



cutting through complexity

KPMG EN ESPAÑA

Los mejores alumnos ante el mercado laboral

Conclusiones de la encuesta
a los finalistas del KPMG
International Case Competition

kpmg.es



Índice

Introducción	2
Resumen ejecutivo	3
1. Planes de entrada en el mercado laboral	4
2. Motivaciones laborales	5
3. Condiciones del primer empleo	7
4. Países en los que trabajar	8
5. Conciencia social	9
Ficha técnica de la encuesta	10
Anexo – Universidades de procedencia de los finalistas del KPMG International Case Competition	11

Introducción

Algunos de los mejores estudiantes universitarios del mundo se reunieron en Madrid durante la primera semana de abril para participar en la final de la décima edición del KPMG International Case Competition. Cerca de un centenar de finalistas, procedentes de 23 universidades de todo el globo, han reunido una diversidad –apreciable incluso entre los integrantes de los grupos– de gran interés.

A lo largo de sus diez años de historia, el KPMG International Case Competition se ha convertido en una de las principales competiciones globales a nivel universitario, con la participación de más de 6.000 estudiantes de 300 universidades de todo el mundo.

Analizando casos similares a los utilizados en las escuelas de negocio, donde se enfrentan a situaciones empresariales complejas, los estudiantes demuestran su capacidad de estrategia y visión de negocio a lo largo de distintas fases eliminatorias.

KPMG ha aprovechado la presencia en Madrid de los 92 finalistas para realizar una encuesta y conocer así la opinión y las expectativas de algunos de los jóvenes con más talento del mundo respecto a su futuro profesional.



Resumen ejecutivo

Los finalistas del KPMG International Case Competition, que cursan mayoritariamente estudios relacionados con la empresa o la economía, valoran el desarrollo profesional y el entorno laboral por encima de factores como el salario a la hora de buscar un trabajo. Una amplia mayoría de ellos prefiere empresas con relaciones laborales informales, en las que la información fluya de forma horizontal, antes que modelos tradicionales con categorías jerárquicas rígidas y flujos de información verticales.

Sector financiero, distribución, industria y servicios profesionales aparecen como los sectores preferidos por los participantes para trabajar. Las relaciones personales son vistas como la herramienta más útil a la hora de ponerse en contacto con la empresa.

La mitad de los encuestados espera permanecer en la empresa entre tres y cinco años, un plazo similar al que se plantean para llegar a alcanzar un puesto directivo. Aunque el salario no sea un criterio fundamental a la hora de decidir la firma en la que quieren trabajar, sí esperan lograr retribuciones relativamente elevadas cuando ingresen en el mercado laboral.

Casi la totalidad de los finalistas del KICC esperan entrar en el mercado laboral en cuanto termine su licenciatura, y una gran mayoría piensa tener para entonces experiencias previas en forma de becas. Dos de cada tres encuestados creen que la universidad les ha preparado en buena medida para dicha integración.

La vida familiar es el factor que más ponderan los encuestados a la hora de integrarlo con su carrera profesional, situándola por encima de las relaciones sociales y las aficiones o hobbies. Los finalistas muestran su inquietud social al valorar notablemente la diversidad, integración e igualdad de oportunidades y las políticas medioambientales y de responsabilidad social corporativa en la empresa de su elección.

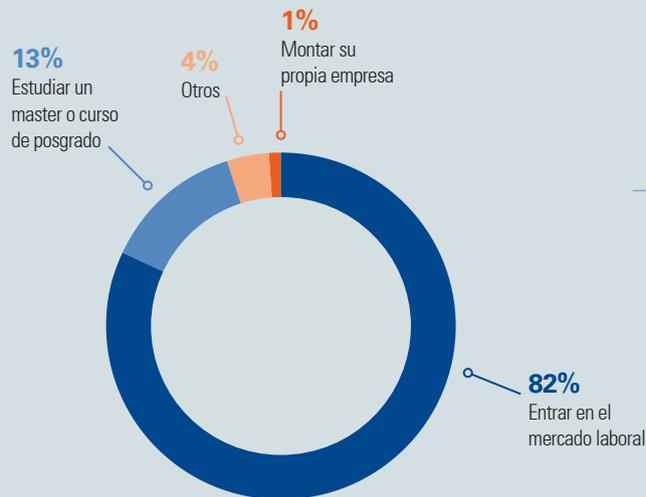
El grueso de los encuestados espera iniciar su carrera en su propio país, aunque las preferencias se concentran al ser preguntados por el grueso de su vida profesional: casi la mitad prefieren países europeos, mientras un 17% se decanta por Estados Unidos.

1. Planes de entrada en el mercado laboral

Gráfico 1

Planes al finalizar la carrera

Una abrumadora mayoría de los alumnos finalistas del programa se dispone a integrarse en el mercado laboral en cuanto terminen su licenciatura. Un 13% contempla la realización de un máster o curso de posgrado. La generalización de la crisis financiera global no parece haber estimulado el espíritu de emprendimiento: solo un 1% planea poner en marcha su propia empresa una vez finalizados sus estudios.

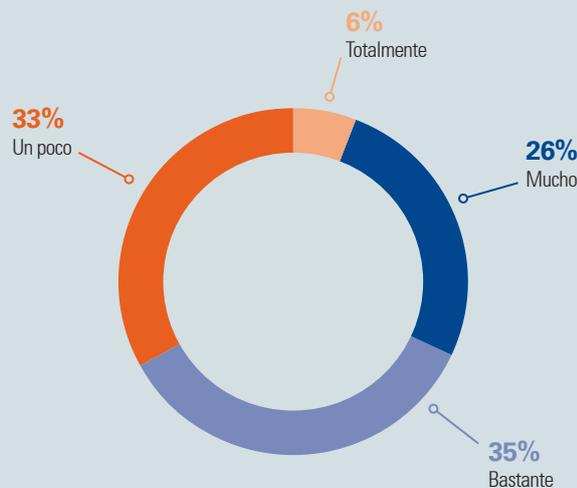


“Una gran mayoría apuesta por entrar en el mercado laboral al terminar su licenciatura”

Gráfico 2

Preparación ante el mercado laboral

Dos tercios de los alumnos creen que los estudios les han ayudado a prepararse de cara a su incorporación al mercado laboral, si bien solo un 6% señala que esa adecuación ha sido completa. Otro tercio de los finalistas señala que los estudios solo les han ayudado poco a preparar dicha incorporación.

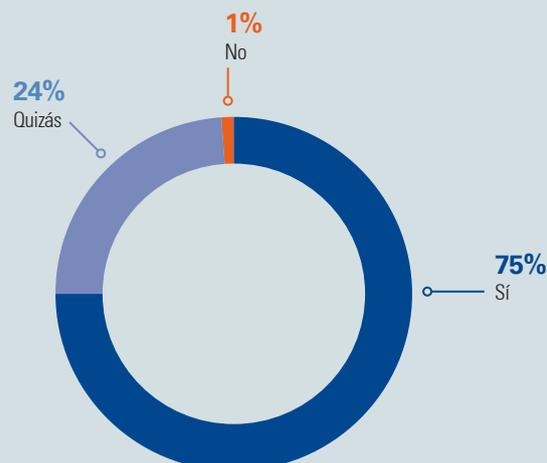


“Dos de cada tres finalistas creen que la universidad les está preparando en buena medida para entrar en el mercado laboral”

Gráfico 3

Experiencia como becario

Esa entrada en el mundo de la empresa podría no producirse de forma directa, ya que tres de cada cuatro encuestados esperan tener algún tipo de experiencia previa, a través de becas, en el sector o la firma de su elección.



2. Motivaciones laborales

Gráfico 4

Factores prioritarios para escoger una empresa para trabajar

A la hora de decantarse por una empresa en particular en la que comenzar su carrera, los estudiantes finalistas del KPMG International Case Competition muestran una clara predilección por la carrera profesional ofrecida, el ambiente de trabajo, la reputación de la firma y la formación continua. El salario aparece como décima prioridad entre las doce planteadas en la pregunta, quedando por debajo de las citadas y también de los programas de movilidad internacional, la flexibilidad horaria, el reconocimiento o los beneficios sociales. El teletrabajo no aparece como un factor que valoren especialmente los candidatos.

“El salario no aparece entre los factores más valorados a la hora de elegir empresa en la que trabajar”



Gráfico 5

Utilidad de los canales para encontrar información sobre empresas en las que trabajar

A pesar de la revolución que han supuesto las tecnologías de la información, el medio más útil para acercarse a empresas en las que trabajar sigue siendo el de los contactos personales. Después aparecen las webs corporativas y los servicios de carreras profesionales de las universidades, seguidos de los buscadores de Internet, las webs especializadas en empleo y las redes sociales.

“Los encuestados ven en los contactos personales la herramienta más útil para acercarse a las empresas”

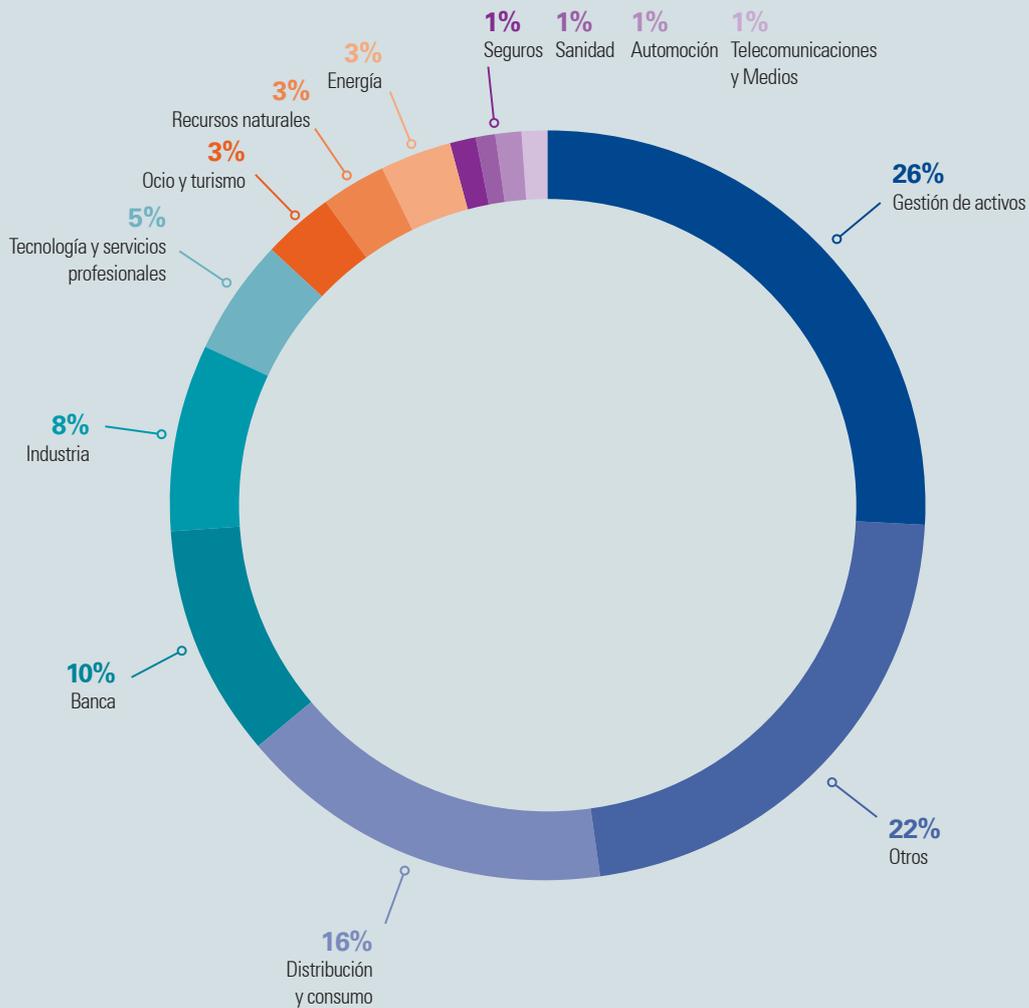


Gráfico 6

Sector de preferencia para trabajar

El de gestión de activos aparece claramente destacado como el sector preferido por los finalistas del KICC para trabajar. Un 26% apuesta por esa opción, mientras un 16% se decanta por empresas de distribución y consumo y otro 10% prefiere la banca en general. También aparecen destacados la industria, la tecnología y los servicios profesionales.

“Sector financiero, distribución, industria y servicios profesionales son los preferidos por los finalistas”

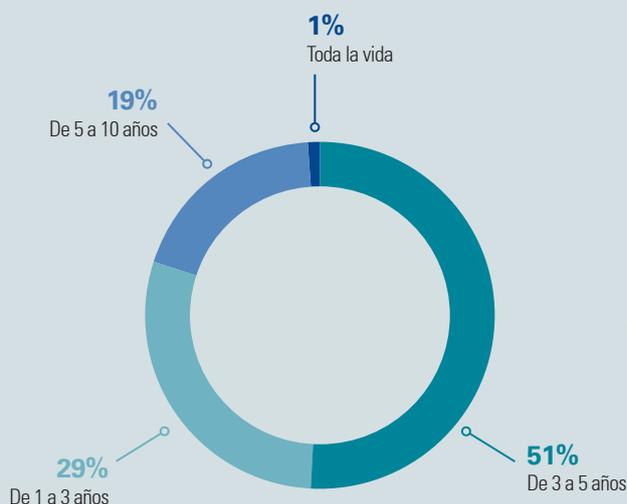


3. Condiciones del primer empleo

Gráfico 7

Años de permanencia esperada en el primer empleo

La evolución social de las últimas décadas se aprecia en las intenciones de permanencia en la firma en la que arranquen su trayectoria: solo el 1% de los encuestados espera mantenerse en la misma durante toda su carrera. Lo más habitual es una expectativa de medio plazo: la mitad de los alumnos planea quedarse entre 3 y 5 años, y un 29% espera permanecer entre uno y tres años en su primera empresa.



“La mayoría de los encuestados esperan pasar entre tres y cinco años en su primera empresa, y alcanzar para entonces un puesto directivo”

Gráfico 8

Expectativa salarial inicial

Los finalistas del KICC aspiran a una remuneración relativamente elevada ya en su primer empleo, aun cuando, como se ha comentado arriba, no ven en el salario un factor decisivo para su decisión: prácticamente la mitad espera ganar más de 35.000 dólares (alrededor de 27.000 euros) en su primer año como trabajador, y solo uno de cada veinte encuestados (de países en desarrollo como India, Sudáfrica y Turquía) se conforma con menos de 20.000 dólares.

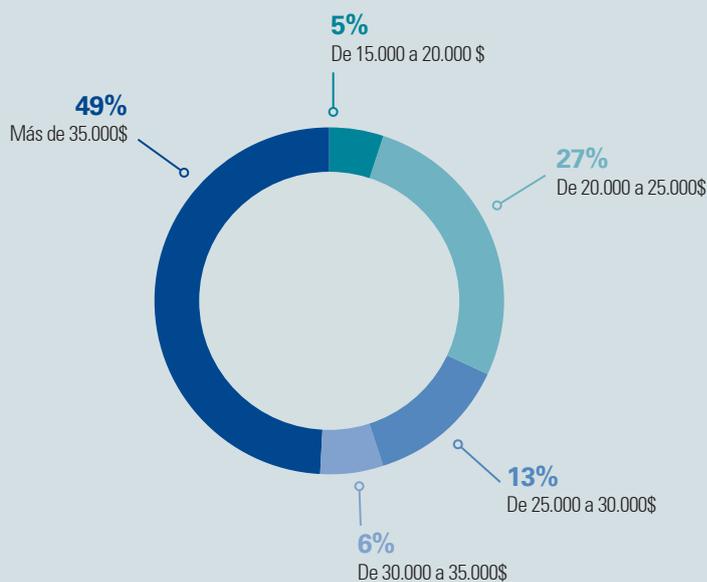
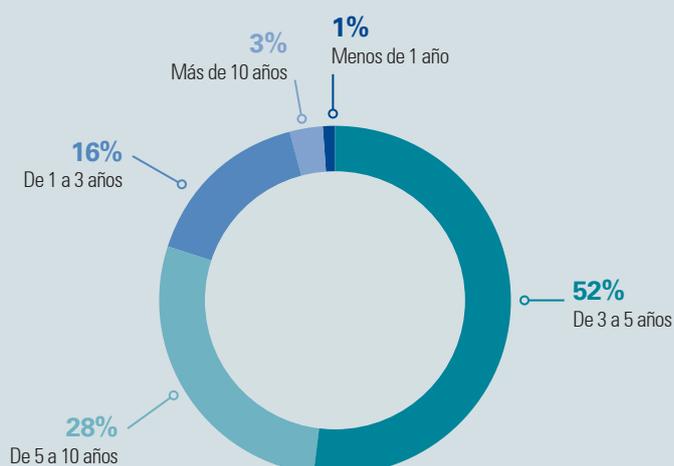


Gráfico 9

Años hasta alcanzar un puesto directivo

En cuanto al acceso a un puesto de trabajo directivo, algo más de la mitad de los alumnos creen que tardarán entre 3 y 5 años en alcanzarlo, mientras que un 31% cree que no lo logrará hasta pasados al menos cinco años. Apenas un 1% se ve en un puesto directivo dentro de su primer año de carrera profesional.



5. Conciencia social

Gráfico 12

Factores relevantes para valorar la empresa

Los estudiantes muestran preocupación social en sus respuestas, en el sentido en que valoran en una empresa aspectos como la diversidad, integración e igualdad de oportunidades y la política medioambiental y la responsabilidad social corporativa por encima de otros factores como los premios recibidos por la firma por su política de recursos humanos.

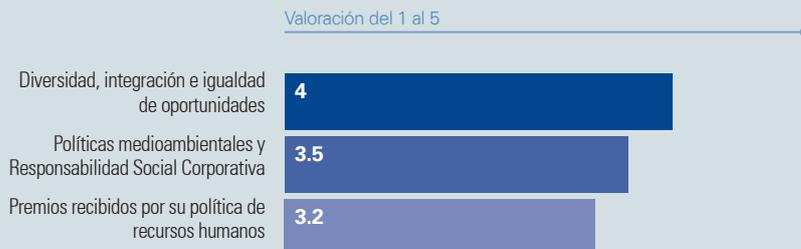


Gráfico 13

Factores más importantes a equilibrar con la carrera profesional

A la hora de analizar los aspectos más relevantes que integrar junto a la carrera profesional, los estudiantes finalistas del KICC valoran especialmente el equilibrio con la vida familiar. Algo más atrás quedan las relaciones sociales y las aficiones o hobbies.

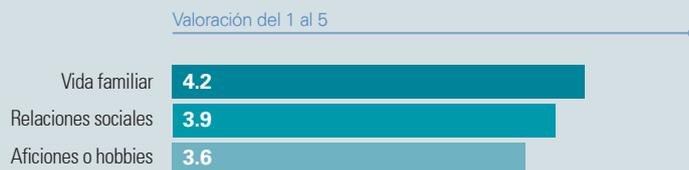


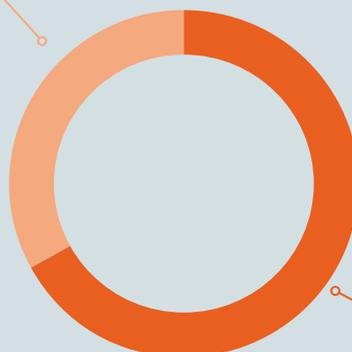
Gráfico 14

Modelo de gestión más atractivo

Dos de cada tres encuestados se muestran partidarios de un modelo empresarial que favorezca las relaciones laborales informales, y en el que la información fluya de forma horizontal. En cambio, uno de cada tres defiende un modelo más tradicional, con categorías claramente definidas y en el que el flujo de mando y la responsabilidad se transmitan desde arriba hacia abajo.

Categorías claramente definidas, en las que el flujo de mando y la responsabilidad se transmita de arriba abajo

33%



67%

Relaciones laborales predominantemente informales, donde la información fluya de forma horizontal

“Los encuestados apuestan por un modelo de gestión en el que la información fluya horizontalmente”

Ficha técnica de la encuesta

La encuesta se presentó, vía App, a los 92 finalistas de la KPMG International Case Competition, de los que 80 la completaron.

Gráfico 15

Estudios

Tres de cada cinco encuestados están cursando estudios universitarios, mientras el resto realizan un máster o curso de posgrado.

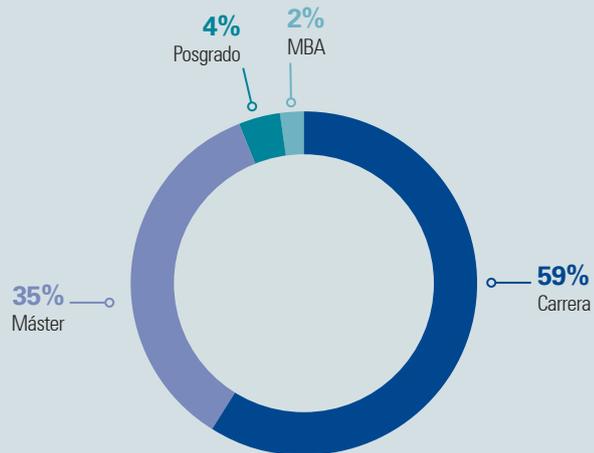


Gráfico 16

Rama universitaria

En cuanto al tipo de estudios, el grueso de los participantes encuestados cursan estudios relacionados con la economía y el mundo de la empresa.

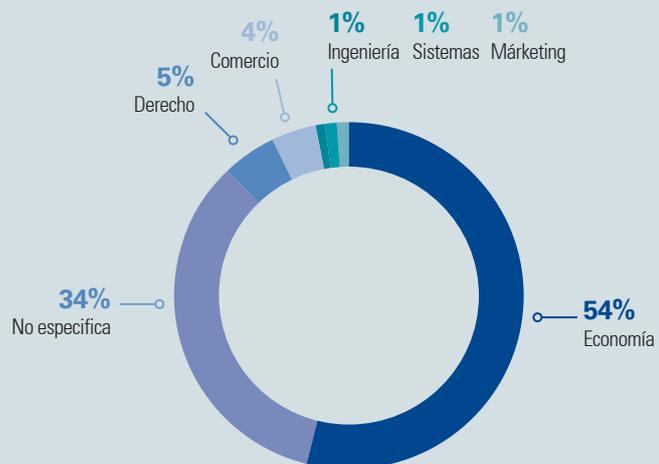
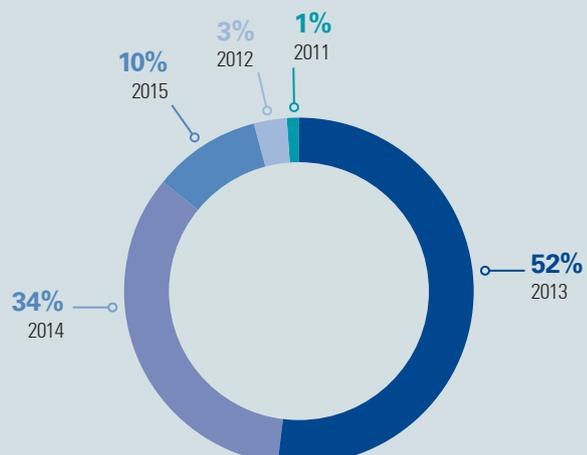


Gráfico 17

Finalización de la carrera

La mitad de los alumnos esperan graduarse este año, mientras que uno de cada tres lo hará el próximo curso.



Universidades de procedencia de los finalistas de la KPMG International Case Competition

Australian National University (Australia)

Bilkent University (Turquía)

Bocconi University (Italia)

Centro Universitário da FEI (Brasil)

Concordia University (Canadá)

Copenhagen Business School (Dinamarca)

Elon University (EE.UU.)

EM Strasbourg Business School (Francia)

Finance University under the Government of Russian Federation (Rusia)

HEC Paris (Francia)

Indian Institute of Management Calcutta (India)

London School of Economics (Reino Unido)

Masaryk University (República Checa)

McGill University (Canadá)

North-West University (EE.UU.)

Politecnico di Milano (Italia)

Reims Management School (Francia)

S P Jain School of Global Management (Dubai/Singapur/Sidney)

Universidad de Deusto (España)

Universidade de São Paulo (Brasil)

Universidade Estadual do Norte Fluminense (Brasil)

Universidade Federal de São Carlos (Brasil)

Universita Bocconi

University College Dublin (Irlanda)

University of Gothenburg (Suecia)

University of Manchester (Reino Unido)

University of Münster (Alemania)

University of Southern California (EE.UU.)

University of Tampa (EE.UU.)

University of the Witwatersrand (Sudáfrica)

University of Western Ontario (Canadá)

Warsaw School of Economics (Polonia)

Westfälische Wilhelms-Universität Münster (Alemania)



La información aquí contenida es de carácter general y no va dirigida a facilitar los datos o circunstancias concretas de personas o entidades. Si bien procuramos que la información que ofrecemos sea exacta y actual, no podemos garantizar que siga siéndolo en el futuro o en el momento en que se tenga acceso a la misma. Por tal motivo, cualquier iniciativa que pueda tomarse utilizando tal información como referencia, debe ir precedida de una exhaustiva verificación de su realidad y exactitud, así como del pertinente asesoramiento profesional.

© 2013 KPMG Abogados S.L., sociedad española de responsabilidad limitada, es una filial de KPMG Europe LLP y miembro de la red KPMG de firmas independientes, miembros de la red KPMG, afiliadas a KPMG International Cooperative ("KPMG International"), sociedad suiza. Todos los derechos reservados. KPMG y el logotipo de KPMG son marcas registradas de KPMG International Cooperative ("KPMG International"), sociedad suiza.