



cutting through complexity

KPMG EN ESPAÑA

Los mejores alumnos ante el mercado laboral 2014

Conclusiones de la encuesta
a los participantes del
KPMG International Case
Competition en España

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. Conciliación laboral	9
Ficha técnica de la encuesta	10
Anexo – Universidades de procedencia de los participantes en el KICC en España	11

Introducción

Esta es la segunda edición del informe *Los mejores alumnos ante el mercado laboral*, que se publicó por primera vez en 2013 con motivo de la celebración en Madrid de la final internacional del KPMG International Case Competition (KICC), la competición de talento de KPMG que reúne cada año a algunos de los mejores estudiantes del mundo.

Este año, la final de la undécima edición del KICC tuvo lugar en São Paulo durante la primera semana de abril. Cerca de un centenar de finalistas, procedentes de 23 países de todo el mundo, se enfrentaron en esta competición a situaciones empresariales complejas a través de las que pudieron demostrar su capacidad estratégica y visión de negocio. Para elegir a los representantes españoles se desarrollaron dos fases previas a nivel nacional, que, en primer lugar, centró su escenario en las universidades y que finalizó en febrero en las oficinas

de KPMG en Madrid. En esta final nacional participaron ocho equipos de cuatro estudiantes de algunas de las universidades más prestigiosas del país.

KPMG aprovechó la oportunidad única de indagar sobre la opinión y expectativas de estos estudiantes, ante un mercado laboral en un profundo proceso de cambio. El informe ofrece, así, una visión que permite a las empresas conocer en qué aspectos tendrán que enfocar sus políticas de recursos humanos para atraer y retener el mejor talento en España.

A lo largo de sus once años de historia, el KICC se ha convertido en una de las competiciones a nivel universitario más importantes del mundo. En esta edición, la iniciativa logró reunir a alrededor de 16.000 estudiantes de más de 440 universidades en 23 países.



Resumen ejecutivo

España continúa siendo un país atractivo para trabajar. El 63% de los encuestados para este informe escoge este país como su favorito para desarrollar su carrera profesional, frente a otros mercados internacionales con más posibilidades de inserción laboral como Reino Unido (con una tasa de paro del 7,2%) y Estados Unidos (6,6%), según los últimos datos de la OCDE.

Además, la oferta académica de las universidades y centros de formación españoles son valorados positivamente por los estudiantes, si se tiene en cuenta que casi la totalidad de los encuestados manifiesta que esta se ajusta en alguna medida a las demandas del mercado laboral. Y ese es precisamente su objetivo inmediatamente después de finalizar su carrera universitaria, encontrar una puerta de entrada al mundo del trabajo. Solo un 12% se plantea alargar sus estudios mediante un máster o posgrado, aunque una experiencia previa en el sector o firma de su elección mediante becas o figuras similares sí que es, al menos, contemplada por casi nueve de cada diez consultados.

Los estudiantes prefieren, a la hora de escoger un lugar para trabajar, empresas que puedan ofrecerles posibilidades de desarrollo profesional, si bien un buen ambiente de trabajo también es un factor clave para los encuestados. La existencia de una oferta de ayudas para la formación y las experiencias laborales en el extranjero son aspectos importantes que pueden determinar esa decisión. En contraste, la retribución no aparece como uno de los factores que se tienen especialmente en cuenta y, cuando los estudiantes son preguntados por el salario esperado en su primer empleo no se muestran especialmente ambiciosos: las dos categorías con más respuestas son las que oscilan entre los 20.000 y los 25.000 euros anuales y los 15.000 a 20.000. Tampoco se otorga especial importancia a la estabilidad laboral y casi la totalidad de los encuestados da por hecho que, a lo largo de su vida como trabajador, cambiará, al menos, una vez de empresa.

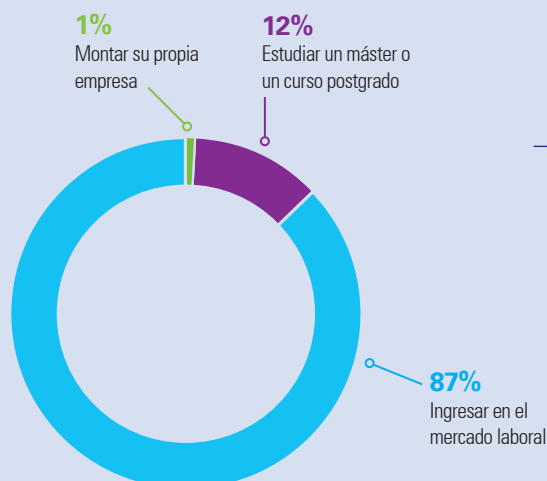
A la hora de buscar información sobre una compañía, los estudiantes consultan las webs corporativas y depositan su confianza en los datos que puedan aportar sus propios contactos personales. En bastante menor medida, y a pesar de la relevancia que los medios sociales están adquiriendo en el ocio de los jóvenes, utilizan los blogs y las redes sociales. Las preferencias en cuanto a sector y tipo de empresa pasan principalmente por la banca y servicios profesionales y por compañías con modelos de relación interpersonal predominantemente informales.

1. Planes de entrada en el mercado laboral

Gráfico 1

Planes al finalizar la carrera

Una amplia mayoría (87%) de los participantes del KPMG International Case Competition (KICC) en España señala que, una vez finalizada su carrera universitaria, su objetivo es acceder directamente al mercado laboral. Únicamente un 12% se plantea la posibilidad de alargar sus estudios a través de un máster o curso de posgrado. El emprendimiento no parece atractivo para los estudiantes en esta etapa de su vida, pues un escaso 1% manifiesta que se decantará por esta opción.

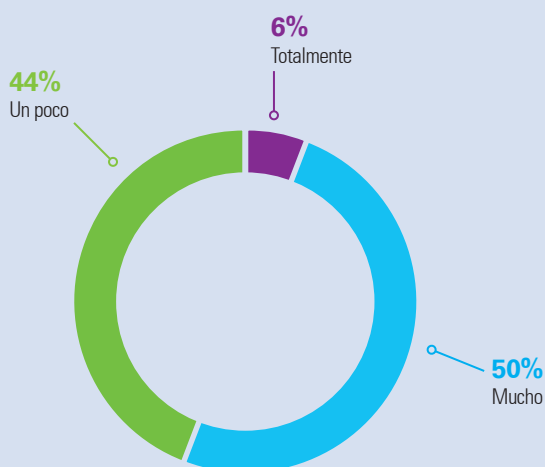


“El objetivo del 87% es acceder directamente al mercado laboral”

Gráfico 2

Preparación ante el mercado laboral

Más de la mitad de los estudiantes consultados se muestra convencido de que la formación que imparten en las universidades se ajusta a lo que solicitan las empresas a la hora de contratar. Justo la mitad de los encuestados cree que la oferta académica se ajusta mucho a las demandas del mercado laboral y un 6% cree que lo hace totalmente. El restante 44% opina que solo lo hace “un poco”.

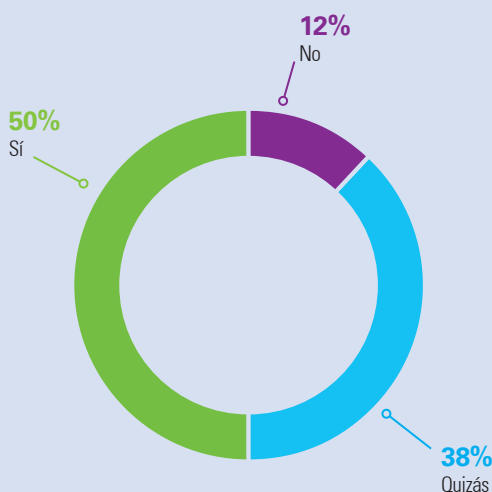


“La mayoría de los estudiantes cree que la formación académica se ajusta a las demandas del mercado laboral”

Gráfico 3

Experiencia como becario

Solo un 12% de los encuestados rechaza de pleno la posibilidad de tener una experiencia previa como becario en el sector o firma de su elección, antes de incorporarse al mercado laboral. La mitad de los estudiantes sí que cuenta con introducirse en el mercado laboral a través de becas y casi un 40% señala que se plantea esta opción, aunque no se muestra convencido.



“El 50% cuenta con introducirse en el mercado laboral a través de becas”

2. Motivaciones laborales

Gráfico 4

Factores prioritarios para escoger una empresa para trabajar

El desarrollo profesional es el factor al que los estudiantes del KPMG International Case Competition (KICC) en España otorgan más relevancia a la hora de escoger una empresa para trabajar. En consonancia, la carrera profesional también ocupa un puesto alto en el ranking de sus preferencias. Paralelamente, los estudiantes creen que tiene especial importancia el ambiente de trabajo y la formación continua que les ofrezca la empresa, pero también el reconocimiento que obtengan, los programas de movilidad y la reputación de la firma. Los factores menos valorados son la aplicación del teletrabajo y los beneficios sociales. La retribución recibe, de media, una puntuación de 4 sobre 5 en nivel de relevancia, en una posición intermedia en el ranking de los factores que más importancia tienen a la hora de escoger una empresa en la que trabajar.

“El desarrollo profesional tiene prioridad sobre el salario a la hora de elegir una empresa para trabajar”

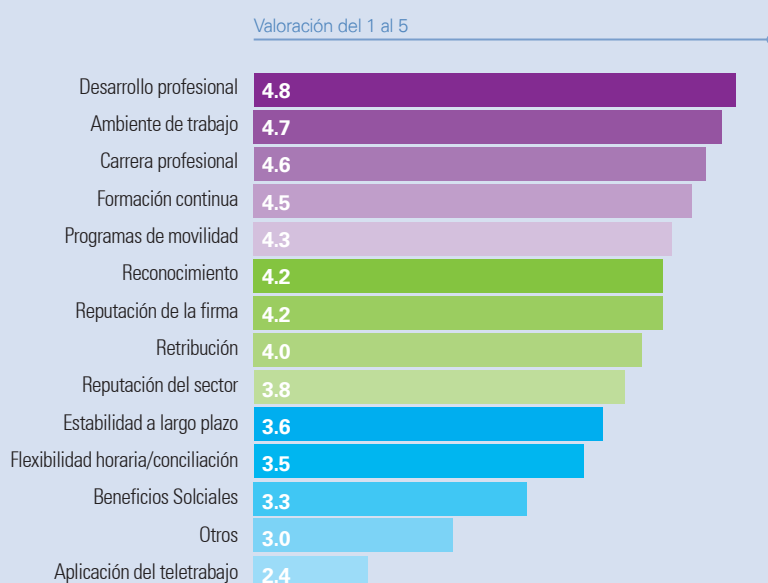


Gráfico 5

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

Las webs corporativas y los contactos personales son señalados como los canales más útiles para recabar información sobre empresas en las que trabajar. Los estudiantes participantes en el KICC en España también otorgan credibilidad a los comités de empleo de las universidades. A pesar de la importancia que están cobrando las redes sociales y los blogs en el ocio de los estudiantes, estos canales se encuentran entre aquellos a los que se reconoce un menor grado de importancia.

“Las webs corporativas y los contactos personales son las herramientas más útiles para acercarse a las empresas”

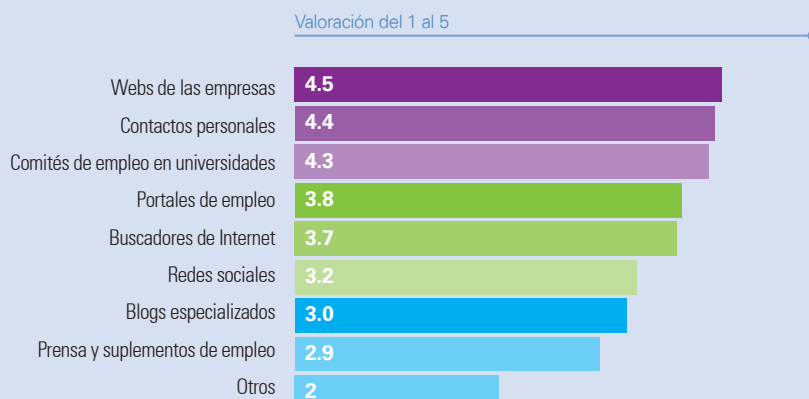
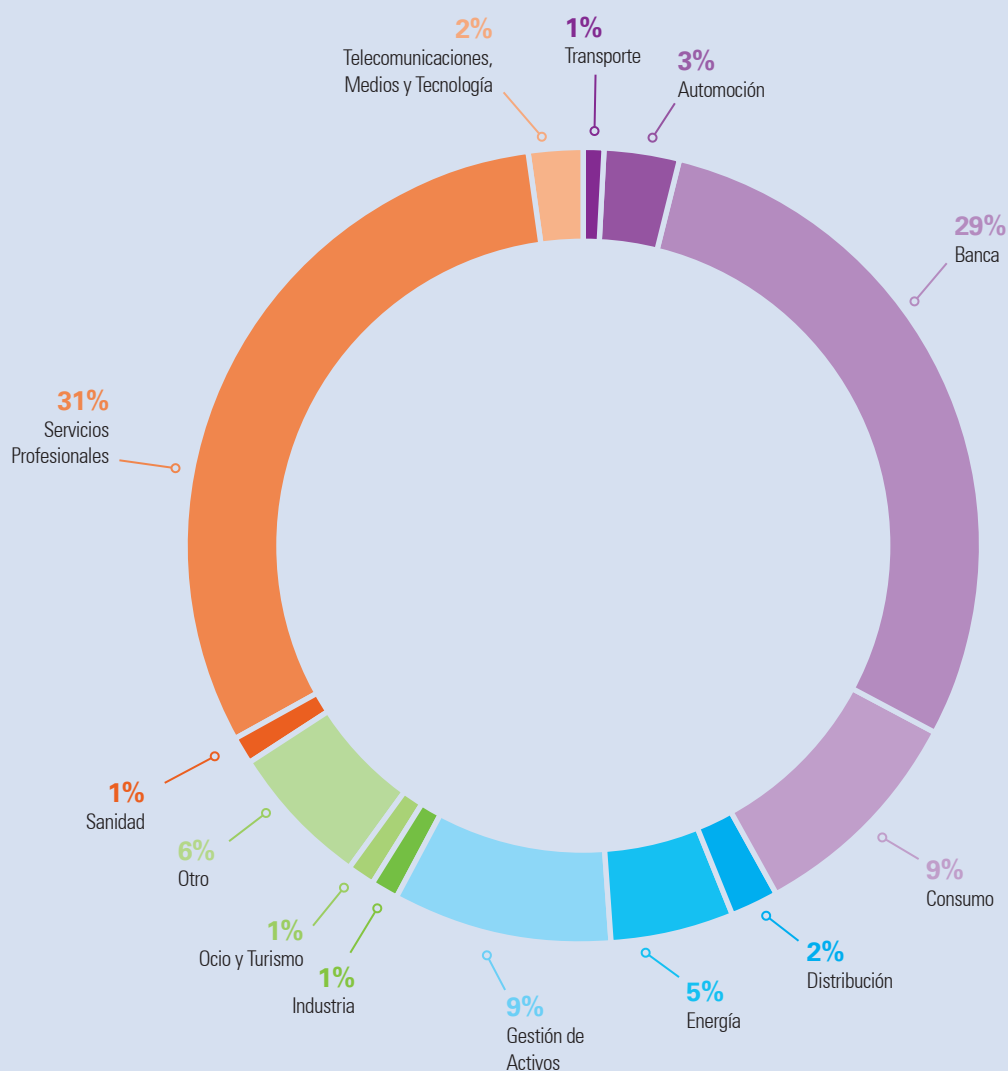


Gráfico 6

Sector de preferencia para trabajar

Los sectores de banca y servicios profesionales copan, entre los dos, un 60% de las respuestas de los estudiantes cuando son preguntados por los ámbitos que resultan más atractivos para trabajar. Le siguen la gestión de activos y el consumo, ambos con un 9% de las respuestas. Los demás votos se dispersan entre el resto de ámbitos productivos como energía, automoción o distribución.

“Banca y servicios profesionales son los sectores preferidos por los estudiantes”

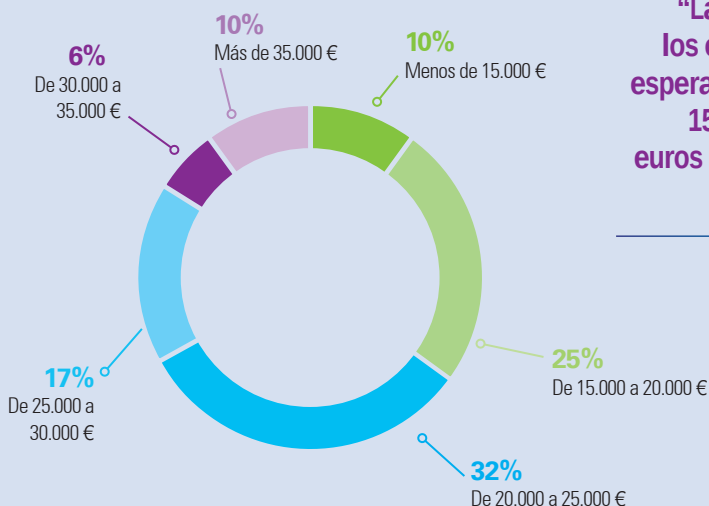


3. Condiciones del primer empleo

Gráfico 7

Expectativa salarial inicial

Las aspiraciones salariales de los estudiantes en su primer empleo se sitúan en torno a los 15.000 y 25.000 euros al año, una horquilla que aparece en la parte media-baja de la tabla de cantidades planteadas. Concretamente, un 32% señala que sus expectativas se sitúan entre los 20.000 y 25.000 euros, mientras que un 25% reduce esta cantidad de 15.000 a 20.000. La tercera opción más escogida eleva el salario esperado de 25.000 a 30.000 euros.

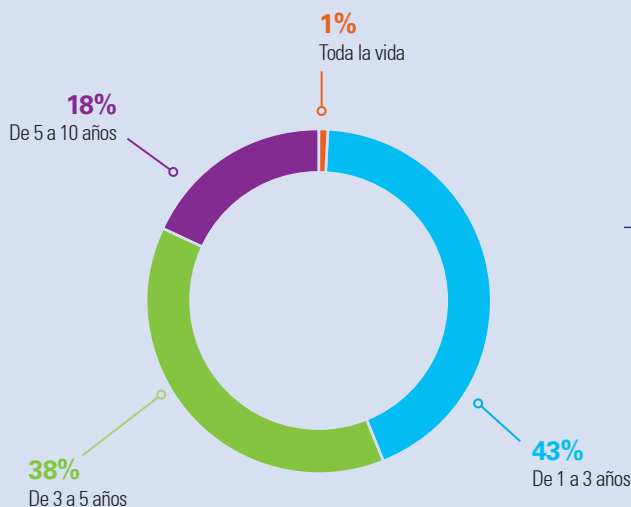


“La mayoría de los encuestados espera ganar entre 15.000 y 25.000 euros en su primer empleo”

Gráfico 8

Años de permanencia esperada en el primer empleo

Casi la totalidad de los encuestados se muestra seguro de que, a lo largo de su vida laboral, tendrá que realizar uno o más cambios de empresa, pues solo un 1% espera mantener su primer empleo durante toda la vida. Más de un 40% de los estudiantes espera pasar en su primer empleo un periodo corto de tiempo, entre uno y tres años y un 38% amplía esta experiencia inicial dos años más.

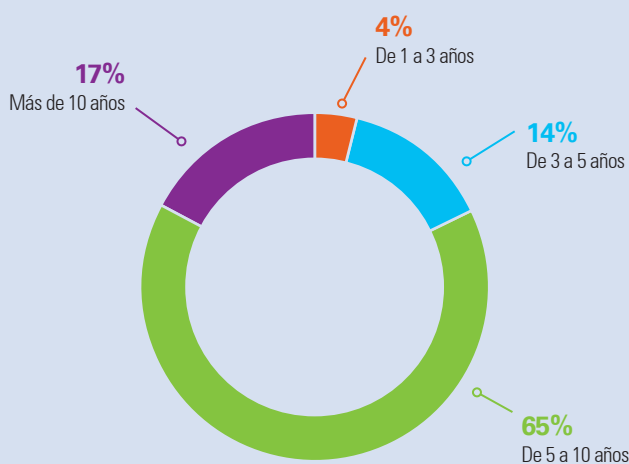


“El 43% de los estudiantes espera pasar entre uno y tres años en su primer empleo”

Gráfico 9

Años que tardará en asumir un puesto de trabajo directivo

Entre cinco y diez años serán necesarios para casi dos tercios de los estudiantes participantes en el KICC en España para alcanzar un puesto de mayor responsabilidad en su empresa. A esta gran mayoría le sigue un 17% que alarga el periodo para alcanzar un puesto directivo a más de diez años. Aquellos más optimistas que opinan que este salto solo les llevará uno, dos o tres años son un 4%.



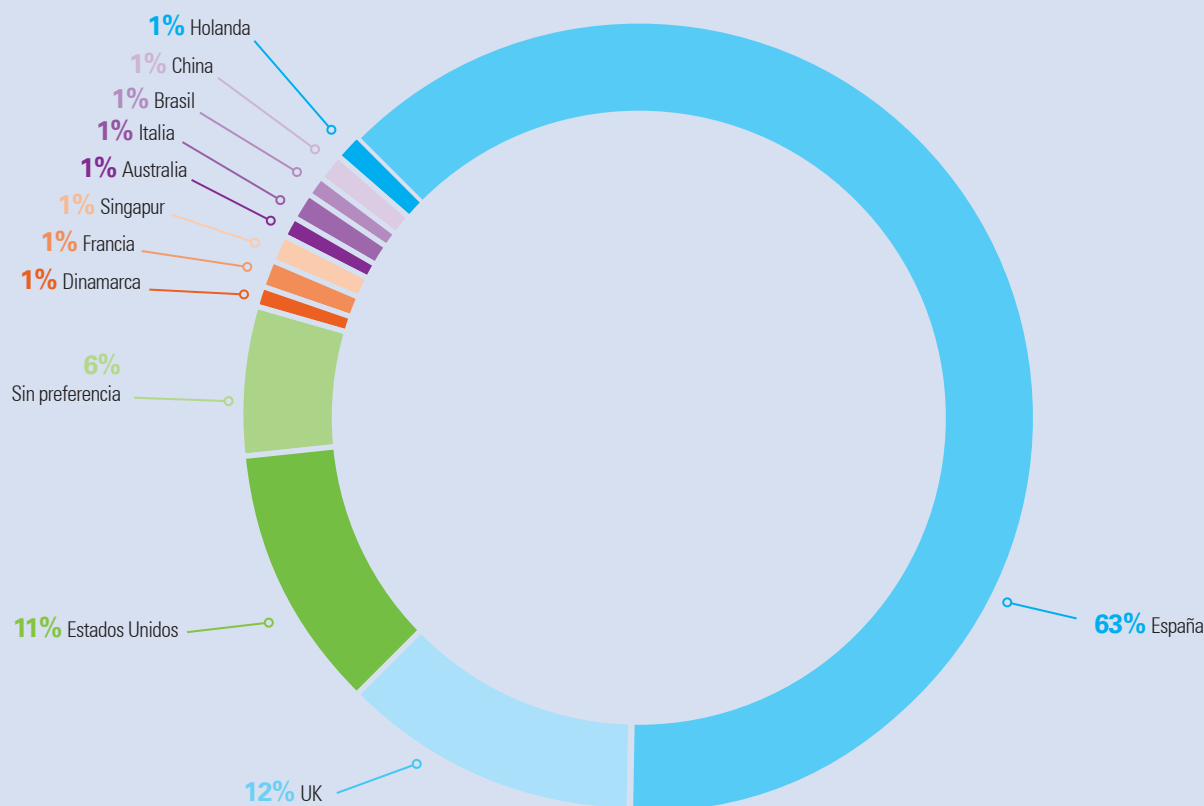
4. Países en los que trabajar

Gráfico 10

País preferido para desarrollar la carrera profesional

A pesar del ajuste de salarios que se está produciendo en España y la contracción de los últimos años en el mercado laboral, España sigue siendo el destino más atractivo para los encuestados para desarrollar su carrera profesional. Una abrumadora mayoría de más del 60% escoge esta opción. Los países anglosajones (Reino Unido y Estados Unidos) agrupan el segundo tramo de respuestas, aunque a mucha distancia, con un 12% y un 11% respectivamente.

“Después de España, Reino Unido y Estados Unidos son los destinos favoritos para el desarrollo de la carrera profesional”



5. Conciliación laboral

Gráfico 11

Variables a sacrificar para garantizar la carrera profesional

Los estudiantes consultados están dispuestos a sacrificar, en bastante medida, sus aficiones o hobbies para garantizarse una buena carrera profesional, según muestra la puntuación otorgada a estas variables. Las relaciones sociales son consideradas menos renunciables y solo “en alguna medida” los estudiantes se plantearían dejarlas de lado. La vida familiar recibe la nota más baja, un 2,8 sobre cinco, cuando se plantea esta cuestión a los estudiantes en la encuesta.

Valoración del 1 al 5

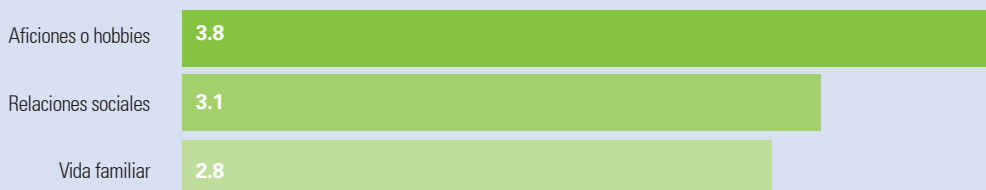


Gráfico 12

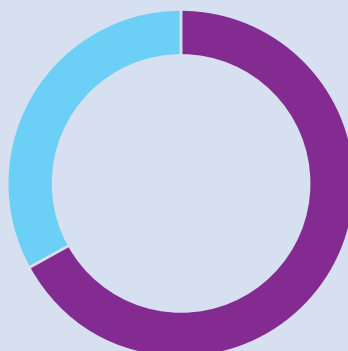
Modelo de gestión más atractivo

Cuando los estudiantes son preguntados por su modelo de gestión empresarial preferido en una empresa, una amplia mayoría de casi dos tercios opta por las relaciones laborales informales, donde la información fluya de manera horizontal y donde no existan categorías jerárquicas marcadas. El resto opta por modelos considerados más tradicionales.

“Un 65% de los estudiantes apuesta por un modelo de gestión en el que la información fluya horizontalmente”

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

35%



65%

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

Ficha técnica de la encuesta

La encuesta se presentó por email a los 144 participantes españoles del KPMG International Case Competition 2014, de los que 81 la completaron.

Gráfico 13

Nivel de estudios

Nueve de cada diez encuestados está realizando una licenciatura o grado universitario. El restante 10% realiza estudios de ingeniería.

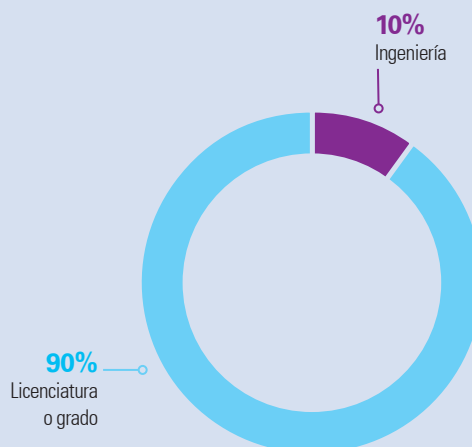


Gráfico 14

Rama universitaria

La gran mayoría de los encuestados (70%) estudia Administración y Dirección de Empresas. La siguiente rama más escogida es ingeniería, con un 13%. El resto cursan Economía o Derecho.

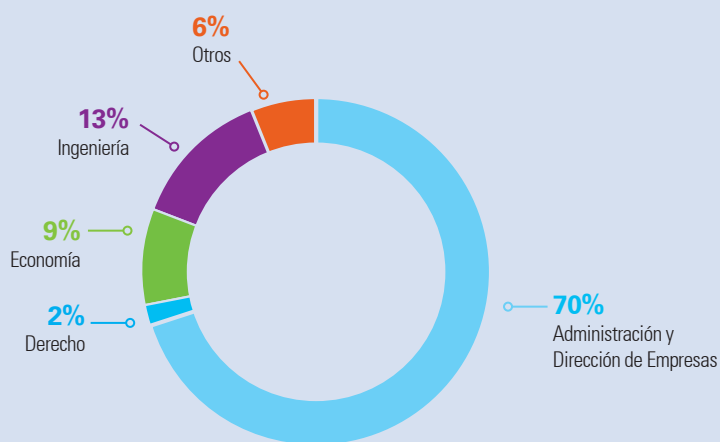
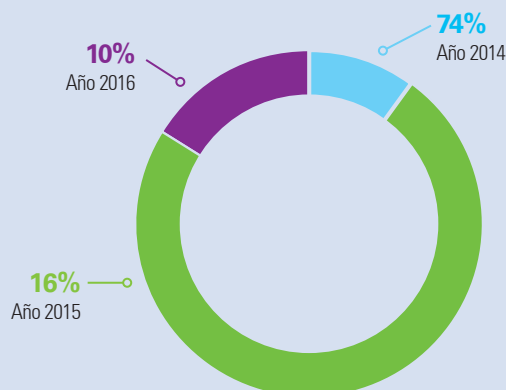


Gráfico 15

Finalización de la carrera

Casi tres cuartos de los encuestados se encuentran estudiando su último año de carrera. Un 16% finalizará los estudios el año próximo. Un 10% lo hará en 2016.



Universidades de procedencia de los participantes en el KICC en España

Colegio Universitario de Estudios Financieros (CUNEF)

ESADE, Ramón Llull University

Universidad Carlos III

Universidad de Deusto

Universidad de Navarra

Universidad Pontificia de Comillas

Universidad San Pablo CEU

Universitat Pompeu Fabra



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.

© 2014 KPMG, S.A., sociedad anónima española, es una filial de KPMG Europe LLP y firma miembro de la red KPMG de firmas independientes 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.