

>> EXPANSIÓN & EMPLEO

> EMPLEADORES DE REFERENCIA

Qué piden los jóvenes a las empresas

Los estudiantes más brillantes buscan compañías que fomenten su desarrollo profesional y que les faciliten una experiencia internacional. Por **Tamara Vázquez**

Los jóvenes representan uno de los colectivos más afectados por la contracción del mercado de trabajo. En España, cuatro de cada diez jóvenes se encuentran actualmente en situación de desempleo, una realidad que está rebajando las expectativas profesionales de la denominada *Generación Y*, «pero sólo la de los miembros menos cualificados», matiza Alfonso Jiménez, socio director de la consultora PeopleMatters.

Por el contrario, la crisis laboral no parece preocupar a los universitarios más brillantes. En primer lugar, porque la mayoría de ellos continúa viviendo con sus padres y, ante la escasez de ofertas, su mejor

empresa continúa siendo un bien escaso en un escenario de crisis, por lo que estos jóvenes se mantienen en el punto de mira de sus departamentos de selección. Y, en tercer lugar, porque la rotación de estos jóvenes en diferentes compañías está aumentando drásticamente respecto a años anteriores. «La estancia media de los jóvenes en un puesto de trabajo es de sólo 2,5 años, un cambio estructural que obliga a que las organizaciones adapten sus políticas de recursos humanos a marchas forzadas», explica Sylvain Boy, director de Cateon Madrid.

En este contexto de atracción y retención de talento universitario, el estudio *Empleadores de referencia* que ha elaborado la consultora KPMG identifica cuáles son las preferencias y las motivaciones de los estudiantes más cualificados de cinco países europeos –incluida España– cuando seleccionan la empresa en la que quieren trabajar.

Desarrollo profesional

Estos jóvenes valoran enormemente las posibilidades que la organización les ofrece para su desarrollo profesional. Un 71% de ellos admite que antes de aceptar una oferta de trabajo necesita que la compañía empleadora le explique el plan de carrera que tiene reservado para el candidato. Más que un elevado nivel retributivo, estos futuros profesionales están interesados en desempeñar un trabajo que les motive y valoran que la firma sepa reconocer su esfuerzo y favorezca la existencia de un ambiente laboral agradable, donde fluya la comunicación y se establezca un modelo de trabajo colaborativo. No en vano, los miembros de esta

El 74% de los jóvenes considera que el salario es un factor decisivo para aceptar una oferta laboral

La mitad de ellos cree importante que la empresa haya recibido premios por su gestión de personas

opción pasa por ampliar su nivel de estudios mediante programas de posgrado o cursos de idiomas para, más adelante, acceder al puesto de trabajo que ellos mismos elijan.

En segundo lugar, porque las compañías reconocen que el talento –definido como los conocimientos, las competencias y el nivel de compromiso del profesional con su



Los futuros profesionales están interesados en desempeñar un trabajo que les motive. / DREAMTIME

Canales que los universitarios utilizan para buscar empleo

Total	España	R. Checa	Noruega	Alemania	Rusia
1º Webs corporativas	1º	1º	2º	1º	1º
2º Portales de empleo en internet	6º	3º	7º	6º	2º
3º Comité de empleo de universidades	3º	6º	4º	2º	3º
4º Revistas/periódicos universitarios	4º	2º	5º	5º	8º
5º Foros de empleo	2º	4º	6º	9º	5º
6º Prensa y suplementos de empleo	6º	7º	3º	4º	7º
7º Buscadores	7º	5º	9º	7º	6º
8º COIE	9º	8º	8º	8º	4º
9º Redes sociales	8º	9º	1º	3º	9º
10º Blogs	10º	10º	10º	10º	10º

FUENTE: KPMG.

Yolanda Clemente / EL MUNDO

generación son *nativos digitales*, formados en las nuevas tecnologías, en internet y conocedores profundos de los entornos 2.0, que se basan en la participación e interactividad entre usuarios. Esta característica también tiene un impacto directo sobre los procesos de captación de jóvenes talentos, en los que cobra importancia la presencia de la marca en redes sociales y profesionales online y en blogs, soportes que los jóvenes consideran más fiables que la in-

formación que aparece en las webs corporativas.

La formación continua es otro de los elementos clave para atraer a estos jóvenes. El 61% considera que su educación no finaliza cuando obtiene una titulación universitaria, sino que el aprendizaje se prolonga a lo largo de toda su vida laboral. En este sentido, el 88% de los recién titulados europeos considera importante la oferta formativa que proporciona la organización, así como sus ayudas para realizar

másters, posgrados, etcétera. Luis López, director de recursos humanos de Deloitte, confirma este dato. «Los universitarios más sobresalientes ven el trabajo como una inversión. Buscan empresas que les ofrezcan una serie de programas de formación que les permitan mejorar su empleabilidad de cara al futuro», explica. Esto resulta especialmente significativo en el caso de España, donde el porcentaje de jóvenes que valoran las posibilidades

masteroficial.es

másters oficiales universitarios

Si ya eres Diplomado o Ingeniero Técnico accederás a una Titulación Superior

60 ECTS • European Credit Transfer System*

- Máster en Prevención de Riesgos Laborales • semipresencial
- Máster en Energías Renovables • semipresencial
- Máster en Gestión Integrada • prevención+ calidad+ medioambiente • semipresencial

*Los ECTS son créditos acumulables y aplicables a nivel institucional, regional, nacional y europeo, según la Declaración de Bolonia



EL MUNDO Expansión

Información
y contratación

902 30 40 22
Info@masteroficial.es

Sedes: Madrid • Andalucía • Aragón • Canarias
Cataluña • Galicia • Levante • País Vasco

