI HABITUAL	Total (2233)	MODALITAT DE BATXILLERAT							
		Científic - Tecnològic	Ciències Socials	Ciències de la Salut	Humanita ts	Humanitat i Ciències Socials	Científic i Ciències de la Salut	Arts	No contesta
		585	570	356	254	181	181	89	16
Cap influència	10,1	12,2	<6,8	10,6	10,7	9,3	10,7	10,9	23,6
Poca influència	13,3	>16,4	12,6	11,7	12,5	14,9	9,4	11,4	11,6
Alguna influència	22,5	23,7	19,9	23,7	21,6	24,7	25,7	20,7	10,9
Força influència	24,4	21,3	26,2	26,0	24,8	29,0	23,4	17,6	23,1
Molta influència	27,7	24,3	>33,2	26,2	28,0	20,5	27,8	36,4	23,5
No contesta	2,0	2,0	1,3	1,8	2,5	1,7	3,1	3,0	7,4

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_35 CAMPUS - PROXIMITAT DE LA UNIVERSITAT AL DOMICILI HABITUAL	Total (2233)	TITULARITAT CENTRE	
		Públic	Privat
		1384	848
Cap influència	10,1	10,2	9,9
Poca influència	13,3	12,7	14,3
Alguna influència	22,5	21,5	24,2
Força influència	24,4	23,7	25,4
Molta influència	27,7	29,3	25,3
No contesta	2,0	2,5	1,0

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_35 CAMPUS - PROXIMITAT DE LA UNIVERSITAT AL DOMICILI HABITUAL	Total (2233)	GENERE	
		Home	Dona
		998	1235
Cap influència	10,1	11,3	9,1
Poca influència	13,3	14,3	12,5
Alguna influència	22,5	24,0	21,4
Força influència	24,4	23,0	25,4
Molta influència	27,7	25,3	29,7
No contesta	2,0	2,1	1,9

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_35 CAMPUS - PROXIMITAT DE LA UNIVERSITAT AL DOMICILI HABITUAL	Total (2233)	DEMARCATIÓ				
		BCN capital	Demarcació de Barcelona	Demarcació de Tarragona	Demarcació de Girona	Demarcació de Lleida
		643	1059	212	189	130
Cap influència	10,1	<7,5	9,7	14,0	13,9	13,6
Poca influència	13,3	12,8	14,8	11,0	12,7	8,8
Alguna influència	22,5	23,9	22,5	22,2	18,7	22,6
Força influència	24,4	28,0	21,9	26,1	25,4	22,7
Molta influència	27,7	26,9	28,6	26,0	26,1	30,4
No contesta	2,0	1,0	2,6	0,8	3,2	1,9

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_35 CAMPUS - PROXIMITAT DE LA UNIVERSITAT AL DOMICILI HABITUAL	Total (2233)	EXISTÈNCIA CENTRE UNIVERSITARI EN LA CIUTAT FAMILIAR		
		No	Sí	No contesta
		1109	1077	47
Cap influència	10,1	>11,9	8,2	9,3
Poca influència	13,3	12,3	14,2	16,8
Alguna influència	22,5	21,8	23,5	18,6
Força influència	24,4	24,6	24,0	27,2
Molta influència	27,7	27,5	28,0	28,1
No contesta	2,0	1,9	2,2	0,0

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_36 CAMPUS - PROXIMITAT DE LA UNIVERSITAT AL DOMICILI NO HABITUAL (un altre domicili propi, domicili de familiars, etc)	Total (2223)	INTENCIÓ D'ANAR A LA UNIVERSITAT					
		Sí	Segurament sí	Encara no ho sé	No	Segurament no	No contesta
		1336	422	209	148	96	12
Cap influència	21,7	>25,1	<15,7	19,8	17,8	13,0	11,2
Poca influència	19,3	20,4	18,1	16,2	20,5	13,1	24,2
Alguna influència	26,9	25,1	29,4	30,4	22,8	>40,6	25,1
Força influència	18,8	17,1	21,6	19,4	23,1	23,1	19,4
Molta influència	10,5	9,5	10,9	13,6	14,9	9,0	16,6
No contesta	2,8	2,9	4,3	0,6	0,8	1,2	3,6

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_36 CAMPUS - PROXIMITAT DE LA UNIVERSITAT AL DOMICILI NO HABITUAL (un altre domicili propi, domicili de familiars, etc)	Total (2223)	MODALITAT DE BATXILLERAT							
		Científic - Tecnològic	Ciències Socials	Ciències de la Salut	Humanitats	Humanitat i Ciències Socials	Científic i Ciències de la Salut	Arts	No contesta
Cap influència	21,7	24,4	21,2	20,3	22,8	19,1	17,3	22,6	30,9
Poca influència	19,3	19,5	22,0	17,3	15,6	15,8	22,6	19,7	12,2
Alguna influència	26,9	29,1	23,6	26,1	25,5	28,9	32,0	28,1	17,1
Força influència	18,8	16,1	20,2	21,9	17,8	21,0	17,3	14,1	28,9
Molta influència	10,5	8,6	10,3	11,1	14,1	12,1	9,7	11,1	10,9
No contesta	2,8	2,3	2,6	3,3	4,2	3,1	1,0	4,5	0,0

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_36 CAMPUS - PROXIMITAT DE LA UNIVERSITAT AL DOMICILI NO HABITUAL (un altre domicili propi, domicili de familiars, etc)	Total (2223)	TITULARITAT CENTRE	
		Públic	Privat
Cap influència	21,7	19,5	>25,3
Poca influència	19,3	<16,7	>23,4
Alguna influència	26,9	27,6	25,8
Força influència	18,8	20,9	<15,4
Molta influència	10,5	11,9	<8,3
No contesta	2,8	3,3	1,9

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_36 CAMPUS - PROXIMITAT DE LA UNIVERSITAT AL DOMICILI NO HABITUAL (un altre domicili propi, domicili de familiars, etc)	Total (2223)	GENERE	
		Home	Dona
Cap influència	21,7	>26,1	<18,1
Poca influència	19,3	18,3	20,0
Alguna influència	26,9	27,8	26,2
Força influència	18,8	16,7	20,5
Molta influència	10,5	8,8	11,9
No contesta	2,8	2,2	3,2

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_36 CAMPUS - PROXIMITAT DE LA UNIVERSITAT AL DOMICILI NO HABITUAL (un altre domicili propi, domicili de familiars, etc)	Total (2223)	DEMARCATIÓ				
		BCN capital	Demarcació de Barcelona	Demarcació de Tarragona	Demarcació de Girona	Demarcació de Lleida
Cap influència	21,7	>27,9	20,0	19,9	15,3	17,3
Poca influència	19,3	21,9	19,2	15,2	16,3	17,6
Alguna influència	26,9	27,1	27,1	26,7	26,0	26,0
Força influència	18,8	<14,9	19,6	20,7	24,4	20,6
Molta influència	10,5	<6,7	10,9	14,9	13,0	16,0
No contesta	2,8	<1,4	3,2	2,6	5,1	2,6

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_36 CAMPUS - PROXIMITAT DE LA UNIVERSITAT AL DOMICILI NO HABITUAL (un altre domicili propri, domicili de familiars, etc)	Total (2223)	EXISTÈNCIA CENTRE UNIVERSITARI EN LA CIUTAT FAMILIAR		
		No	Sí	No contesta
		1101	1075	47
Cap influència	21,7	19,5	24,2	17,6
Poca influència	19,3	17,8	20,8	18,9
Alguna influència	26,9	26,1	27,7	28,2
Força influència	18,8	>21,7	<15,5	28,5
Molta influència	10,5	>12,5	8,8	4,2
No contesta	2,8	2,6	3,0	2,5

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_37 CAMPUS - POSSIBILITAT DE VIURE FORA DEL DOMICILI HABITUAL	Total (2221)	INTENCIÓ D'ANAR A LA UNIVERSITAT					
		Sí	Segurament sí	Encara no ho sé	No	Segurament no	No contesta
		1336	421	207	149	96	12
Cap influència	16,8	18,6	15,9	<9,9	14,4	11,8	33,4
Poca influència	17,0	19,1	13,8	15,3	13,6	11,5	0,0
Alguna influència	25,6	24,2	26,2	>32,9	23,7	28,5	43,6
Força influència	20,0	<17,2	>24,8	22,9	22,2	28,6	12,6
Molta influència	16,7	16,2	13,5	18,9	>26,1	18,3	6,7
No contesta	4,0	4,7	5,7	<0,0	<0,0	1,2	3,6

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_37 CAMPUS - POSSIBILITAT DE VIURE FORA DEL DOMICILI HABITUAL	Total (2221)	MODALITAT DE BATXILLERAT							
		Científic - Tecnològic	Ciències Socials	Ciències de la Salut	Humanita ts	Humanitat i Ciències Socials	Científic i Ciències de la Salut	Arts	No contesta
		584	567	350	254	184	181	86	15
Cap influència	16,8	17,5	18,2	16,2	15,7	15,5	14,8	15,6	13,1
Poca influència	17,0	19,6	17,8	16,7	13,3	14,0	14,2	16,4	23,6
Alguna influència	25,6	26,6	26,9	24,3	28,1	<17,9	27,6	20,5	29,5
Força influència	20,0	21,1	17,2	20,0	19,4	23,1	22,1	23,1	10,4
Molta influència	16,7	<12,4	16,4	19,1	17,1	>22,9	18,7	19,0	18,3
No contesta	4,0	2,7	3,6	3,7	>6,5	6,7	2,6	5,4	5,2

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar en a universitat el proper curs)

P19_37 CAMPUS - POSSIBILITAT DE VIURE FORA DEL DOMICILI HABITUAL	Total (2221)	TITULARITAT CENTRE	
		Públic	Privat
		1373	848
Cap influència	16,8	<14,5	>20,4
Poca influència	17,0	14,9	>20,4
Alguna influència	25,6	26,0	25,1
Força influència	20,0	20,9	18,5
Molta influència	16,7	>19,3	<12,5
No contesta	4,0	4,5	3,1

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_37 CAMPUS - POSSIBILITAT DE VIURE FORA DEL DOMICILI HABITUAL	Total (2221)	GENERE	
		Home	Dona
		993	1228
Cap influència	16,8	18,9	15,1
Poca influència	17,0	18,5	15,7
Alguna influència	25,6	27,3	24,3
Força influència	20,0	19,3	20,5
Molta influència	16,7	<12,8	>19,9
No contesta	4,0	3,2	4,6

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_37 CAMPUS - POSSIBILITAT DE VIURE FORA DEL DOMICILI HABITUAL	Total (2221)	DEMARCATIÓ				
		BCN capital	Demarcació de Barcelona	Demarcació de Tarragona	Demarcació de Girona	Demarcació de Lleida
		642	1055	210	188	127
Cap influència	16,8	>20,8	15,8	16,4	11,7	12,5
Poca influència	17,0	19,6	18,8	<8,2	<10,7	12,0
Alguna influència	25,6	26,8	25,4	25,7	23,7	24,3
Força influència	20,0	17,7	19,0	20,7	>31,0	22,4
Molta influència	16,7	<12,4	16,5	>25,2	17,2	>24,6
No contesta	4,0	2,6	4,5	3,8	5,8	4,2

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_37 CAMPUS - POSSIBILITAT DE VIURE FORA DEL DOMICILI HABITUAL	Total (2221)	EXISTÈNCIA CENTRE UNIVERSITARI EN LA CIUTAT FAMILIAR		
		No	Sí	No contesta
		1098	1076	47
Cap influència	16,8	16,1	17,9	6,1
Poca influència	17,0	16,0	17,5	25,2
Alguna influència	25,6	24,4	26,8	28,5
Força influència	20,0	20,8	19,0	23,1
Molta influència	16,7	>19,2	14,2	13,7
No contesta	4,0	3,5	4,5	3,4

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_38 CAMPUS - LA UNIVERSITAT MÉS PROPERA NO IMPARTEIX LA TITULACIÓ DESITJADA	Total (2216)	INTENCIÓ D'ANAR A LA UNIVERSITAT					
		Sí	Segurament sí	Encara no ho sé	No	Segurament no	No contesta
		1336	422	208	147	92	12
Cap influència	22,9	>27,0	<17,9	<14,5	21,4	<6,7	24,2
Poca influència	13,2	13,2	12,8	12,7	14,6	13,0	24,2
Alguna influència	23,8	21,4	24,2	>35,6	19,0	>36,0	31,1
Força influència	15,7	14,0	17,6	17,9	17,1	>24,7	10,2
Molta influència	21,1	20,1	23,6	19,0	27,9	18,4	6,7
No contesta	3,5	4,3	3,9	<0,3	<0,0	1,3	3,6

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_38 CAMPUS - LA UNIVERSITAT MÉS PROPERA NO IMPARTEIX LA TITULACIÓ DESITJADA	Total (2216)	MODALITAT DE BATXILLERAT							
		Científic - Tecnològic	Ciències Socials	Ciències de la Salut	Humanita ts	Humanitat i Ciències Socials	Científic i Ciències de la Salut	Arts	No contesta
Cap influència	22,9	25,5	25,0	18,6	23,3	27,5	<12,6	17,7	29,0
Poca influència	13,2	13,3	13,0	13,7	16,1	9,8	11,6	13,9	16,4
Alguna influència	23,8	23,3	22,8	25,9	22,1	21,4	26,2	30,6	14,7
Força influència	15,7	14,9	17,6	15,5	11,5	18,9	16,5	12,5	12,1
Molta influència	21,1	19,1	18,7	22,9	22,8	19,1	>30,9	19,7	23,5
No contesta	3,5	3,9	2,9	3,4	4,2	3,2	2,2	5,6	4,2

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_38 CAMPUS - LA UNIVERSITAT MÉS PROPERA NO IMPARTEIX LA TITULACIÓ DESITJADA	Total (2216)	TITULARITAT CENTRE	
		Públic	Privat
		1369	847
Cap influència	22,9	21,7	24,7
Poca influència	13,2	11,7	>15,7
Alguna influència	23,8	22,8	25,3
Força influència	15,7	16,1	14,9
Molta influència	21,1	>24,0	<16,2
No contesta	3,5	3,7	3,0

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_38 CAMPUS - LA UNIVERSITAT MÉS PROPERA NO IMPARTEIX LA TITULACIÓ DESITJADA	Total (2216)	GENERE	
		Home	Dona
		985	1231
Cap influència	22,9	23,9	22,0
Poca influència	13,2	14,2	12,4
Alguna influència	23,8	24,2	23,4
Força influència	15,7	16,2	15,3
Molta influència	21,1	18,6	23,0
No contesta	3,5	3,0	3,8

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_38 CAMPUS - LA UNIVERSITAT MÉS PROPERA NO IMPARTEIX LA TITULACIÓ DESITJADA	Total (2216)	DEMARCACIÓ				
		BCN capital	Demarcació de Barcelona	Demarcació de Tarragona	Demarcació de Girona	Demarcació de Lleida
		639	1050	211	188	128
Cap influència	22,9	23,0	22,3	23,0	26,0	21,9
Poca influència	13,2	14,9	13,6	11,2	8,2	12,2
Alguna influència	23,8	25,0	24,3	18,7	24,2	20,7
Força influència	15,7	16,1	13,8	16,6	>21,8	18,2
Molta influència	21,1	18,2	22,8	27,2	<14,1	21,1
No contesta	3,5	2,7	3,2	3,3	5,6	5,9

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_38 CAMPUS - LA UNIVERSITAT MÉS PROPERA NO IMPARTEIX LA TITULACIÓ DESITJADA	Total (2216)	EXISTÈNCIA CENTRE UNIVERSITARI EN LA CIUTAT FAMILIAR		
		No	Sí	No contesta
		1097	1073	46
Cap influència	22,9	23,3	22,9	12,2
Poca influència	13,2	13,3	12,9	17,4
Alguna influència	23,8	23,0	23,8	>40,3
Força influència	15,7	16,4	15,1	11,0
Molta influència	21,1	20,8	21,5	16,5
No contesta	3,5	3,1	3,8	2,6

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

11.1.10. REFERÈNCIES

P19_39 REFERÈNCIES - DECISIÓ FAMILIAR	Total (2232)	INTENCIO D'ANAR A LA UNIVERSITAT					
		Sí	Segurament sí	Encara no ho sé	No	Segurament no	No contesta
		1336	422	215	151	97	12
Cap influència	29,5	30,2	27,7	28,7	31,6	24,6	35,4
Poca influència	21,1	23,4	18,6	15,6	18,8	18,6	0,0
Alguna influència	24,5	<21,7	28,9	28,6	23,6	32,3	>54,3
Força influència	15,6	14,9	17,1	16,5	15,8	18,4	0,0
Molta influència	7,4	7,3	5,2	10,7	10,1	6,0	6,7
No contesta	2,0	2,6	2,5	<0,0	0,0	0,0	3,6

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_39 REFERÈNCIES - DECISIÓ FAMILIAR	Total (2232)	MODALITAT DE BATXILLERAT							
		Científic - Tecnològic	Ciències Socials	Ciències de la Salut	Humanitats	Humanitat i Ciències Socials	Científic i Ciències de la Salut	Arts	No contesta
		585	568	356	254	185	181	89	15
Cap influència	29,5	>34,5	25,2	29,0	>36,2	25,1	26,2	23,7	15,9
Poca influència	21,1	21,2	21,2	20,2	17,0	19,7	23,9	28,2	42,5
Alguna influència	24,5	23,7	24,8	25,2	22,4	27,1	23,6	26,0	22,9
Força influència	15,6	12,8	18,0	17,8	12,0	19,3	15,8	12,9	9,8
Molta influència	7,4	5,2	9,4	6,7	8,7	5,9	9,1	6,2	8,9
No contesta	2,0	2,5	1,3	1,1	3,6	2,8	1,4	3,0	0,0

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_39 REFERÈNCIES - DECISIÓ FAMILIAR	Total (2232)	TITULARITAT CENTRE	
		Públic	Privat
		1385	847
Cap influència	29,5	31,5	26,1
Poca influència	21,1	20,0	22,9
Alguna influència	24,5	24,2	24,8
Força influència	15,6	14,7	17,1
Molta influència	7,4	6,8	8,2
No contesta	2,0	2,8	<0,9

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_39 REFERÈNCIES - DECISIÓ FAMILIAR	Total (2232)	GENERE	
		Home 999	Dona 1234
Cap influència	29,5	31,5	27,8
Poca influència	21,1	21,3	20,9
Alguna influència	24,5	24,8	24,2
Força influència	15,6	13,6	17,2
Molta influència	7,4	7,1	7,6
No contesta	2,0	1,8	2,3

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_39 REFERÈNCIES - DECISIÓ FAMILIAR	Total (2232)	DEMARCATIÓ				
		BCN capital 640	Demarcació de Barcelona 1061	Demarcació de Tarragona 213	Demarcació de Girona 189	Demarcació de Lleida 129
Cap influència	29,5	30,3	31,1	23,8	23,6	29,8
Poca influència	21,1	22,1	20,9	24,0	19,5	14,8
Alguna influència	24,5	25,4	22,4	27,4	28,2	26,2
Força influència	15,6	14,0	15,7	18,0	15,5	19,0
Molta influència	7,4	7,0	7,2	6,4	9,6	8,3
No contesta	2,0	1,2	2,6	0,3	3,6	1,9

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_39 REFERÈNCIES - DECISIÓ FAMILIAR	Total (2232)	EXISTÈNCIA CENTRE UNIVERSITARI EN LA CIUTAT FAMILIAR		
		No 1110	Sí 1076	No contesta 47
Cap influència	29,5	30,1	29,0	24,4
Poca influència	21,1	21,0	21,3	16,7
Alguna influència	24,5	23,7	25,0	29,5
Força influència	15,6	15,7	15,1	25,9
Molta influència	7,4	7,6	7,3	3,5
No contesta	2,0	1,9	2,3	0,0

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_40 REFERÈNCIES - RECOMANACIÓ FAMILIAR	Total (2232)	INTENCIÓ D'ANAR A LA UNIVERSITAT					
		Sí 1336	Segurament sí 422	Encara no ho sé 213	No 152	Segurament no 98	No contesta 12
Cap influència	15,2	15,7	14,2	15,2	14,8	12,5	19,6
Poca influència	18,0	18,0	19,4	16,8	19,5	12,7	7,6
Alguna influència	31,4	29,9	33,2	33,3	28,3	>43,1	36,8
Força influència	23,1	23,2	23,0	19,1	27,6	22,1	32,4
Molta influència	10,5	10,9	<7,4	>15,6	9,7	9,6	0,0
No contesta	1,9	2,3	2,8	<0,0	0,0	0,0	3,6

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_40 REFERÈNCIES - RECOMANACIÓ FAMILIAR	Total (2232)	MODALITAT DE BATXILLERAT							
		Científic - Tecnològic	Ciències Socials	Ciències de la Salut	Humanita ts	Humanitat i Ciències Socials	Científic i Ciències de la Salut	Arts	No contesta
Cap influència	15,2	16,0	12,4	18,2	18,7	11,9	13,3	15,3	17,1
Poca influència	18,0	19,3	17,0	19,6	18,6	17,4	<11,8	22,4	8,5
Alguna influència	31,4	31,0	30,6	26,9	27,5	>39,6	38,4	33,2	49,3
Força influència	23,1	21,5	26,9	26,5	17,6	19,1	23,5	19,6	20,2
Molta influència	10,5	9,9	12,1	8,3	13,2	9,4	11,2	6,5	4,9
No contesta	1,9	2,4	1,0	0,6	>4,2	2,6	1,9	3,0	0,0

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_40 REFERÈNCIES - RECOMANACIÓ FAMILIAR	Total (2232)	TITULARITAT CENTRE	
		Públic	Privat
Cap influència	15,2	>17,7	<11,0
Poca influència	18,0	17,8	18,2
Alguna influència	31,4	30,5	32,8
Força influència	23,1	21,5	25,7
Molta influència	10,5	9,7	11,7
No contesta	1,9	>2,7	<0,6

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_40 REFERÈNCIES - RECOMANACIÓ FAMILIAR	Total (2232)	GENERE	
		Home	Dona
Cap influència	15,2	17,5	13,3
Poca influència	18,0	18,1	17,9
Alguna influència	31,4	29,5	32,8
Força influència	23,1	22,9	23,2
Molta influència	10,5	10,0	10,8
No contesta	1,9	1,9	1,9

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_40 REFERÈNCIES - RECOMANACIÓ FAMILIAR	Total (2232)	DEMARCACIÓ				
		BCN capital	Demarcació de Barcelona	Demarcació de Tarragona	Demarcació de Girona	Demarcació de Lleida
Cap influència	15,2	12,7	16,1	16,4	16,3	16,1
Poca influència	18,0	20,9	17,2	17,7	13,3	16,6
Alguna influència	31,4	30,1	32,1	32,9	31,2	29,5
Força influència	23,1	24,3	23,2	19,6	23,1	21,9
Molta influència	10,5	10,8	9,1	12,6	12,2	14,2
No contesta	1,9	1,0	2,4	0,8	>4,0	1,6

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_40 REFERÈNCIES - RECOMANACIÓ FAMILIAR	Total (2232)	EXISTÈNCIA CENTRE UNIVERSITARI EN LA CIUTAT FAMILIAR		
		No	Sí	No contesta
		1108	1077	47
Cap influència	15,2	16,9	13,8	7,6
Poca influència	18,0	17,8	18,4	12,3
Alguna influència	31,4	30,0	32,0	47,3
Força influència	23,1	22,6	23,6	23,3
Molta influència	10,5	10,9	10,1	9,6
No contesta	1,9	1,9	2,1	0,0

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_41 REFERÈNCIES - RECOMANACIÓ D'ESTUDIANTS UNIVERSITARIS	Total (2234)	INTENCIO D'ANAR A LA UNIVERSITAT					
		Sí	Segurament sí	Encara no ho sé	No	Segurament no	No contesta
		1336	422	216	151	98	12
Cap influència	11,1	11,4	<7,9	11,6	>17,3	10,1	3,6
Poca influència	15,7	14,4	17,8	19,1	14,1	19,5	7,6
Alguna influència	34,7	34,2	36,0	35,2	30,7	39,2	50,0
Força influència	28,2	28,3	29,1	24,5	30,4	26,8	35,2
Molta influència	8,3	9,2	6,5	9,2	7,5	4,4	0,0
No contesta	2,0	2,5	2,7	0,3	0,0	0,0	3,6

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_41 REFERÈNCIES - RECOMANACIÓ D'ESTUDIANTS UNIVERSITARIS	Total (2234)	MODALITAT DE BATXILLERAT							
		Científic - Tecnològic	Ciències Socials	Ciències de la Salut	Humanita ts	Humanitat i Ciències Socials	Científic i Ciències de la Salut	Arts	No contesta
		586	569	356	254	185	181	89	15
Cap influència	11,1	11,5	10,4	14,3	14,9	6,5	6,9	8,5	0,0
Poca influència	15,7	15,8	15,3	16,4	14,2	11,9	19,8	12,2	>52,0
Alguna influència	34,7	35,7	36,2	33,1	35,6	28,8	39,0	28,9	17,7
Força influència	28,2	26,8	26,6	27,1	23,9	>43,3	24,5	>42,6	12,5
Molta influència	8,3	7,8	10,3	8,1	7,1	7,3	7,7	4,7	17,7
No contesta	2,0	2,5	1,2	0,9	>4,3	2,2	2,0	3,0	0,0

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_41 REFERÈNCIES - RECOMANACIÓ D'ESTUDIANTS UNIVERSITARIS	Total (2234)	TITULARITAT CENTRE	
		Públic	Privat
		1386	848
Cap influència	11,1	12,4	8,8
Poca influència	15,7	15,4	16,2
Alguna influència	34,7	34,2	35,5
Força influència	28,2	26,7	30,7
Molta influència	8,3	8,4	8,1
No contesta	2,0	>2,8	<0,8

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_41 REFERÈNCIES - RECOMANACIÓ D'ESTUDIANTS UNIVERSITARIS	Total (2234)	GENERE	
		Home 999	Dona 1235
Cap influència	11,1	12,8	9,7
Poca influència	15,7	>18,7	<13,3
Alguna influència	34,7	33,0	36,1
Força influència	28,2	26,2	29,8
Molta influència	8,3	7,6	8,9
No contesta	2,0	1,8	2,3

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar en una universitat el proper curs)

P19_41 REFERÈNCIES - RECOMANACIÓ D'ESTUDIANTS UNIVERSITARIS	Total (2234)	DEMARCACIÓ				
		BCN capital 642	Demarcació de Barcelona 1061	Demarcació de Tarragona 213	Demarcació de Girona 189	Demarcació de Lleida 129
Cap influència	11,1	9,5	11,0	14,0	11,6	13,4
Poca influència	15,7	15,6	15,7	16,7	14,0	16,9
Alguna influència	34,7	36,6	34,7	28,9	35,3	34,5
Força influència	28,2	29,3	28,1	29,1	27,4	23,5
Molta influència	8,3	7,7	8,2	10,5	7,6	9,7
No contesta	2,0	1,4	2,4	0,8	4,0	1,9

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_41 REFERÈNCIES - RECOMANACIÓ D'ESTUDIANTS UNIVERSITARIS	Total (2234)	EXISTÈNCIA CENTRE UNIVERSITARI EN LA CIUTAT FAMILIAR		
		No 1110	Sí 1078	No contesta 47
Cap influència	11,1	12,4	9,7	8,8
Poca influència	15,7	15,9	15,8	7,5
Alguna influència	34,7	33,4	35,1	>56,7
Força influència	28,2	27,3	29,3	23,5
Molta influència	8,3	9,0	7,8	3,5
No contesta	2,0	1,9	2,2	0,0

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_42 REFERÈNCIES - RECOMANACIÓ D'ANTICS ALUMNES DE LA UNIVERSITAT	Total (2231)	INTENCIÓ D'ANAR A LA UNIVERSITAT					
		Sí 1336	Segurament sí 422	Encara no ho sé 214	No 151	Segurament no 97	No contesta 12
Cap influència	16,8	17,7	15,1	18,2	14,2	13,3	12,8
Poca influència	16,7	15,6	19,2	16,4	16,2	21,0	31,8
Alguna influència	30,6	30,1	30,8	33,1	31,0	32,7	16,6
Força influència	26,2	25,9	27,0	23,8	28,5	27,2	35,2
Molta influència	7,7	8,1	5,6	8,6	10,1	5,8	0,0
No contesta	2,0	2,7	2,3	<0,0	0,0	0,0	3,6

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_42 REFERÈNCIES - RECOMANACIÓ D'ANTICS ALUMNES DE LA UNIVERSITAT	Total (2231)	MODALITAT DE BATXILLERAT							
		Científic - Tecnològic	Ciències Socials	Ciències de la Salut	Humanita ts	Humanitat i Ciències Socials	Científic i Ciències de la Salut	Arts	No contesta
Cap influència	16,8	18,7	16,1	19,7	>22,9	<9,4	10,9	8,3	13,5
Poca influència	16,7	16,8	13,9	17,7	16,9	16,7	22,2	17,2	26,4
Alguna influència	30,6	31,6	31,9	29,9	28,0	33,1	28,1	25,9	33,2
Força influència	26,2	23,8	28,1	25,5	<19,8	29,1	31,7	35,2	13,3
Molta influència	7,7	6,8	8,8	6,8	7,7	9,5	4,8	10,4	13,6
No contesta	2,0	2,4	1,2	<0,5	>4,7	2,2	2,3	3,0	0,0

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_42 REFERÈNCIES - RECOMANACIÓ D'ANTICS ALUMNES DE LA UNIVERSITAT	Total (2231)	TITULARITAT CENTRE	
		Públic	Privat
Cap influència	16,8	18,2	14,5
Poca influència	16,7	17,3	15,7
Alguna influència	30,6	29,3	32,8
Força influència	26,2	25,2	27,7
Molta influència	7,7	7,3	8,2
No contesta	2,0	2,7	<1,0

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_42 REFERÈNCIES - RECOMANACIÓ D'ANTICS ALUMNES DE LA UNIVERSITAT	Total (2231)	GENERE	
		Home	Dona
Cap influència	16,8	19,1	15,0
Poca influència	16,7	>19,6	<14,3
Alguna influència	30,6	28,4	32,4
Força influència	26,2	23,9	28,0
Molta influència	7,7	7,0	8,2
No contesta	2,0	1,9	2,2

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_42 REFERÈNCIES - RECOMANACIÓ D'ANTICS ALUMNES DE LA UNIVERSITAT	Total (2231)	DEMARCACIÓ				
		BCN capital	Demarcació de Barcelona	Demarcació de Tarragona	Demarcació de Girona	Demarcació de Lleida
Cap influència	16,8	14,2	17,3	21,2	17,8	17,4
Poca influència	16,7	17,0	16,3	17,5	16,9	16,5
Alguna influència	30,6	32,0	30,6	26,6	30,6	30,4
Força influència	26,2	27,4	26,4	23,2	24,2	25,6
Molta influència	7,7	7,9	7,0	10,6	7,3	7,5
No contesta	2,0	1,4	2,4	0,8	3,2	2,6

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_42 REFERÈNCIES - RECOMANACIÓ D'ANTICS ALUMNES DE LA UNIVERSITAT	Total (2231)	EXISTÈNCIA CENTRE UNIVERSITARI EN LA CIUTAT FAMILIAR		
		No	Sí	No contesta
		1110	1076	46
Cap influència	16,8	18,2	15,4	16,4
Poca influència	16,7	16,1	17,3	16,9
Alguna influència	30,6	32,1	28,7	39,6
Força influència	26,2	24,0	28,6	23,4
Molta influència	7,7	7,9	7,6	3,6
No contesta	2,0	1,8	2,4	0,0

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_43 REFERÈNCIES - RECOMANACIÓ DEL PROFESSOR / TUTOR / ORIENTADOR	Total (2233)	INTENCIÓ D'ANAR A LA UNIVERSITAT					
		Sí	Segurament sí	Encara no ho sé	No	Segurament no	No contesta
		1336	422	216	151	97	12
Cap influència	13,2	14,1	11,9	12,1	15,8	<5,5	12,8
Poca influència	15,0	14,8	16,6	15,0	11,5	17,6	7,6
Alguna influència	33,8	33,0	35,6	34,3	28,2	45,3	30,9
Força influència	27,0	27,4	23,9	27,1	31,0	25,2	45,0
Molta influència	8,9	8,1	9,2	11,5	13,5	6,4	0,0
No contesta	2,1	2,6	2,8	<0,0	0,0	0,0	3,6

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_43 REFERÈNCIES - RECOMANACIÓ DEL PROFESSOR / TUTOR / ORIENTADOR	Total (2233)	MODALITAT DE BATXILLERAT							
		Científic - Tecnològic	Ciències Socials	Ciències de la Salut	Humanita ts	Humanitat i Ciències Socials	Científic i Ciències de la Salut	Arts	No contesta
		586	569	356	254	185	181	88	14
Cap influència	13,2	>17,8	12,0	14,1	12,8	<4,9	11,3	9,8	14,3
Poca influència	15,0	17,7	12,8	13,9	14,8	>20,6	12,5	8,7	21,1
Alguna influència	33,8	33,2	34,9	36,9	<26,6	30,5	36,9	40,9	26,4
Força influència	27,0	<21,8	29,7	25,6	31,3	31,2	27,8	26,6	24,6
Molta influència	8,9	6,9	9,7	8,0	10,0	10,6	10,1	11,0	13,6
No contesta	2,1	2,7	1,0	1,4	>4,4	2,2	1,4	3,0	0,0

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_43 REFERÈNCIES - RECOMANACIÓ DEL PROFESSOR / TUTOR / ORIENTADOR	Total (2233)	TITULARITAT CENTRE	
		Públic	Privat
Cap influència	13,2	14,9	<10,4
Poca influència	15,0	14,9	15,1
Alguna influència	33,8	34,0	33,5
Força influència	27,0	24,4	>31,2
Molta influència	8,9	8,7	9,3
No contesta	2,1	>3,0	<0,6

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_43 REFERÈNCIES - RECOMANACIÓ DEL PROFESSOR / TUTOR / ORIENTADOR	Total (2233)	GENERE	
		Home 998	Dona 1235
Cap influència	13,2	>17,5	<9,8
Poca influència	15,0	14,3	15,5
Alguna influència	33,8	33,4	34,2
Força influència	27,0	24,0	29,4
Molta influència	8,9	8,9	8,9
No contesta	2,1	2,0	2,2

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_43 REFERÈNCIES - RECOMANACIÓ DEL PROFESSOR / TUTOR / ORIENTADOR	Total (2233)	DEMARCATIÓ				
		BCN capital 641	Demarcació de Barcelona 1061	Demarcació de Tarragona 213	Demarcació de Girona 189	Demarcació de Lleida 129
Cap influència	13,2	11,3	13,6	17,5	14,0	11,7
Poca influència	15,0	14,8	15,6	13,8	13,9	14,4
Alguna influència	33,8	35,1	33,1	32,1	34,5	35,0
Força influència	27,0	29,3	26,9	23,8	24,1	25,3
Molta influència	8,9	8,3	8,2	11,4	10,4	11,1
No contesta	2,1	1,2	2,6	1,3	3,2	2,6

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_43 REFERÈNCIES - RECOMANACIÓ DEL PROFESSOR / TUTOR / ORIENTADOR	Total (2233)	EXISTÈNCIA CENTRE UNIVERSITARI EN LA CIUTAT FAMILIAR		
		No 1109	Sí 1079	No contesta 46
Cap influència	13,2	14,7	11,9	8,8
Poca influència	15,0	14,0	16,1	12,1
Alguna influència	33,8	34,0	32,7	>54,0
Força influència	27,0	25,6	28,6	21,9
Molta influència	8,9	9,7	8,4	3,2
No contesta	2,1	2,0	2,3	0,0

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_44 REFERÈNCIES - RECOMANACIÓ D'AMICS	Total (2233)	INTENCIÓ D'ANAR A LA UNIVERSITAT					
		Sí 1336	Segurament sí 422	Encara no ho sé 215	No 151	Segurament no 97	No contesta 12
Cap influència	13,9	15,5	12,1	10,3	14,4	8,6	0,0
Poca influència	22,1	23,5	21,4	21,4	16,5	17,2	11,2
Alguna influència	34,4	33,4	34,6	37,0	35,7	38,4	40,0
Força influència	21,4	19,2	23,7	21,1	27,6	28,9	45,2
Molta influència	6,2	5,8	5,7	>10,1	5,8	6,9	0,0
No contesta	2,1	2,7	2,4	<0,0	0,0	0,0	3,6

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_44 REFERÈNCIES - RECOMANACIÓ D'AMICS	Total (2233)	MODALITAT DE BATXILLERAT							
		Científic - Tecnològic	Ciències Socials	Ciències de la Salut	Humanita ts	Humanitat i Ciències Socials	Científic i Ciències de la Salut	Arts	No contesta
Cap influència	13,9	16,2	13,7	14,9	15,2	9,0	11,7	<4,6	24,2
Poca influència	22,1	23,5	21,0	25,5	18,1	20,4	22,8	19,1	23,8
Alguna influència	34,4	35,2	33,4	33,0	31,9	34,1	40,9	35,2	33,1
Força influència	21,4	17,7	23,0	21,1	24,1	>29,9	<14,3	27,5	7,4
Molta influència	6,2	5,0	7,7	3,7	7,3	4,3	8,0	10,5	11,6
No contesta	2,1	2,4	1,2	1,6	3,4	2,4	2,2	3,0	0,0

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_44 REFERÈNCIES - RECOMANACIÓ D'AMICS	Total (2233)	TITULARITAT CENTRE	
		Públic	Privat
Cap influència	13,9	14,7	12,5
Poca influència	22,1	21,8	22,5
Alguna influència	34,4	31,4	>39,1
Força influència	21,4	22,3	19,9
Molta influència	6,2	6,9	5,0
No contesta	2,1	2,8	<0,9

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_44 REFERÈNCIES - RECOMANACIÓ D'AMICS	Total (2233)	GENERE	
		Home	Dona
Cap influència	13,9	16,2	12,0
Poca influència	22,1	21,8	22,3
Alguna influència	34,4	32,4	36,0
Força influència	21,4	21,4	21,3
Molta influència	6,2	6,2	6,2
No contesta	2,1	2,0	2,2

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_44 REFERÈNCIES - RECOMANACIÓ D'AMICS	Total (2233)	DEMARCACIÓ				
		BCN capital	Demarcació de Barcelona	Demarcació de Tarragona	Demarcació de Girona	Demarcació de Lleida
Cap influència	13,9	13,4	13,6	16,4	14,7	13,8
Poca influència	22,1	21,1	22,5	25,1	22,0	18,9
Alguna influència	34,4	37,0	33,5	31,1	34,9	32,8
Força influència	21,4	22,7	22,2	16,0	17,4	22,5
Molta influència	6,2	4,4	6,0	9,5	7,2	9,4
No contesta	2,1	1,4	2,2	1,8	3,8	2,6

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_44 REFERÈNCIES - RECOMANACIÓ D'AMICS	Total (2233)	EXISTÈNCIA CENTRE UNIVERSITARI EN LA CIUTAT FAMILIAR		
		No 1108	Sí 1078	No contesta 47
Cap influència	13,9	15,8	11,9	15,4
Poca influència	22,1	20,3	24,2	16,5
Alguna influència	34,4	34,3	33,8	48,7
Força influència	21,4	20,6	22,3	19,4
Molta influència	6,2	7,1	5,6	0,0
No contesta	2,1	2,0	2,3	0,0

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_45 REFERÈNCIES - DIFICULTAT PER ACCEDIR A UNA UNIVERSITAT PÚBLICA	Total (2231)	INTENCIÓ D'ANAR A LA UNIVERSITAT					
		Sí 1336	Segurament sí 422	Encara no ho sé 216	No 148	Segurament no 97	No contesta 12
Cap influència	16,1	>19,6	13,2	<8,8	11,8	<4,6	0,0
Poca influència	11,7	12,6	10,9	10,4	10,3	9,7	0,0
Alguna influència	23,5	22,1	23,5	26,3	28,0	27,9	37,1
Força influència	23,7	21,5	22,3	>30,5	28,0	>37,1	22,8
Molta influència	22,2	20,6	26,5	24,0	21,9	20,7	28,9
No contesta	2,9	3,7	3,6	<0,0	<0,0	0,0	11,2

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_45 REFERÈNCIES - DIFICULTAT PER ACCEDIR A UNA UNIVERSITAT PÚBLICA	Total (2231)	MODALITAT DE BATXILLERAT							
		Científic - Tecnològic 584	Ciències Socials 568	Ciències de la Salut 356	Humanita ts 253	Humanitat i Ciències Socials 185	Científic i Ciències de la Salut 181	Arts 87	No contesta 16
Cap influència	16,1	18,7	14,7	15,2	17,3	12,4	17,5	12,4	11,4
Poca influència	11,7	12,6	10,2	12,1	11,6	11,6	14,4	8,7	11,6
Alguna influència	23,5	26,6	23,2	23,5	<17,4	20,4	24,2	27,1	22,1
Força influència	23,7	22,3	26,2	21,5	24,1	22,8	20,9	29,6	31,5
Molta influència	22,2	<16,3	24,2	25,4	24,4	>29,1	20,5	18,3	23,5
No contesta	2,9	3,6	<1,5	2,3	>5,2	3,8	2,5	4,0	0,0

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_45 REFERÈNCIES - DIFICULTAT PER ACCEDIR A UNA UNIVERSITAT PÚBLICA	Total (2231)	TITULARITAT CENTRE	
		Públic 1382	Privat 849
Cap influència	16,1	15,9	16,3
Poca influència	11,7	10,6	13,5
Alguna influència	23,5	23,4	23,6
Força influència	23,7	23,3	24,3
Molta influència	22,2	23,2	20,5
No contesta	2,9	3,6	1,9

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_45 REFERÈNCIES - DIFICULTAT PER ACCEDIR A UNA UNIVERSITAT PÚBLICA	Total (2231)	GENERE	
		Home	Dona
		998	1233
Cap influència	16,1	>19,4	<13,3
Poca influència	11,7	12,1	11,4
Alguna influència	23,5	>27,3	<20,4
Força influència	23,7	21,4	25,5
Molta influència	22,2	<17,3	>26,2
No contesta	2,9	2,5	3,3

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_45 REFERÈNCIES - DIFICULTAT PER ACCEDIR A UNA UNIVERSITAT PÚBLICA	Total (2231)	DEMARCACIÓ				
		BCN capital	Demarcació de Barcelona	Demarcació de Tarragona	Demarcació de Girona	Demarcació de Lleida
		643	1059	213	188	129
Cap influència	16,1	15,6	15,9	17,7	18,7	13,3
Poca influència	11,7	12,0	12,0	9,5	14,2	7,6
Alguna influència	23,5	23,1	23,4	25,9	20,0	27,7
Força influència	23,7	25,7	21,9	24,3	24,1	26,3
Molta influència	22,2	22,1	23,3	20,6	18,4	21,2
No contesta	2,9	<1,5	3,6	1,9	4,5	4,0

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_45 REFERÈNCIES - DIFICULTAT PER ACCEDIR A UNA UNIVERSITAT PÚBLICA	Total (2231)	EXISTÈNCIA CENTRE UNIVERSITARI EN LA CIUTAT FAMILIAR		
		No	Sí	No contesta
		1107	1077	47
Cap influència	16,1	16,6	16,1	<2,6
Poca influència	11,7	11,8	11,5	12,4
Alguna influència	23,5	23,4	22,8	>40,2
Força influència	23,7	23,0	24,0	31,8
Molta influència	22,2	21,9	22,9	12,9
No contesta	2,9	3,3	2,7	0,0

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_46 REFERÈNCIES - DIFICULTAT PER ACCEDIR A UNA UNIVERSITAT PRIVADA	Total (2230)	INTENCIO D'ANAR A LA UNIVERSITAT					
		Sí	Segurament sí	Encara no ho sé	No	Segurament no	No contesta
		1336	422	215	150	96	12
Cap influència	21,8	>24,6	18,9	16,6	18,4	13,9	9,2
Poca influència	13,9	14,7	13,0	13,5	12,7	12,1	0,0
Alguna influència	25,9	24,0	26,0	29,4	31,0	33,8	39,4
Força influència	17,5	16,2	18,2	18,8	19,9	>27,1	11,2
Molta influència	17,7	16,8	19,3	21,6	18,0	12,7	28,9
No contesta	3,2	3,7	4,5	<0,0	<0,0	0,4	11,2

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_46 REFERÈNCIES - DIFICULTAT PER ACCEDIR A UNA UNIVERSITAT PRIVADA	Total (2230)	MODALITAT DE BATXILLERAT							
		Científic - Tecnològic	Ciències Socials	Ciències de la Salut	Humanita ts	Humanitat i Ciències Socials	Científic i Ciències de la Salut	Arts	No contesta
Cap influència	21,8	24,3	<17,4	22,6	24,4	22,2	23,9	15,1	35,5
Poca influència	13,9	13,1	13,3	14,6	16,4	13,7	13,3	14,0	24,4
Alguna influència	25,9	29,0	25,6	25,4	23,3	23,8	22,8	29,4	12,8
Força influència	17,5	15,0	19,7	17,3	17,5	15,2	20,1	22,7	9,1
Molta influència	17,7	14,9	>21,6	17,1	13,5	22,3	18,0	15,2	18,2
No contesta	3,2	3,7	2,4	3,0	5,0	2,8	1,9	3,5	0,0

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_46 REFERÈNCIES - DIFICULTAT PER ACCEDIR A UNA UNIVERSITAT PRIVADA	Total (2230)	TITULARITAT CENTRE	
		Públic	Privat
Cap influència	21,8	23,2	19,4
Poca influència	13,9	13,0	15,5
Alguna influència	25,9	25,6	26,4
Força influència	17,5	15,9	20,1
Molta influència	17,7	18,1	17,0
No contesta	3,2	4,1	<1,6

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_46 REFERÈNCIES - DIFICULTAT PER ACCEDIR A UNA UNIVERSITAT PRIVADA	Total (2230)	GENERE	
		Home	Dona
Cap influència	21,8	24,2	19,9
Poca influència	13,9	12,2	15,3
Alguna influència	25,9	28,5	23,7
Força influència	17,5	16,9	18,1
Molta influència	17,7	16,0	19,1
No contesta	3,2	2,2	3,9

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_46 REFERÈNCIES - DIFICULTAT PER ACCEDIR A UNA UNIVERSITAT PRIVADA	Total (2230)	DEMARCACIÓ				
		BCN capital	Demarcació de Barcelona	Demarcació de Tarragona	Demarcació de Girona	Demarcació de Lleida
Cap influència	21,8	20,3	21,8	22,6	26,2	21,1
Poca influència	13,9	15,6	13,1	11,1	16,3	13,9
Alguna influència	25,9	26,0	25,7	28,1	23,5	26,4
Força influència	17,5	18,9	17,0	17,5	16,6	16,3
Molta influència	17,7	17,1	18,8	19,0	12,5	17,0
No contesta	3,2	2,1	3,5	1,6	4,9	5,3

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P19_46 REFERÈNCIES - DIFICULTAT PER ACCEDIR A UNA UNIVERSITAT PRIVADA	Total (2230)	EXISTÈNCIA CENTRE UNIVERSITARI EN LA CIUTAT FAMILIAR		
		No	Sí	No contesta
		1104	1079	47
Cap influència	21,8	22,2	21,7	13,4
Poca influència	13,9	13,2	14,5	19,4
Alguna influència	25,9	24,8	26,4	38,3
Força influència	17,5	16,5	18,6	17,6
Molta influència	17,7	>20,3	15,5	7,3
No contesta	3,2	3,0	3,3	4,1

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

11.2. VALORACIÓ UNIVERSITATS PRESENCIALS

11.2.1. UNIVERSITAT ABAT OLIBA CEU (UAO)

P20_1 VALORACIÓ - UNIVERSITAT ABAT OLIBA (UAO)	Total (2207)	INTENCIO D'ANAR A LA UNIVERSITAT					
		Sí	Segurament sí	Encara no ho sé	No	Segurament no	No contesta
Molt dolenta	6,8	6,4	5,5	9,4	10,8	6,1	3,6
Dolenta	6,0	6,2	4,5	8,1	5,0	6,5	10,2
Normal	18,8	17,7	20,6	24,4	14,5	21,4	22,5
Bona	11,3	12,7	10,8	<5,8	12,6	5,1	0,0
Molt bona	4,4	4,6	3,7	4,1	5,0	3,0	14,3
No contesta	4,6	4,9	>7,8	<0,0	<0,0	1,3	>20,2
No la conec	48,1	47,5	47,1	48,2	52,1	56,6	29,2

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P20_1 VALORACIÓ - UNIVERSITAT ABAT OLIBA (UAO)	Total (571)	MODALITAT DE BATXILLERAT							
		Científic - Tecnològic	Ciències Socials	Ciències de la Salut	Humanita ts	Humanitat i Ciències Socials	Científic i Ciències de la Salut	Arts	No contesta
		567	351	252	187	179	86	15	(16)
Molt dolenta	6,8	7,9	8,5	5,9	<3,2	6,6	<2,9	7,1	>23,3
Dolenta	6,0	6,5	6,2	5,5	4,3	6,4	6,7	7,2	0,0
Normal	18,8	21,5	20,4	18,7	<12,6	16,6	18,2	16,2	17,2
Bona	11,3	<6,6	>16,2	>15,7	7,7	13,5	6,5	7,2	19,3
Molt bona	4,4	<2,3	>6,5	3,5	4,8	6,4	2,7	6,1	0,0
No contesta	4,6	6,2	3,2	5,0	3,4	4,6	4,7	5,2	0,0
No la conec	48,1	48,9	<39,0	45,7	>63,9	45,7	58,2	51,0	40,2

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P20_1 VALORACIÓ - UNIVERSITAT ABAT OLIBA (UAO)	Total (2207)	TITULARITAT CENTRE	
		Públic 1364	Privat 843
Molt dolenta	6,8	<4,2	>11,0
Dolenta	6,0	5,1	7,5
Normal	18,8	<16,1	>23,3
Bona	11,3	<5,5	>20,7
Molt bona	4,4	<2,1	>8,0
No contesta	4,6	>6,0	<2,4
No la conec	48,1	>61,0	<27,1

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P20_1 VALORACIÓ - UNIVERSITAT ABAT OLIBA (UAO)	Total (2207)	GENERE	
		Home 980	Dona 1227
Molt dolenta	6,8	>9,8	<4,4
Dolenta	6,0	7,4	4,9
Normal	18,8	>22,6	<15,8
Bona	11,3	9,7	12,6
Molt bona	4,4	4,4	4,3
No contesta	4,6	4,8	4,4
No la conec	48,1	<41,3	>53,5

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P20_1 VALORACIÓ - UNIVERSITAT ABAT OLIBA (UAO)	Total (2207)	DEMARCACIÓ				
		BCN capital 636	Demarcació de Barcelona 1042	Demarcació de Tarragona 214	Demarcació de Girona 187	Demarcació de Lleida 128
Molt dolenta	6,8	>11,4	<5,0	3,6	4,9	6,3
Dolenta	6,0	6,1	6,2	6,4	5,3	4,8
Normal	18,8	21,9	18,5	15,2	14,3	18,9
Bona	11,3	>14,4	10,7	8,5	9,0	9,1
Molt bona	4,4	>6,2	3,5	2,5	5,4	4,2
No contesta	4,6	<2,4	5,1	4,8	>8,0	5,8
No la conec	48,1	<37,5	51,0	>59,1	53,0	50,8

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P20_1 VALORACIÓ - UNIVERSITAT ABAT OLIBA (UAO)	Total (2207)	EXISTÈNCIA CENTRE UNIVERSITARI EN LA CIUTAT FAMILIAR		
		No 1094	Sí 1066	No contesta 48
Molt dolenta	6,8	5,7	7,6	12,3
Dolenta	6,0	6,0	6,0	5,7
Normal	18,8	17,6	20,3	14,3
Bona	11,3	10,4	12,3	10,0
Molt bona	4,4	4,0	4,8	2,8
No contesta	4,6	5,0	3,9	9,6
No la conec	48,1	51,2	45,0	45,1

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

11.2.2. UNIVERSITAT AUTÒNOMA DE BARCELONA (UAB)

P20_2 VALORACIÓ - UNIVERSITAT AUTONÒMA DE BARCELONA (UAB)	Total (2205)	INTENCIÓ D'ANAR A LA UNIVERSITAT					
		Sí	Segurament sí	Encara no ho sé	No	Segurament no	No contesta
Molt dolenta	1,1	1,2	0,7	1,6	1,4	0,5	0,0
Dolenta	2,5	2,0	2,3	4,3	4,8	3,1	3,6
Normal	16,0	16,4	14,6	17,6	14,0	14,3	26,8
Bona	43,6	44,1	43,0	44,1	40,5	43,1	34,6
Molt bona	25,9	25,8	25,1	24,8	29,8	32,2	0,0
No contesta	4,7	5,0	>7,6	<0,0	<0,0	1,3	>20,2
No la conec	6,3	5,5	6,8	7,6	9,6	5,5	14,8

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P20_2 VALORACIÓ - UNIVERSITAT AUTONÒMA DE BARCELONA (UAB)	Total (2205)	MODALITAT DE BATXILLERAT							No contesta
		Científic - Tecnològic	Ciències Socials	Ciències de la Salut	Humanita ts	Humanitat i Ciències Socials	Científic i Ciències de la Salut	Arts	
Molt dolenta	1,1	1,9	1,2	0,9	0,4	0,0	0,0	2,9	0,0
Dolenta	2,5	>4,2	3,2	<0,8	<0,3	2,6	1,1	1,9	7,8
Normal	16,0	>19,5	15,4	14,8	11,4	10,6	18,0	18,4	33,9
Bona	43,6	44,7	42,8	45,6	40,8	45,4	41,8	44,1	26,0
Molt bona	25,9	<16,4	26,9	28,2	>38,6	30,2	28,5	22,0	27,8
No contesta	4,7	6,2	3,5	4,8	3,4	4,6	4,7	5,2	0,0
No la conec	6,3	7,1	6,9	5,0	5,1	6,6	5,9	5,6	4,5

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P20_2 VALORACIÓ - UNIVERSITAT AUTONÒMA DE BARCELONA (UAB)	Total (2205)	TITULARITAT CENTRE	
		Públic	Privat
Molt dolenta	1,1	1,0	1,2
Dolenta	2,5	2,5	2,6
Normal	16,0	<12,8	>21,1
Bona	43,6	43,1	44,4
Molt bona	25,9	28,0	22,6
No contesta	4,7	>6,1	<2,4
No la conec	6,3	6,6	5,7

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P20_2 VALORACIÓ - UNIVERSITAT AUTONÒMA DE BARCELONA (UAB)	Total (2205)	GENERE	
		Home	Dona
		978	1227
Molt dolenta	1,1	>2,0	<0,4
Dolenta	2,5	>3,9	<1,4
Normal	16,0	>18,8	<13,7
Bona	43,6	40,8	45,8
Molt bona	25,9	23,6	27,8
No contesta	4,7	4,7	4,6
No la conec	6,3	6,1	6,4

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P20_2 VALORACIÓ - UNIVERSITAT AUTONÒMA DE BARCELONA (UAB)	Total (2205)	DEMARCATIÓ				
		BCN capital	Demarcació de Barcelona	Demarcació de Tarragona	Demarcació de Girona	Demarcació de Lleida
		636	1040	214	187	128
Molt dolenta	1,1	1,2	0,7	1,5	1,3	>3,5
Dolenta	2,5	1,8	2,8	2,8	2,0	3,9
Normal	16,0	>19,3	15,9	<9,5	13,0	14,7
Bona	43,6	48,2	41,8	42,6	45,4	34,2
Molt bona	25,9	22,3	>29,1	29,3	20,4	20,3
No contesta	4,7	<2,4	5,3	4,8	7,7	5,8
No la conec	6,3	4,7	<4,4	9,6	>10,3	>17,6

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P20_2 VALORACIÓ - UNIVERSITAT AUTONÒMA DE BARCELONA (UAB)	Total (2205)	EXISTÈNCIA CENTRE UNIVERSITARI EN LA CIUTAT FAMILIAR		
		No	Sí	No contesta
		1092	1066	48
Molt dolenta	1,1	1,2	1,0	0,0
Dolenta	2,5	3,4	1,6	2,5
Normal	16,0	15,9	16,3	8,2
Bona	43,6	41,9	44,5	61,8
Molt bona	25,9	25,7	26,5	17,0
No contesta	4,7	5,1	3,9	9,6
No la conec	6,3	6,6	6,1	0,9

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

11.2.3. UNIVERSITAT DE BARCELONA (UB)

P20_3 VALORACIÓ - UNIVERSITAT DE BARCELONA	Total (2205)	INTENCIÓ D'ANAR A LA UNIVERSITAT					
		Sí	Segurament sí	Encara no ho sé	No	Segurament no	No contesta
		1336	422	204	140	91	12
Molt dolenta	0,9	1,1	0,4	0,8	0,6	1,7	0,0
Dolenta	1,9	1,5	1,6	>6,0	1,5	2,0	0,0
Normal	16,6	15,7	17,9	17,6	18,8	17,6	27,8
Bona	37,9	40,3	33,6	34,7	34,6	35,3	30,2
Molt bona	23,0	23,8	22,0	20,0	22,1	25,1	5,9
No contesta	4,6	4,9	>7,8	<0,0	<0,0	1,3	>26,9
No la conec	15,0	<12,7	16,8	>20,9	>22,3	16,8	9,2

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P20_3 VALORACIÓ - UNIVERSITAT DE BARCELONA	Total (2205)	MODALITAT DE BATXILLERAT							
		Científic - Tecnològic	Ciències Socials	Ciències de la Salut	Humanitats	Humanitat i Ciències Socials	Científic i Ciències de la Salut	Arts	No contesta
Molt dolenta	0,9	1,5	1,1	0,4	0,4	0,8	0,0	2,0	0,0
Dolenta	1,9	>3,1	1,7	1,0	0,4	2,0	3,2	1,9	0,0
Normal	16,6	>21,4	17,0	<10,2	19,1	14,5	<9,4	19,6	28,4
Bona	37,9	34,0	39,8	39,1	40,9	41,8	36,8	29,5	42,0
Molt bona	23,0	<12,6	25,2	>31,6	23,5	20,5	>34,6	20,8	25,2
No contesta	4,6	6,2	3,2	5,2	3,4	4,6	4,7	5,2	0,0
No la conec	15,0	>21,1	11,8	12,5	12,3	15,8	11,4	21,1	4,5

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P20_3 VALORACIÓ - UNIVERSITAT DE BARCELONA	Total (2205)	TITULARITAT CENTRE	
		Públic	Privat
Molt dolenta	0,9	1,2	0,5
Dolenta	1,9	1,9	2,1
Normal	16,6	15,0	19,4
Bona	37,9	36,8	39,6
Molt bona	23,0	21,8	24,8
No contesta	4,6	>6,0	<2,5
No la conec	15,0	>17,3	<11,2

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P20_3 VALORACIÓ - UNIVERSITAT DE BARCELONA	Total (2205)	GENERE	
		Home	Dona
Molt dolenta	0,9	>1,7	<0,3
Dolenta	1,9	2,8	1,3
Normal	16,6	>21,6	<12,7
Bona	37,9	<33,6	41,3
Molt bona	23,0	<19,3	>25,9
No contesta	4,6	4,9	4,4
No la conec	15,0	16,2	14,0

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P20_3 VALORACIÓ - UNIVERSITAT DE BARCELONA	Total (2205)	DEMARCACIÓ				
		BCN capital	Demarcació de Barcelona	Demarcació de Tarragona	Demarcació de Girona	Demarcació de Lleida
Molt dolenta	0,9	0,6	0,7	1,0	1,6	>3,5
Dolenta	1,9	2,4	1,5	3,0	1,1	2,5
Normal	16,6	19,7	15,7	13,2	15,6	16,8
Bona	37,9	39,7	38,8	31,8	39,0	29,9
Molt bona	23,0	>27,6	22,6	25,1	<11,1	16,6
No contesta	4,6	<2,4	5,2	4,8	>8,0	5,8
No la conec	15,0	<7,5	15,5	>21,2	>23,5	>25,0

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P20_3 VALORACIÓ - UNIVERSITAT DE BARCELONA	Total (2205)	EXISTÈNCIA CENTRE UNIVERSITARI EN LA CIUTAT FAMILIAR		
		No	Sí	No contesta
		1092	1066	48
Molt dolenta	0,9	1,2	0,7	0,0
Dolenta	1,9	2,0	2,0	0,0
Normal	16,6	16,1	17,3	14,6
Bona	37,9	39,5	36,0	41,4
Molt bona	23,0	21,6	24,5	21,1
No contesta	4,6	5,1	3,9	9,6
No la conec	15,0	14,5	15,6	13,3

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

11.2.4. UNIVERSITAT DE GIRONA (UDG)

P20_4 VALORACIÓ - UNIVERSITAT DE GIRONA	Total (2205)	INTENCIO D'ANAR A LA UNIVERSITAT					
		Sí	Segurament sí	Encara no ho sé	No	Segurament no	No contesta
		1336	422	204	140	91	12
Molt dolenta	1,9	1,9	2,1	2,0	0,3	2,7	0,0
Dolenta	6,0	6,6	5,1	6,7	2,2	4,4	16,1
Normal	22,0	22,6	18,9	26,2	21,6	19,3	30,9
Bona	15,1	13,8	17,4	14,0	>22,5	15,3	10,3
Molt bona	4,9	4,0	>7,2	6,0	4,9	6,6	0,0
No contesta	4,6	4,9	>7,6	<0,0	<0,0	1,3	>20,2
No la conec	45,4	46,2	41,7	45,0	48,5	50,4	22,5

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P20_4 VALORACIÓ - UNIVERSITAT DE GIRONA	Total (2205)	MODALITAT DE BATXILLERAT							
		Científic - Tecnològic	Ciències Socials	Ciències de la Salut	Humanita ts	Humanitat i Ciències Socials	Científic i Ciències de la Salut	Arts	No contesta
		571	567	351	250	187	179	86	15
Molt dolenta	1,9	>3,2	1,8	2,0	0,3	1,2	0,7	1,5	7,8
Dolenta	6,0	6,5	>8,1	5,5	4,2	3,6	4,2	6,7	0,0
Normal	22,0	22,2	23,3	23,5	<13,4	20,7	28,4	22,1	21,6
Bona	15,1	12,0	13,4	>19,6	19,1	19,2	14,6	8,9	16,6
Molt bona	4,9	3,7	<2,8	6,0	6,7	>11,3	5,7	1,5	12,3
No contesta	4,6	6,2	3,3	4,8	3,4	4,6	4,7	5,2	0,0
No la conec	45,4	46,2	47,4	38,5	53,0	39,4	41,8	54,1	41,7

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P20_4 VALORACIÓ - UNIVERSITAT DE GIRONA	Total (2205)	TITULARITAT CENTRE	
		Públic 1362	Privat 843
Molt dolenta	1,9	1,6	2,3
Dolenta	6,0	<3,4	>10,2
Normal	22,0	19,8	>25,7
Bona	15,1	>17,9	<10,6
Molt bona	4,9	5,8	3,5
No contesta	4,6	>5,9	<2,5
No la conec	45,4	45,5	45,2

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P20_4 VALORACIÓ - UNIVERSITAT DE GIRONA	Total (2205)	GENERE	
		Home 978	Dona 1227
Molt dolenta	1,9	>3,6	<0,6
Dolenta	6,0	>8,7	<3,9
Normal	22,0	24,6	20,0
Bona	15,1	<12,1	>17,5
Molt bona	4,9	4,6	5,2
No contesta	4,6	4,7	4,5
No la conec	45,4	41,7	48,3

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P20_4 VALORACIÓ - UNIVERSITAT DE GIRONA	Total (2205)	DEMARCACIÓ				
		BCN capital 636	Demarcació de Barcelona 1040	Demarcació de Tarragona 214	Demarcació de Girona 187	Demarcació de Lleida 128
Molt dolenta	1,9	2,5	1,7	0,5	1,1	3,9
Dolenta	6,0	>9,5	4,6	6,0	3,1	4,6
Normal	22,0	24,2	21,4	16,9	25,4	20,3
Bona	15,1	<7,3	16,4	<8,1	>42,3	15,2
Molt bona	4,9	<2,3	5,9	2,1	>14,5	1,3
No contesta	4,6	<2,4	5,2	4,8	7,7	5,8
No la conec	45,4	>51,8	44,8	>61,6	<5,9	48,9

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P20_4 VALORACIÓ - UNIVERSITAT DE GIRONA	Total (2205)	EXISTÈNCIA CENTRE UNIVERSITARI EN LA CIUTAT FAMILIAR		
		No 1092	Sí 1066	No contesta 48
Molt dolenta	1,9	2,0	1,6	5,0
Dolenta	6,0	5,7	6,6	0,0
Normal	22,0	20,3	23,8	21,5
Bona	15,1	>18,5	<11,5	17,0
Molt bona	4,9	5,5	4,4	4,9
No contesta	4,6	5,0	3,9	9,6
No la conec	45,4	42,9	48,1	42,1

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

11.2.5. UNIVERSITAT INTERNACIONAL DE CATALUNYA (UIC)

P20_5 VALORACIÓ - UNIVERSITAT INTERNACIONAL DE CATALUNYA (UIC)	Total (2131)	INTENCIÓ D'ANAR A LA UNIVERSITAT					
		Sí	Segurament sí	Encara no ho sé	No	Segurament no	No contesta
		1278	415	202	139	86	10
Molt dolenta	5,2	5,5	4,9	>8,5	<0,9	2,3	0,0
Dolenta	18,4	18,4	15,6	22,4	20,3	18,9	25,0
Normal	12,6	11,5	14,2	14,1	16,5	10,5	16,0
Bona	6,8	7,4	5,6	4,8	7,2	7,4	11,5
Molt bona	4,8	5,1	>7,9	<0,0	<0,4	1,4	>22,5
No contesta	52,2	52,1	51,9	50,2	54,7	59,6	25,0
No la conec	47,4	49,8	51,0	44,6	<34,1	41,3	22,5

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P20_5 VALORACIÓ - UNIVERSITAT INTERNACIONAL DE CATALUNYA (UIC)	Total (2131)	MODALITAT DE BATXILLERAT							
		Científic - Tecnològic	Ciències Socials	Ciències de la Salut	Humanita ts	Humanitat i Ciències Socials	Científic i Ciències de la Salut	Arts	No contesta
		547	541	340	245	183	177	83	15
Molt dolenta	5,2	5,8	6,3	4,3	3,8	4,1	5,7	3,4	7,8
Dolenta	18,4	>22,4	21,1	17,9	<8,2	19,1	13,6	16,9	12,0
Normal	12,6	14,3	<9,5	14,8	9,4	>17,8	13,0	8,7	14,7
Bona	6,8	7,7	<4,0	7,8	9,3	8,2	7,0	3,7	7,8
Molt bona	4,8	3,3	>6,7	5,2	3,5	4,7	4,7	5,4	0,0
No contesta	52,2	46,5	52,4	50,0	>65,9	46,0	56,0	61,9	57,7
No la conec	47,4	46,8	42,7	46,4	>58,5	43,7	53,8	46,9	54,5

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P20_5 VALORACIÓ - UNIVERSITAT INTERNACIONAL DE CATALUNYA (UIC)	Total (2131)	TITULARITAT CENTRE	
		Públic 1337	Privat 794
Molt dolenta	5,2	<3,0	>9,0
Dolenta	18,4	<15,0	>24,1
Normal	12,6	<9,4	>17,9
Bona	6,8	<4,9	>10,0
Molt bona	4,8	>6,1	<2,6
No contesta	52,2	>61,6	<36,4
No la conec	47,4	>55,6	<33,4

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P20_5 VALORACIÓ - UNIVERSITAT INTERNACIONAL DE CATALUNYA (UIC)	Total (2131)	GENERE	
		Home 921	Dona 1210
Molt dolenta	5,2	>7,4	<3,6
Dolenta	18,4	>22,5	<15,3
Normal	12,6	12,9	12,3
Bona	6,8	6,3	7,2
Molt bona	4,8	5,1	4,5
No contesta	52,2	<45,8	>57,1
No la conec	47,4	<40,2	>53,3

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P20_5 VALORACIÓ - UNIVERSITAT INTERNACIONAL DE CATALUNYA (UIC)	Total (2131)	DEMARCACIÓ				
		BCN capital 595	Demarcació de Barcelona 1021	Demarcació de Tarragona 208	Demarcació de Girona 183	Demarcació de Lleida 123
Molt dolenta	5,2	>8,3	4,4	3,2	3,2	4,1
Dolenta	18,4	>22,4	18,8	<11,4	12,4	16,7
Normal	12,6	13,9	12,4	<7,6	14,0	13,6
Bona	6,8	7,2	6,1	9,2	6,9	6,7
Molt bona	4,8	<2,6	5,2	4,9	>8,2	6,5
No contesta	52,2	<45,6	53,1	>63,7	55,4	52,4
No la conec	47,4	<41,1	47,8	>60,0	52,9	47,5

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P20_5 VALORACIÓ - UNIVERSITAT INTERNACIONAL DE CATALUNYA (UIC)	Total (2131)	EXISTÈNCIA CENTRE UNIVERSITARI EN LA CIUTAT FAMILIAR		
		No 1061	Sí 1024	No contesta 46
Molt dolenta	5,2	4,7	5,9	4,2
Dolenta	18,4	17,2	19,2	27,3
Normal	12,6	12,4	12,4	19,7
Bona	6,8	7,1	6,5	7,1
Molt bona	4,8	5,2	4,1	9,9
No contesta	52,2	53,4	51,9	31,9
No la conec	47,4	47,8	47,9	29,0

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

11.2.6. UNIVERSITAT DE LLEIDA (UDL)

P20_6 VALORACIÓ - UNIVERSITAT DE LLEIDA (UDL)	Total (2203)	INTENCIÓ D'ANAR A LA UNIVERSITAT					
		Sí 1336	Segurament sí 422	Encara no ho sé 204	No 138	Segurament no 91	No contesta 12
Molt dolenta	2,2	2,5	1,9	1,0	2,5	1,7	0,0
Dolenta	7,1	7,4	5,4	8,6	6,5	7,6	10,2
Normal	20,6	19,6	20,8	>27,1	19,1	20,5	30,9
Bona	11,4	10,9	13,3	10,2	10,2	14,0	9,5
Molt bona	3,7	2,8	4,9	4,4	>8,3	3,6	0,0
No contesta	4,7	5,1	>7,8	<0,0	<0,0	1,3	>20,2
No la conec	50,3	51,6	46,0	48,7	53,5	51,2	29,2

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P20_6 VALORACIÓ - UNIVERSITAT DE LLEIDA (UDL)	Total (2203)	MODALITAT DE BATXILLERAT							
		Científic - Tecnològic	Ciències Socials	Ciències de la Salut	Humanitats	Humanitat i Ciències Socials	Científic i Ciències de la Salut	Arts	No contesta
Molt dolenta	2,2	>4,4	2,1	0,8	1,1	2,2	<0,0	2,0	0,0
Dolenta	7,1	6,4	9,1	6,6	4,1	8,9	5,6	8,3	7,8
Normal	20,6	20,9	22,0	24,1	<13,7	18,9	20,7	18,9	20,9
Bona	11,4	<8,3	12,2	14,0	12,7	13,0	12,8	7,2	0,0
Molt bona	3,7	3,0	2,8	5,0	5,3	3,1	4,0	4,4	12,3
No contesta	4,7	6,3	3,2	5,5	3,4	4,6	5,3	5,2	0,0
No la conec	50,3	50,8	48,6	43,9	>59,8	49,2	51,6	54,0	59,1

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P20_6 VALORACIÓ - UNIVERSITAT DE LLEIDA (UDL)	Total (2203)	TITULARITAT CENTRE	
		Públic	Privat
Molt dolenta	2,2	2,1	2,3
Dolenta	7,1	<5,2	>10,2
Normal	20,6	18,4	>24,1
Bona	11,4	12,5	9,6
Molt bona	3,7	3,8	3,6
No contesta	4,7	>6,1	<2,5
No la conec	50,3	51,8	47,7

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P20_6 VALORACIÓ - UNIVERSITAT DE LLEIDA (UDL)	Total (2203)	GENERE	
		Home	Dona
Molt dolenta	2,2	>4,0	<0,8
Dolenta	7,1	>9,3	<5,3
Normal	20,6	21,9	19,5
Bona	11,4	10,7	11,9
Molt bona	3,7	3,8	3,7
No contesta	4,7	4,8	4,7
No la conec	50,3	<45,4	54,1

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P20_6 VALORACIÓ - UNIVERSITAT DE LLEIDA (UDL)	Total (2203)	DEMARCACIÓ				
		BCN capital	Demarcació de Barcelona	Demarcació de Tarragona	Demarcació de Girona	Demarcació de Lleida
Molt dolenta	2,2	2,9	1,7	2,0	1,8	4,1
Dolenta	7,1	>10,3	5,9	5,3	5,5	6,5
Normal	20,6	22,6	20,2	17,9	16,2	24,5
Bona	11,4	<7,7	10,6	9,7	11,4	>38,5
Molt bona	3,7	3,2	<2,5	4,1	2,9	>17,0
No contesta	4,7	<2,6	5,3	4,8	>8,0	5,8
No la conec	50,3	50,7	53,8	56,3	54,2	<3,5

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P20_6 VALORACIÓ - UNIVERSITAT DE LLEIDA (UDL)	Total (2203)	EXISTÈNCIA CENTRE UNIVERSITARI EN LA CIUTAT FAMILIAR		
		No 1092	Sí 1064	No contesta 48
Molt dolenta	2,2	2,4	2,0	2,5
Dolenta	7,1	7,1	7,2	4,3
Normal	20,6	20,6	20,7	20,0
Bona	11,4	11,6	11,3	6,6
Molt bona	3,7	3,2	4,2	5,5
No contesta	4,7	5,0	4,1	>12,1
No la conec	50,3	50,0	50,5	49,0

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

11.2.7. UNIVERSITAT POLITÈCNICA DE CATALUNYA (UPC)

P20_7 VALORACIÓ - UNIVERSITAT POLITÈCNICA DE CATALUNYA (UPC)	Total (2212)	INTENCIÓ D'ANAR A LA UNIVERSITAT					
		Sí 1335	Segurament sí 422	Encara no ho sé 202	No 148	Segurament no 94	No contesta 12
Molt dolenta	0,8	0,6	1,1	>2,1	0,3	1,2	0,0
Dolenta	1,2	0,7	0,7	>3,6	2,3	>4,0	0,0
Normal	11,9	10,4	12,7	>16,8	13,9	12,6	26,1
Bona	24,3	24,7	23,8	22,9	23,7	26,6	17,8
Molt bona	19,7	>23,0	15,6	<11,9	18,6	11,5	0,0
No contesta	4,1	4,4	>7,0	<0,0	<0,0	0,0	>20,2
No la conec	25,9	24,5	27,6	28,9	30,0	27,7	13,2
No valoració de la UPC	12,1	11,7	11,6	13,8	11,2	16,4	22,7

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P20_7 VALORACIÓ - UNIVERSITAT POLITÈCNICA DE CATALUNYA (UPC)	Total (2212)	MODALITAT DE BATXILLERAT							
		Científic - Tecnològic 573	Ciències Socials 570	Ciències de la Salut 351	Humanita ts 251	Humanitat i Ciències Socials 187	Científic i Ciències de la Salut 179	Arts 86	No contesta 16
Molt dolenta	0,8	0,6	1,1	1,2	0,5	0,0	0,4	2,5	0,0
Dolenta	1,2	1,0	1,3	0,9	1,0	1,0	>3,1	1,9	0,0
Normal	11,9	9,1	13,5	11,9	7,7	>18,8	13,7	11,4	14,7
Bona	24,3	25,6	23,8	>30,2	<15,0	19,0	22,6	>38,6	15,6
Molt bona	19,7	>38,4	<12,6	<14,2	<11,4	<9,4	20,3	<9,8	16,4
No contesta	4,1	5,7	2,8	3,7	3,4	4,6	3,6	5,1	0,0
No la conec	25,9	<10,1	>32,0	23,9	>45,8	>34,1	23,1	30,1	21,6
No valoració de la UPC	12,1	9,5	12,9	14,0	15,1	13,0	13,1	<0,5	>31,6

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P20_7 VALORACIÓ - UNIVERSITAT POLITÉCNICA DE CATALUNTA (UPC)	Total (2212)	TITULARITAT CENTRE	
		Públic 1369	Privat 844
Molt dolenta	0,8	1,1	0,5
Dolenta	1,2	1,1	1,4
Normal	11,9	11,3	12,8
Bona	24,3	23,5	25,6
Molt bona	19,7	18,5	21,6
No contesta	4,1	>5,3	<2,1
No la conec	25,9	27,1	24,1
No valoració de la UPC	12,1	12,2	11,9

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P20_7 VALORACIÓ - UNIVERSITAT POLITÉCNICA DE CATALUNTA (UPC)	Total (2212)	GENERE	
		Home 985	Dona 1227
Molt dolenta	0,8	1,3	0,4
Dolenta	1,2	>2,0	<0,6
Normal	11,9	>14,2	9,9
Bona	24,3	24,5	24,1
Molt bona	19,7	>24,6	<15,7
No contesta	4,1	3,9	4,2
No la conec	25,9	<17,7	>32,5
No valoració de la UPC	12,1	11,7	12,4

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

20_7 VALORACIÓ - UNIVERSITAT POLITÉCNICA DE CATALUNTA (UPC)	Total (2212)	DEMARCACIÓ				
		BCN capital 637	Demarcació de Barcelona 1040	Demarcació de Tarragona 219	Demarcació de Girona 187	Demarcació de Lleida 130
Molt dolenta	0,8	0,5	0,7	0,5	1,8	>2,8
Dolenta	1,2	1,4	0,7	0,8	2,8	2,9
Normal	11,9	13,1	13,3	<2,3	9,9	13,2
Bona	24,3	24,6	>28,4	<8,9	20,8	21,1
Molt bona	19,7	>24,1	20,7	<11,6	<12,5	13,4
No contesta	4,1	<2,1	5,0	1,7	>8,0	4,2
No la conec	25,9	24,8	24,6	19,9	>43,9	26,8
No valoració de la UPC	12,1	9,4	<6,5	>54,3	<0,4	15,6

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P20_7 VALORACIÓ - UNIVERSITAT POLITÉCNICA DE CATALUNTA (UPC)	Total (2212)	EXISTÈNCIA CENTRE UNIVERSITARI EN LA CIUTAT FAMILIAR		
		No 1099	Sí 1066	No contesta 48
Molt dolenta	0,8	1,0	0,7	0,0
Dolenta	1,2	1,3	1,2	0,0
Normal	11,9	10,9	12,5	20,2
Bona	24,3	23,8	25,0	20,6
Molt bona	19,7	<16,7	>23,1	12,0
No contesta	4,1	4,3	3,6	9,6
No la conec	25,9	26,6	25,3	24,3
No valoració de la UPC	12,1	>15,5	<8,6	13,2

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

11.2.8. UNIVERSITAT POMPEU FABRA (UPF)

P20_8 VALORACIÓ - UNIVERSITAT POMPEU FABRA (UPF)	Total (2206)	INTENCIÓ D'ANAR A LA UNIVERSITAT					
		Sí	Segurament sí	Encara no ho sé	No	Segurament no	No contesta
		1336	422	204	140	92	12
Molt dolenta	1,8	1,8	1,0	3,0	1,8	1,7	0,0
Dolenta	2,6	<1,7	3,7	4,6	>5,6	1,7	3,6
Normal	13,3	12,3	13,7	14,6	13,9	19,8	23,3
Bona	27,1	27,2	25,1	28,7	27,6	33,1	16,9
Molt bona	22,6	>25,4	<17,3	17,9	23,8	15,7	16,1
No contesta	4,6	4,9	>7,8	<0,0	<0,0	1,7	>20,2
No la conec	28,0	26,7	31,5	31,3	27,3	26,2	19,9

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P20_8 VALORACIÓ - UNIVERSITAT POMPEU FABRA (UPF)	Total (2206)	MODALITAT DE BATXILLERAT							
		Científic - Tecnològic	Ciències Socials	Ciències de la Salut	Humanita ts	Humanitat i Ciències Socials	Científic i Ciències de la Salut	Arts	No contesta
		571	567	351	250	187	179	86	15
Molt dolenta	1,8	2,1	1,6	1,8	2,3	1,4	1,5	1,0	0,0
Dolenta	2,6	>4,2	<0,7	1,8	1,9	2,5	>5,5	4,6	0,0
Normal	13,3	16,1	10,9	>17,8	9,2	10,9	13,1	9,7	7,8
Bona	27,1	23,5	>33,8	30,1	21,5	23,5	<19,3	34,6	34,2
Molt bona	22,6	<13,8	>33,0	<13,2	>31,2	24,5	24,6	17,4	20,0
No contesta	4,6	6,2	3,3	5,0	3,4	4,6	4,7	5,6	0,0
No la conec	28,0	>34,0	<16,6	30,4	30,6	32,6	31,4	27,1	38,0

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P20_8 VALORACIÓ - UNIVERSITAT POMPEU FABRA (UPF)	Total (2206)	TITULARITAT CENTRE	
		Públic	Privat
		1362	843
Molt dolenta	1,8	1,7	1,9
Dolenta	2,6	2,9	2,2
Normal	13,3	13,1	13,5
Bona	27,1	<24,1	>32,0
Molt bona	22,6	<18,1	>29,9
No contesta	4,6	>6,0	<2,5
No la conec	28,0	>34,2	<18,0

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P20_8 VALORACIÓ - UNIVERSITAT POMPEU FABRA (UPF)	Total (2206)	GENERE	
		Home	Dona
		979	1227
Molt dolenta	1,8	>2,8	<0,9
Dolenta	2,6	>3,7	1,7
Normal	13,3	15,3	11,6
Bona	27,1	26,1	27,9
Molt bona	22,6	<19,2	>25,3
No contesta	4,6	4,8	4,5
No la conec	28,0	28,0	28,0

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P20_8 VALORACIÓ - UNIVERSITAT POMPEU FABRA (UPF)	Total (2206)	DEMARCACIÓ				
		BCN capital 636	Demarcació de Barcelona 1040	Demarcació de Tarragona 214	Demarcació de Girona 187	Demarcació de Lleida 128
Molt dolenta	1,8	1,9	1,4	1,0	3,3	3,7
Dolenta	2,6	2,9	2,6	2,3	2,4	2,1
Normal	13,3	14,1	14,3	10,5	8,4	12,3
Bona	27,1	>32,6	25,4	24,8	22,8	24,3
Molt bona	22,6	>28,2	20,9	<15,6	20,1	23,7
No contesta	4,6	<2,4	5,2	4,8	>8,0	6,1
No la conec	28,0	<17,9	30,3	>41,0	35,0	27,8

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P20_8 VALORACIÓ - UNIVERSITAT POMPEU FABRA (UPF)	Total (2206)	EXISTÈNCIA CENTRE UNIVERSITARI EN LA CIUTAT FAMILIAR		
		No 1092	Sí 1066	No contesta 48
Molt dolenta	1,8	2,1	1,3	4,3
Dolenta	2,6	2,5	2,8	1,6
Normal	13,3	14,1	12,4	13,4
Bona	27,1	25,9	28,4	25,2
Molt bona	22,6	21,0	24,4	19,6
No contesta	4,6	5,1	4,0	9,6
No la conec	28,0	29,3	26,7	26,2

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

11.2.9. UNIVERSITAT RAMON LLULL (URL)

P20_9 VALORACIÓ - UNIVERSITAT RAMON LLULL (URL)	Total (2204)	INTENCIÓ D'ANAR A LA UNIVERSITAT					
		Sí 1336	Segurament sí 422	Encara no ho sé 204	No 139	Segurament no 91	No contesta 12
Molt dolenta	2,5	2,3	1,7	4,7	2,2	>6,0	3,6
Dolenta	3,3	3,0	3,1	5,1	6,1	1,6	0,0
Normal	15,3	13,2	>19,3	18,6	16,5	15,7	29,2
Bona	21,0	22,0	17,3	19,9	24,2	21,1	16,9
Molt bona	15,9	17,8	13,4	14,2	12,9	10,1	10,2
No contesta	4,6	4,9	>7,8	<0,0	<0,0	1,3	>20,2
No la conec	37,3	36,9	37,4	37,5	38,2	44,2	19,9

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P20_9 VALORACIÓ - UNIVERSITAT RAMON LLULL (URL)	Total (2204)	MODALITAT DE BATXILLERAT							
		Científic - Tecnològic 570	Ciències Socials 567	Ciències de la Salut 351	Humanita ts 250	Humanitat i Ciències Socials 187	Científic i Ciències de la Salut 179	Arts 86	No contesta 15
Molt dolenta	2,5	3,4	2,0	2,5	2,6	2,7	1,3	2,9	0,0
Dolenta	3,3	4,0	3,0	3,4	1,8	2,5	4,5	3,6	7,8
Normal	15,3	>19,0	14,0	16,1	<9,3	13,9	16,5	17,2	0,0
Bona	21,0	<15,7	>25,4	>25,8	16,5	20,8	21,4	20,4	16,5
Molt bona	15,9	<10,3	>25,2	<11,0	16,4	18,3	11,4	13,5	25,2
No contesta	4,6	6,2	3,2	5,0	3,4	4,6	4,7	5,2	0,0
No la conec	37,3	41,4	<27,2	36,2	>50,0	37,2	40,1	37,3	50,5

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P20_9 VALORACIÓ - UNIVERSITAT RAMON LLULL (URL)	Total (2204)	TITULARITAT CENTRE	
		Públic 1361	Privat 843
Molt dolenta	2,5	2,7	2,3
Dolenta	3,3	3,0	3,9
Normal	15,3	15,6	14,9
Bona	21,0	<16,4	>28,4
Molt bona	15,9	<9,7	>26,1
No contesta	4,6	>6,0	<2,4
No la conec	37,3	>46,8	<22,1

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P20_9 VALORACIÓ - UNIVERSITAT RAMON LLULL (URL)	Total (2204)	GENERE	
		Home 977	Dona 1227
Molt dolenta	2,5	>3,8	<1,6
Dolenta	3,3	4,2	2,6
Normal	15,3	>19,0	<12,3
Bona	21,0	20,8	21,1
Molt bona	15,9	<12,9	>18,4
No contesta	4,6	4,8	4,4
No la conec	37,3	34,5	39,6

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P20_9 VALORACIÓ - UNIVERSITAT RAMON LLULL (URL)	Total (2204)	DEMARCACIÓ				
		BCN capital 636	Demarcació de Barcelona 1040	Demarcació de Tarragona 214	Demarcació de Girona 187	Demarcació de Lleida 128
Molt dolenta	2,5	2,9	2,0	1,5	4,4	4,3
Dolenta	3,3	4,2	3,1	2,5	1,5	5,4
Normal	15,3	15,5	16,8	13,0	10,0	13,5
Bona	21,0	>25,1	20,2	15,6	18,0	20,3
Molt bona	15,9	>21,7	15,4	<9,8	10,7	9,1
No contesta	4,6	<2,4	5,1	4,8	>8,0	5,8
No la conec	37,3	<28,2	37,4	>52,9	>47,3	41,7

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P20_9 VALORACIÓ - UNIVERSITAT RAMON LLULL (URL)	Total (2204)	EXISTÈNCIA CENTRE UNIVERSITARI EN LA CIUTAT FAMILIAR		
		No 1092	Sí 1065	No contesta 48
Molt dolenta	2,5	2,8	2,4	0,0
Dolenta	3,3	3,0	3,5	6,8
Normal	15,3	15,2	15,4	14,5
Bona	21,0	19,6	22,5	18,2
Molt bona	15,9	13,9	17,9	20,2
No contesta	4,6	5,0	3,9	9,6
No la conec	37,3	40,4	34,5	30,7

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

11.2.10. UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI (URV)

P20_10 VALORACIÓ - UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI (URV)	Total (2203)	INTENCIÓ D'ANAR A LA UNIVERSITAT					
		Sí	Segurament sí	Encara no ho sé	No	Segurament no	No contesta
		1336	422	202	140	91	12
Molt dolenta	3,7	3,8	2,9	6,0	1,5	4,6	0,0
Dolenta	5,1	4,9	4,5	7,1	5,9	4,7	3,6
Normal	18,3	17,6	17,4	24,0	17,2	18,5	39,1
Bona	11,5	11,8	10,3	12,7	11,2	9,8	22,8
Molt bona	5,1	4,5	5,9	3,8	>10,0	6,7	0,0
No contesta	4,6	4,9	>7,8	<0,0	<0,0	1,3	>20,2
No la conec	51,7	52,6	51,1	46,4	54,2	54,4	14,3

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P20_10 VALORACIÓ - UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI (URV)	Total (2203)	MODALITAT DE BATXILLERAT							
		Científic - Tecnològic	Ciències Socials	Ciències de la Salut	Humanita ts	Humanitat i Ciències Socials	Científic i Ciències de la Salut	Arts	No contesta
		569	567	351	250	187	179	86	15
Molt dolenta	3,7	>5,8	3,5	3,4	2,7	2,9	<0,6	4,7	0,0
Dolenta	5,1	3,9	6,3	6,0	2,4	5,7	6,9	5,2	0,0
Normal	18,3	19,4	>22,3	19,4	<8,3	17,7	14,4	17,0	17,2
Bona	11,5	8,7	11,9	11,9	>15,8	15,8	11,1	7,0	0,0
Molt bona	5,1	4,0	4,3	>8,8	7,2	3,0	3,4	1,9	>19,3
No contesta	4,6	6,3	3,2	5,0	3,4	4,6	4,7	5,2	0,0
No la conec	51,7	51,9	48,5	45,4	60,1	50,3	58,9	59,0	63,6

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P20_10 VALORACIÓ - UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI (URV)	Total (1360)	TITULARITAT CENTRE	
		Públic (843)	Privat (865)
Molt dolenta	3,7	3,2	4,6
Dolenta	5,1	<3,7	>7,4
Normal	18,3	<15,5	>22,7
Bona	11,5	12,9	<9,2
Molt bona	5,1	5,3	4,8
No contesta	4,6	>6,0	<2,4
No la conec	51,7	53,4	48,9

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar en una universitat el proper curs)

P20_10 VALORACIÓ - UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI (URV)	Total (2203)	GENERE	
		Home (976)	Dona (1227)
Molt dolenta	3,7	>6,2	<1,8
Dolenta	5,1	>6,6	3,9
Normal	18,3	20,9	16,1
Bona	11,5	10,9	12,0
Molt bona	5,1	5,1	5,1
No contesta	4,6	4,8	4,4
No la conec	51,7	<45,5	>56,6

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

20_10 VALORACIÓ - UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI (URV)	Total (2203)	DEMARCACIÓ				
		BCN capital 636	Demarcació de Barcelona 1038	Demarcació de Tarragona 214	Demarcació de Girona 187	Demarcació de Lleida 128
Molt dolenta	3,7	5,1	3,2	<0,8	4,0	5,5
Dolenta	5,1	>7,1	4,7	3,1	2,8	5,7
Normal	18,3	21,3	17,9	18,6	<11,6	14,8
Bona	11,5	<6,6	<8,4	>38,3	10,2	>17,9
Molt bona	5,1	3,5	<2,9	>23,3	2,5	3,7
No contesta	4,6	<2,4	5,1	4,8	>8,0	5,8
No la conec	51,7	53,9	>57,7	<11,0	60,8	46,5

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P20_10 VALORACIÓ - UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI (URV)	Total (2203)	EXISTÈNCIA CENTRE UNIVERSITARI EN LA CIUTAT FAMILIAR		
		No 1090	Sí 1066	No contesta 48
Molt dolenta	3,7	3,7	3,7	5,0
Dolenta	5,1	4,8	5,6	0,8
Normal	18,3	17,3	19,1	21,1
Bona	11,5	>13,6	9,5	8,3
Molt bona	5,1	5,0	5,4	1,8
No contesta	4,6	5,0	3,9	9,6
No la conec	51,7	50,6	52,8	53,4

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

11.2.11. UNIVERSITAT DE VIC (UVIC)

P20_11 VALORACIÓ - UNIVERSITAT DE VIC (UVIC)	Total (2205)	INTENCIO D'ANAR A LA UNIVERSITAT					
		Sí 1336	Segurament sí 422	Encara no ho sé 204	No 140	Segurament no 91	No contesta 12
Molt dolenta	5,7	6,5	6,0	3,6	<1,8	4,1	0,0
Dolenta	9,1	9,7	8,1	8,6	7,7	8,3	10,2
Normal	23,0	22,9	21,6	26,1	25,3	18,9	32,8
Bona	12,8	11,7	12,6	>18,9	11,2	19,1	7,6
Molt bona	5,0	4,3	4,1	7,9	>10,1	5,2	0,0
No contesta	4,6	4,9	>7,8	<0,0	<0,0	1,3	>20,2
No la conec	39,7	39,9	39,8	34,9	43,9	43,1	29,2

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P20_11 VALORACIÓ - UNIVERSITAT DE VIC (UVIC)	Total (2205)	MODALITAT DE BATXILLERAT							No contesta 15
		Científic - Tecnològic 571	Ciències Socials 567	Ciències de la Salut 351	Humanita ts 250	Humanitat i Ciències Socials 187	Científic i Ciències de la Salut 179	Arts 86	
Molt dolenta	5,7	>7,8	4,9	5,8	5,3	4,0	5,2	3,9	0,0
Dolenta	9,1	9,6	10,4	8,6	6,5	8,7	12,6	<2,3	7,8
Normal	23,0	21,8	26,3	21,2	21,2	23,7	24,0	19,3	18,3
Bona	12,8	10,0	14,8	13,0	12,5	16,9	9,1	16,5	19,3
Molt bona	5,0	<2,9	4,9	5,2	4,9	>11,0	4,2	7,1	7,8
No contesta	4,6	6,2	3,2	5,0	3,4	4,6	4,7	5,2	0,0
No la conec	39,7	41,7	35,6	41,2	46,2	31,0	40,2	45,8	46,8

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P20_11 VALORACIÓ - UNIVERSITAT DE VIC (UVIC)	Total (2205)	TITULARITAT CENTRE	
		Públic 1362	Privat 843
Molt dolenta	5,7	5,4	6,3
Dolenta	9,1	8,4	10,4
Normal	23,0	22,0	24,6
Bona	12,8	12,9	12,6
Molt bona	5,0	4,7	5,4
No contesta	4,6	>6,0	<2,4
No la conec	39,7	40,6	38,3

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P20_11 VALORACIÓ - UNIVERSITAT DE VIC (UVIC)	Total (2205)	GENERE	
		Home 978	Dona 1227
Molt dolenta	5,7	>7,4	<4,4
Dolenta	9,1	>11,1	7,6
Normal	23,0	24,6	21,7
Bona	12,8	10,9	14,3
Molt bona	5,0	4,5	5,4
No contesta	4,6	4,8	4,4
No la conec	39,7	36,6	42,2

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P20_11 VALORACIÓ - UNIVERSITAT DE VIC (UVIC)	Total (2205)	DEMARCACIÓ				
		BCN capital 636	Demarcació de Barcelona 1040	Demarcació de Tarragona 214	Demarcació de Girona 187	Demarcació de Lleida 128
Molt dolenta	5,7	6,1	6,1	2,6	5,3	6,6
Dolenta	9,1	8,6	10,1	7,0	9,2	7,7
Normal	23,0	21,1	>25,9	16,6	21,1	21,9
Bona	12,8	<9,2	14,3	12,4	15,6	14,8
Molt bona	5,0	6,0	4,5	4,5	4,7	5,0
No contesta	4,6	<2,4	5,1	4,8	>8,0	5,8
No la conec	39,7	>46,4	<34,0	>52,1	36,1	38,2

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

P20_11 VALORACIÓ - UNIVERSITAT DE VIC (UVIC)	Total (2205)	EXISTÈNCIA CENTRE UNIVERSITARI EN LA CIUTAT FAMILIAR		
		No 1092	Sí 1066	No contesta 48
Molt dolenta	5,7	5,8	5,7	5,0
Dolenta	9,1	9,2	9,3	3,2
Normal	23,0	22,6	23,6	20,7
Bona	12,8	>15,2	<10,4	12,7
Molt bona	5,0	4,5	5,4	8,8
No contesta	4,6	5,0	3,9	9,6
No la conec	39,7	37,8	41,8	39,9

(Base:alumnes amb intenció potencial d'estudiar a una universitat el proper curs)

11. 3. MANUAL DE CODIS

11. 3.1. CODIS PREGUNTES OBERTES¹¹⁰

P0. Titularitat centre(TC)

Públic	1
Privat.....	2

P0_bis . Contacte

Dades personals correctes	1
Dades personals no creïbles	2
Sense dades personals	3

P4 Demarcació

Barcelona capital	1
Demarcació de Barcelona.....	2
Demarcació de Tarragona	3
Demarcació de Girona	4
Demarcació de Lleida	5

P4_bis Comarca

Alt Camp	01
Alt Empordà	02
Alt Penedès.....	03

¹¹⁰ S'ha introduït el codi 99 a totes aquelles preguntes on "No hi ha resposta", introduint aquesta com "No contesta"; això també afecta a les escales d'opinió (P19-P20).

Alt Urgell	04
Alta Ribagorça	05
Anoia.....	06
Bages.....	07
Baix Camp	08
Baix Ebre	09
Baix Empordà	10
Baix Llobregat.....	11
Baix Penedès.....	12
Barcelonès	13
Berguedà	14
Cerdanya	15
Conca de Barberà.....	16
Garraf.....	17
Garrigues	18
Garrotxa.....	19
Gironès	20
Maresme	21
Montsià	22
Noguera	23
Osona	24
Pallars Jussà.....	25
Pallars Sobirà.....	26
Pla d'Urgell.....	27
Pla de l'Estany	28
Priorat	29
Ribera d'Ebre	30
Ripollès	31
Segarra	32
Segrià	33

Selva.....	34
Solsonès	35
Tarragonès.....	36
Terra Alta	37
Urgell	38
Val d'Aran	39
Vallès Occidental	40
Vallès Oriental.....	41

P7 Llengua materna

(1...3) vegi's qüestionari

Indistintament català com castellà	4
Català + Altres	5
Castellà + Altres.....	6

P8. En quina població es troba el domicili familiar?

En la mateixa població que el col·legi	1
En la mateixa comarca que el col·legi.....	2
En una altra comarca.....	3
Fora de Catalunya	4

***P9_bis. Quin centre universitari hi ha a la població de residència habitual?*¹¹¹**

Universitat Abat Oliba CEU (UAO).....	1
Universitat Autònoma de Barcelona (UAB).....	2
Universitat de Barcelona (UB).....	3

¹¹¹ Les escoles universitàries s'han codificat amb la nomenclatura del centre adscrit al que pertanyen.

Universitat de Girona (UDG)	4
Universitat Internacional de Catalunya (UIC)	5
Universitat de Lleida (UDL)	6
Universitat Politècnica de Catalunya (UPC).....	7
Universitat Pompeu Fabra (UPF).....	8
Universitat Ramon Llull (URL).....	9
Universitat Rovira i Virgili (URV)	10
Universitat de Vic (UVIC)	11
Universitat Oberta de Catalunya (UOC).....	12
Universitat Nacional d'educació a distància (UNED)	13
Fora de Catalunya	14

P11 Quin mitjà utilitzes habitualment per anar a l'escola?

(1...6) vegi's qüestionari

Cotxe	7
Moto.....	8
Bicicleta	9
Transport privat sense especificar	10

P12. Com financies el cost dels teus estudis?

(1...4) vegi's qüestionari

Ingressos propis.....	5
-----------------------	---

P13. Categoria professional del pare

(1...10) vegi's qüestionari

Jubilat / Pensionista	11
A l'atur.....	12
Difunt	13

P13_Bis. Categoria professional de la mare

(1...10) vegi's qüestionari

Jubilada / Pensionista	11
A l'atur.....	12
Difunta	13

P15_bis1 A quines universitats ha assistit - visita personal

Universitat Abat Oliba CEU (UAO).....	1
Universitat Autònoma de Barcelona (UAB).....	2
Universitat de Barcelona (UB).....	3
Universitat de Girona (UDG)	4
Universitat Internacional de Catalunya (UIC)	5
Universitat de Lleida (UDL)	6
Universitat Politècnica de Catalunya(UPC).....	7
Universitat Pompeu Fabra (UPF).....	8
Universitat Ramon Llull (URL).....	9
Universitat Rovira i Virgili (URV)	10
Universitat de Vic (UVIC)	11
Universitat Oberta de Catalunya (UOC).....	12
Universitat Nacional d'educació a distància (UNED)	13
Fora de Catalunya	14

P15_bis2 I A quines universitats ha assistit – jornades de portes obertes

Universitat Abat Oliba CEU (UAO).....	1
Universitat Autònoma de Barcelona (UAB).....	2
Universitat de Barcelona (UB).....	3

Universitat de Girona (UDG)	4
Universitat Internacional de Catalunya (UIC)	5
Universitat de Lleida (UDL)	6
Universitat Politècnica de Catalunya(UPC).....	7
Universitat Pompeu Fabra (UPF).....	8
Universitat Ramon Llull (URL).....	9
Universitat Rovira i Virgili (URV)	10
Universitat de Vic (UVIC)	11
Universitat Oberta de Catalunya (UOC).....	12
Universitat Nacional d'educació a distància (UNED)	13
Fora de Catalunya	14

P15_bis3 I A quines universitats ha assistit – xerrada a l'escola

Universitat Abat Oliba CEU (UAO).....	1
Universitat Autònoma de Barcelona (UAB).....	2
Universitat de Barcelona (UB).....	3
Universitat de Girona (UDG)	4
Universitat Internacional de Catalunya (UIC)	5
Universitat de Lleida (UDL)	6
Universitat Politècnica de Catalunya(UPC).....	7
Universitat Pompeu Fabra (UPF).....	8
Universitat Ramon Llull (URL).....	9
Universitat Rovira i Virgili (URV)	10
Universitat de Vic (UVIC)	11
Universitat Oberta de Catalunya (UOC).....	12
Universitat Nacional d'educació a distància (UNED)	13
Fora de Catalunya	14

P15_bis4 I A quins actes informatius ha assistit – Altres

Saló Estudia (Saló de l'ensenyament)	1
Fira Recerca	2
JOU (Jornades Orientatives Universitàries)	3
Tria Via Boca Nord.....	4
IQS (Institut Químic de Sarrià)	5
Fundació EMI.....	6
Altres fires	7
Altres centres docents	8

P16. Referències

- Es considera un codi "9" quan no hi ha cap resposta a "Referències" però sí a "Visites i/o mitjans de comunicació".
- Es considera "No contesta" (codi "99") quan no hi ha cap resposta a cap de les tres.

P16. Visites

- Es considera un codi "9" quan no hi ha cap resposta a "Visites" però sí a "Referències i/o mitjans de comunicació".
- Es considera "No contesta" (codi "99") quan no hi ha cap resposta a cap de les tres.
- El codi 3 "visites a altres fires d'estudiants", inclou els conceptes següents:
 - *Fira de cicles formatius a Lleida (qüest. 1.478)*
 - *Fira recerca (qüest. 582)*
 - *Amb l'escola (qüest.309) (1.147)*
 - *Xerrada / Càtedra (qüest.153) (1.983) (1.772)*

- *Tria Via (qüest.827)*
- *Interès (qüest.832)*
- *Centre cívic Boca Nord (qüest.1.008)*

P16. Mitjans de comunicació

- Es considera un codi "9" quan no hi ha cap resposta a "Mitjans de comunicació" però sí a "Referències i/o visites".
- Es considera "No contesta" (codi "99") quan no hi ha cap resposta a cap de les tres.
- El codi 3 "anuncis a altres mitjans", inclou els conceptes següents:
 - *Al ferrocarril /tren (qüest. 1.613)*
 - *Boca orella (qüest.1.427)*
 - *Televisió (qüest. 563) (1.946)*
 - *Bus (qüest. 1.613) (1.640)*
 - *Correu (qüest. 502)*
 - *Quaderns (qüest.461)*

P18. A quina universitat t'agradaria estudiar i quina creus que et matricularàs?

- La pregunta es tracta com a múltiple, ja que molts alumnes han marcat més d'una opció.
- Es considera "No pertinent" (codi "98") quan els alumnes no tenen previst anar a la universitat el curs següent, encara que si han contestat aquesta pregunta, s'introdueix les respostes donades.

- Es considera “No contesta” (codi “99”) quan no hi ha cap resposta i els alumnes tenen previst anar a la universitat el curs següent.

Universitat Abat Oliba CEU (UAO).....	1
Universitat Autònoma de Barcelona (UAB).....	2
Universitat de Barcelona (UB).....	3
Universitat de Girona (UDG).....	4
Universitat Internacional de Catalunya (UIC).....	5
Universitat de Lleida (UDL).....	6
Universitat Politècnica de Catalunya(UPC).....	7
Universitat Pompeu Fabra (UPF).....	8
Universitat Ramon Llull (URL).....	9
Universitat Rovira i Virgili (URV).....	10
Universitat de Vic (UVIC).....	11
Universitat Oberta de Catalunya (UOC).....	12
Universitat Nacional d'educació a distància (UNED).....	13
Fora de Catalunya.....	14

19 Valors a tenir en compte per triar una universitat

- Es considera “No pertinent” (codi “98”) quan els alumnes no tenen previst anar a la Universitat el curs següent, encara que si han contestat aquesta pregunta, s'introdueix les respostes donades.
- Es considera “No contesta”(codi “99”) quan no hi ha cap resposta i els alumnes tenen previst anar a la Universitat el curs següent.
- Les respostes espontànies a la 19.47 “altres”, al final en la immensa majoria de casos s'han pogut relacionar amb algun dels 46 factors anteriors per decidir la Universitat.

20 Valora les universitats catalanes presencials que coneguis

- Es considera "No pertinent" (codi "98") quan els alumnes no tenen previst anar a la Universitat el curs següent, encara que si han contestat aquesta pregunta, s'introdueix les respostes donades.
- Es considera "No contesta" (codi "99") quan no hi ha cap resposta i els alumnes tenen previst anar a la Universitat el curs següent.

11. 4. MODEL D'ENQUESTA**EXPECTATIVES I PREFERENCIES SOBRE ELECCIÓ D'UNIVERSITAT**

Enquesta a estudiants de segon curs de batxillerat, curs 2006-2007

Benvolgut/da estudiant:

La següent enquesta forma part d'una investigació de tesi doctoral, en la qual es pretén conèixer les opinions dels estudiants de segon de batxillerat respecte a les expectatives i preferències en l'elecció d'universitat. Les dades que es pregunten només s'analitzaran estadísticament, són anònimes i a ningú se li facilitaran dades individuals d'una determinada persona. Gràcies per la teva col·laboració.

0. Titularitat del centre: 1. Públic 2. Privat

1. Sexe: 1. Home, 2. Dona

2. Any de naixement:

3. Centre on curses el 2n curs de batxillerat:.....

4. Població:

5. Modalitat de batxillerat en que estàs matriculat/da:

1. <input type="checkbox"/> Científic-Tecnològic	4. <input type="checkbox"/> Ciències Socials	7. <input type="checkbox"/> Humanitats i
2. <input type="checkbox"/> Ciències de la Salut	5. <input type="checkbox"/> Arts	CC. Socials
3. <input type="checkbox"/> Humanitats	6. <input type="checkbox"/> Científic i CC. de la Salut	

6. Quina nota mitjana vas obtenir en el primer curs de batxillerat?:

7. Llengua materna:

1. Català, 2. Castellà, 3. Català i castellà indistintament, 4. Català + altres, 5. Castellà + altres, 6. Altres (especificar):

8. En quina població es troba el domicili familiar?:

1. a. En la mateixa que el col·legi, 2. b. En una altre població (especificar):

9. La població de la residència familiar té algun centre universitari?:

1. No, 2. Sí (especificar):

10. Quin és el teu lloc de residència habitual durant el curs?:

1. El domicili dels meus pares
 2. El domicili d'altres familiars
 3. Un pis compartit
 4. Un pis individual
 5. Residència
 6. Internat
 7. Altres (especificar):

11. *Quin mitjà utilitzes habitualment per anar a l'escola?:*

- 1. A peu
- 2. Metro
- 3. Autobús públic
- 4. Autobús de l'escola
- 5. Més d'un transport públic
- 6. Tren
- 7. Cotxe
- 8. Moto
- 9. Bicicleta
- 10. Transport privat sense especificar

12. *Com financies el cost dels teus estudis?*

(Indica totes les opcions utilitzades):

- 1. Aportació familiar
- 2. Beca de l'escola
- 3. Beca de la Generalitat/Estat
- 4. Altre tipus de beca/ajut
- 5. Ingressos propis

13. *Indica la professió dels teus pares:*

	<i>Pare</i>	<i>Mare</i>
Empresari	1. <input type="checkbox"/>	1. <input type="checkbox"/>
Directiu / gerent	2. <input type="checkbox"/>	2. <input type="checkbox"/>
Autònom	3. <input type="checkbox"/>	3. <input type="checkbox"/>
Empleat d'alt nivell	4. <input type="checkbox"/>	4. <input type="checkbox"/>
Empleat nivell mig	5. <input type="checkbox"/>	5. <input type="checkbox"/>
Professional lliberal	6. <input type="checkbox"/>	6. <input type="checkbox"/>
Professor / docència	7. <input type="checkbox"/>	7. <input type="checkbox"/>
Mestressa/o de casa	8. <input type="checkbox"/>	8. <input type="checkbox"/>
Funcionari	9. <input type="checkbox"/>	9. <input type="checkbox"/>
Cossos de seguretat	10. <input type="checkbox"/>	10. <input type="checkbox"/>
Jubilat / pensionista	11. <input type="checkbox"/>	11. <input type="checkbox"/>
A l'atur	12. <input type="checkbox"/>	12. <input type="checkbox"/>
Difunt	13. <input type="checkbox"/>	13. <input type="checkbox"/>

14. *Realitzes algun tipus de treball remunerat mentre estudies?:*

- 1. No, 2. Sí: 1. ajudo en el negoci (empresa o explotació familiar),
- 2. treball esporàdic de cap de setmana o per hores,
- 3. treball de 2 hores o més a la setmana.

15. *En l'últim mes, has assistit a algun acte informatiu d'alguna universitat?:*

- 1. No, 2. Sí: 1. Visita personal a la/les universitat/s
(especificar):.....
- 2. Jornada de portes obertes de la/les universitat/s
(especificar):.....
- 3. Xerrada a l'escola de la/les universitat/s
(especificar):.....
- 4. Altres (especificar):.....

16. Quina/es font/s has utilitzat o penses utilitzar per informar-te sobre les diferents universitats existents? (Indica totes les opcions):

Referències

- 1. Família
- 2. Amics de la família
- 3. Amics de l'escola
- 4. Altres amics
- 5. Estudiants de la universitat
- 6. Antics alumnes de la universitat
- 7. Informació proporcionada pel professor/tutor/orientador de l'escola
- 8. Informació telefònica

Visites

- 1. Presentacions de la universitat a l'escola
- 2. Visita al *Saló Estudia*
- 3. Visita a altres fires d'estudiants (especificar):
- 4. Visita personal a la universitat
- 5. Jornades de portes obertes de la universitat
- 6. Centres d'Informació de l'Administració
- 7. Altres (especificar):

Mitjans de comunicació

- 1. Anuncis en premsa
- 2. Anuncis en ràdio
- 3. Anuncis en altres mitjans (especificar):
- 4. Internet
- 5. Publicacions de les universitats
- 6. Material audiovisual (Vídeo, TV)
- 7. Altres publicacions (Guies, ...)

17. En aquest moment, tens previst anar a la universitat el proper curs?:

- 1. No;
- 2. Segurament, no;
- 3. Encara no ho sé;
- 4. Segurament, sí;
- 5. Sí

18. Si tens previst anar a la universitat, ¿en quina d'elles t'agradaria estudiar i en quina creus que et matricularàs? (tria només una opció en cada columna):

	<i>M'agradaria estudiar en...</i>	<i>Crec que em matricularé en...</i>
Universitat Abat Oliba CEU (UAO)	1. <input type="checkbox"/>	1. <input type="checkbox"/>
Universitat Autònoma de Barcelona (UAB)	2. <input type="checkbox"/>	2. <input type="checkbox"/>
Universitat de Barcelona (UB)	3. <input type="checkbox"/>	3. <input type="checkbox"/>
Universitat de Girona (UDG)	4. <input type="checkbox"/>	4. <input type="checkbox"/>
Universitat Internacional de Catalunya (UIC)	5. <input type="checkbox"/>	5. <input type="checkbox"/>
Universitat de Lleida (UDL)	6. <input type="checkbox"/>	6. <input type="checkbox"/>
Universitat Politècnica de Catalunya (UPC)	7. <input type="checkbox"/>	7. <input type="checkbox"/>
Universitat Pompeu Fabra (UPF)	8. <input type="checkbox"/>	8. <input type="checkbox"/>
Universitat Ramon Llull (URL)	9. <input type="checkbox"/>	9. <input type="checkbox"/>
Universitat Rovira i Virgili (URV)	10. <input type="checkbox"/>	10. <input type="checkbox"/>
Universitat de Vic (UVIC)	11. <input type="checkbox"/>	11. <input type="checkbox"/>

19. Valora els següents factors a l'hora de triar universitat utilitzant la següent escala:

1.Cap influència 2.Poca influència 3.Alguna influència 4.Força influència 5.Molta influència

Coneixement de la universitat

1. Reputació de la universitat	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
2. Qualitat de l'ensenyament	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
3. Ambient d'estudi	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
4. Varietat de titulacions oficials ofertes	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
5. Varietat d'estudis especialitzats oferts (masters,...)	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
6. Orientació humanista/integral de la formació	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
7. Orientació religiosa de la formació	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
8. Facilitat d'accés a la universitat (proves, nota necessària)	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
9. Projecció internacional de la universitat	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>

Professorat

10. Capacitats pedagògiques del professorat	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
11. Experiència professional del professorat	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
12. Accessibilitat del professorat pels alumnes	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
13. Reputació investigadora del professorat	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>

Estudiants

14. Nivell acadèmic dels estudiants	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
15. Proporció d'aprovat per curs	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
16. Grau de vinculació dels ex-alumnes amb la Universitat	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>

Metodologia

17. Orientació pràctica dels estudis	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
18. Nombre d'alumnes per classe	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
19. Llengua d'impartició de les classes	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>

Borsa de treball

20. Eficàcia de la borsa de treball	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
21. Proporció de graduats inserits el primer any	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>

Serveis

22. Qualitat en els serveis d'assessorament i atenció a l'alumnat	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
23. Atractiu de les activitats ofertes	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
24. Atractiu de l'oferta esportiva	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
25. Nivell d'innovació tecnològica a la universitat	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
26. Funcionament de la biblioteca	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
27. Funcionament de la resta de serveis (cafeteria, informàtica, copisteria ...)	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>

Cost i finançament

28. Cost anual dels estudis	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
29. Facilitats de finançament (beques, crèdits ...)	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>

Promoció i informació

- | | | | | | |
|---|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|
| 30. Promoció i informació directa als alumnes potencials (visites a escoles, mailings...) | 1 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | 3 <input type="checkbox"/> | 4 <input type="checkbox"/> | 5 <input type="checkbox"/> |
| 31. Difusió de la universitat en els mitjans de comunicació | 1 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | 3 <input type="checkbox"/> | 4 <input type="checkbox"/> | 5 <input type="checkbox"/> |
| 32. Amabilitat en el tracte del personal de la universitat | 1 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | 3 <input type="checkbox"/> | 4 <input type="checkbox"/> | 5 <input type="checkbox"/> |

Campus

- | | | | | | |
|---|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|
| 33. Atractiu de les instal·lacions | 1 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | 3 <input type="checkbox"/> | 4 <input type="checkbox"/> | 5 <input type="checkbox"/> |
| 34. Facilitat d'accés en transport públic | 1 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | 3 <input type="checkbox"/> | 4 <input type="checkbox"/> | 5 <input type="checkbox"/> |
| 35. Proximitat de la universitat al domicili habitual | 1 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | 3 <input type="checkbox"/> | 4 <input type="checkbox"/> | 5 <input type="checkbox"/> |
| 36. Proximitat de la universitat a un domicili no habitual (un altre domicili propi, domicili de familiars, etc.) | 1 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | 3 <input type="checkbox"/> | 4 <input type="checkbox"/> | 5 <input type="checkbox"/> |
| 37. Possibilitat de viure fora del domicili habitual | 1 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | 3 <input type="checkbox"/> | 4 <input type="checkbox"/> | 5 <input type="checkbox"/> |
| 38. La universitat més propera no imparteix la titulació desitjada | 1 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | 3 <input type="checkbox"/> | 4 <input type="checkbox"/> | 5 <input type="checkbox"/> |

Referències

- | | | | | | |
|--|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|
| 39. Decisió familiar | 1 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | 3 <input type="checkbox"/> | 4 <input type="checkbox"/> | 5 <input type="checkbox"/> |
| 40. Recomanació familiar | 1 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | 3 <input type="checkbox"/> | 4 <input type="checkbox"/> | 5 <input type="checkbox"/> |
| 41. Recomanació d'estudiants universitaris | 1 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | 3 <input type="checkbox"/> | 4 <input type="checkbox"/> | 5 <input type="checkbox"/> |
| 42. Recomanació d'antics alumnes de la universitat | 1 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | 3 <input type="checkbox"/> | 4 <input type="checkbox"/> | 5 <input type="checkbox"/> |
| 43. Recomanació del professor/tutor/orientador | 1 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | 3 <input type="checkbox"/> | 4 <input type="checkbox"/> | 5 <input type="checkbox"/> |
| 44. Recomanació d'amics | 1 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | 3 <input type="checkbox"/> | 4 <input type="checkbox"/> | 5 <input type="checkbox"/> |
| 45. Dificultat per accedir a una universitat pública | 1 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | 3 <input type="checkbox"/> | 4 <input type="checkbox"/> | 5 <input type="checkbox"/> |
| 46. Dificultat per accedir a una universitat privada | 1 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | 3 <input type="checkbox"/> | 4 <input type="checkbox"/> | 5 <input type="checkbox"/> |
| 47. Altres (especificar): | 1 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | 3 <input type="checkbox"/> | 4 <input type="checkbox"/> | 5 <input type="checkbox"/> |

20. Valora les universitats catalanes presencials que coneixis utilitzant la següent escala (deixa en blanc aquelles sobre les quals no tinguis una opinió formada):

1. Molt dolenta 2. Dolenta 3. Normal 4. Bona 5. Molt bona 6. No la coneix
- | | | | | | | |
|---|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|
| 1. Universitat Abat Oliba CEU (UAO) | 1 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | 3 <input type="checkbox"/> | 4 <input type="checkbox"/> | 5 <input type="checkbox"/> | 6 <input type="checkbox"/> |
| 2. Universitat Autònoma de Barcelona (UAB) | 1 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | 3 <input type="checkbox"/> | 4 <input type="checkbox"/> | 5 <input type="checkbox"/> | 6 <input type="checkbox"/> |
| 3. Universitat de Barcelona (UB) | 1 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | 3 <input type="checkbox"/> | 4 <input type="checkbox"/> | 5 <input type="checkbox"/> | 6 <input type="checkbox"/> |
| 4. Universitat de Girona (UDG) | 1 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | 3 <input type="checkbox"/> | 4 <input type="checkbox"/> | 5 <input type="checkbox"/> | 6 <input type="checkbox"/> |
| 5. Universitat Internacional de Catalunya (UIC) | 1 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | 3 <input type="checkbox"/> | 4 <input type="checkbox"/> | 5 <input type="checkbox"/> | 6 <input type="checkbox"/> |
| 6. Universitat de Lleida (UDL) | 1 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | 3 <input type="checkbox"/> | 4 <input type="checkbox"/> | 5 <input type="checkbox"/> | 6 <input type="checkbox"/> |
| 7. Universitat Politècnica de Catalunya (UPC) | 1 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | 3 <input type="checkbox"/> | 4 <input type="checkbox"/> | 5 <input type="checkbox"/> | 6 <input type="checkbox"/> |
| 8. Universitat Pompeu Fabra (UPF) | 1 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | 3 <input type="checkbox"/> | 4 <input type="checkbox"/> | 5 <input type="checkbox"/> | 6 <input type="checkbox"/> |
| 9. Universitat Ramon Llull (URL) | 1 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | 3 <input type="checkbox"/> | 4 <input type="checkbox"/> | 5 <input type="checkbox"/> | 6 <input type="checkbox"/> |
| 10. Universitat Rovira i Virgili (URV) | 1 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | 3 <input type="checkbox"/> | 4 <input type="checkbox"/> | 5 <input type="checkbox"/> | 6 <input type="checkbox"/> |
| 11. Universitat de Vic (UVIC) | 1 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | 3 <input type="checkbox"/> | 4 <input type="checkbox"/> | 5 <input type="checkbox"/> | 6 <input type="checkbox"/> |

Dins d'aquesta mateixa investigació està previst fer un altre enquesta el proper curs amb una mostra més reduïda (aquells de vosaltres que haureu iniciat estudis universitaris) per contrastar les opinions manifestades en el batxillerat i els factors que, finalment, hauran influït en l'elecció d'universitat; per això, et preguem omplir les dades adjuntes.

Nom: Cognoms

Carrer/Av.: N^o: Pis: Pta.....

C. Postal: Població:

Telèfon: Mòbil: E-mail.....