

Interesados por empresas que les ofrezcan viajes al extranjero, pero trabajando en España

Los universitarios españoles pierden interés por las empresas internacionales y por desarrollar su carrera en el exterior

- Ser contratados por una empresa internacional al graduarse en 2016 sólo es la principal prioridad para el 41% de los estudiantes de Ciencias Empresariales y el 38% de quienes estudian Ingeniería/IT. Es un 7% menos en ambos casos respecto al año anterior, según un análisis de PeopleMatters sobre un estudio de Universum.
- Sólo el 31% de los alumnos de Humanidades/Derecho, el 25% de Ciencias Naturales y el 21% de los perfiles técnicos e informáticos muestran interés por aspirar a un puesto de trabajo en empresas internacionales cuando se gradúen este año.
- Por el contrario, aumenta el porcentaje de jóvenes que ven más atractivas las empresas españolas en 2016; sobre todo, entre los universitarios orientados a una actividad comercial. El 26% de los encuestados muestra interés por las empresas privadas españolas en este año, frente al 23% en 2015.
- El estudio también revela que los universitarios españoles, en gran medida (el 50%), quieren quedarse en su país. Otros posibles destinos profesionales más demandados son Estados Unidos (en particular entre los perfiles comerciales), Reino Unido, Australia, y Alemania (en particular entre los perfiles técnicos).

Madrid, **10 de junio** de 2016.- Los universitarios españoles muestran en 2016 menos interés por desarrollar su carrera en el exterior y por las empresas internacionales en comparación con los datos de un año antes, según recoge el estudio **“Most Attractive Employers - España 2016”**, difundido hoy por [PeopleMatters](#), consultora especializada en Gestión de Personas.

Este análisis de PeopleMatters a partir de un estudio de Universum, recoge las opiniones de 24.000 universitarios españoles y analiza sus preferencias de carrera y las empresas que les resultan más atractivas para trabajar, entre otros aspectos.

“Pasar una temporada en el exterior es una experiencia muy enriquecedoras que tiene numerosas ventajas, explica Alfonso Jiménez, socio director de PeopleMatters. “Mejorar un segundo o tercer idioma, fortalecer el curriculum, conocer nuevas culturas y otras maneras de pensar, ser capaz de desenvolverse por uno mismo, son algunos de esos beneficios no sólo de cara al mercado laboral sino para el desarrollo de la persona. Es preocupante que nuestros jóvenes estén perdiendo esa curiosidad”.

Así, de los jóvenes encuestados que están estudiando Ciencias Empresariales, el 41% identifica el querer trabajar para una empresa internacional como su principal prioridad al graduarse en 2016. Ese porcentaje baja al 38% según los universitarios que estudian Ingeniería/IT. Es un 7% menos en ambos casos respecto al año anterior.

Sólo el 31% de los alumnos de Humanidades/Derecho, el 25% de Ciencias Naturales (incluye Matemáticas y Física) y el 21% de los perfiles técnicos e informáticos muestran interés por aspirar a un puesto de trabajo en empresas internacionales cuando se gradúen este año.

Por el contrario, aumenta el porcentaje de jóvenes que ven más atractivas las empresas españolas en 2016; sobre todo, entre los universitarios orientados a una actividad comercial. El 26% de los encuestados muestra interés por las empresas privadas españolas en este año, comparado con un 23% en 2015.

“Al preguntar a los universitarios españoles por sus metas a largo plazo hemos notado una reducción continuada durante los últimos cuatro años en su interés por desarrollar una trayectoria internacional. De las nueve metas de carrera que los jóvenes priorizan en 2016, ésta cae a la cuarta posición entre las prioridades de los estudiantes con perfiles comerciales, y es apenas la sexta opción para los perfiles técnicos e informáticos”, señala el country manager de Universum en España, **Rafael Garavito**.

El interés por desarrollar su futuro laboral en otros países es más notorio entre los perfiles de Ciencias Empresariales (39% de la muestra la elige como una de sus metas de carrera), y menos importante para los estudiantes de Ciencias Naturales, donde sólo uno de cada cuatro estudiantes la prioriza.

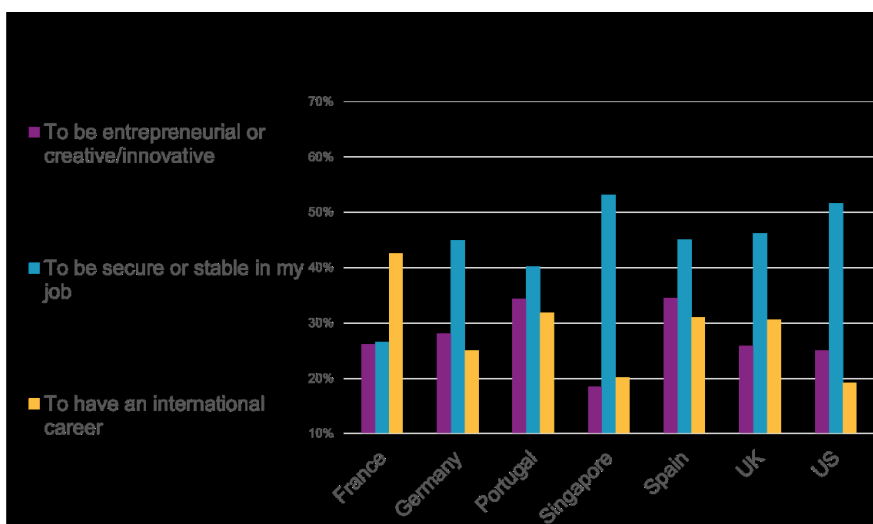


Figura 1: comparativa internacional de tres de las nueve metas de carrera.

En casa pero viajando

El estudio también revela que los universitarios españoles, en gran medida (el 50%), quieren quedarse en su país. Otros posibles destinos profesionales más demandados son Estados Unidos, entre el 16% y el 13%, en función de los estudios (en particular entre los perfiles comerciales); Reino Unido, entre el 8% y el 5%, según estudios; Alemania, entre el 6% y el 3% (en particular entre los perfiles técnicos); y Australia, entre el 4% y el 3%. Las mujeres muestran un interés ligeramente mayor por el Reino Unido, mientras que los hombres lo hacen por Estados Unidos.

Es más, sólo uno de cada seis jóvenes entrevistados selecciona como uno de los atributos más importantes a la hora elegir sus empresas preferidas el que ofrezca “oportunidades de interacción con colegas y clientes internacionales”.

En función de los aspectos relacionados con la cultura empresarial, el 39% de los universitarios españoles señala las ‘oportunidades de viajar o trasladarse al extranjero’ como uno de los atributos que más priorizan a la hora de elegir su lugar de trabajo. En especial, para los estudiantes de Ciencias Empresariales (casi un 45% subraya este atributo como uno de los más importantes), y menos prioritario para los estudiantes de Ciencias Naturales y de la Salud (32%). El interés por empresas que ofrezcan viajes al extranjero es particularmente notorio entre las mujeres que han participado en el estudio.

“Esta tendencia supone algunos retos importantes. El que los universitarios españoles no busquen una mayor interacción con colegas internacionales en una economía cada vez más globalizada puede limitar el valor agregado que supone trabajar en un entorno multicultural dentro de las empresas españolas”, comenta Rafael Garavito. “Aun así, varias de las empresas españolas en las posiciones más altas del ranking tienen una fuerte presencia internacional, tanto en el plano comercial como a nivel de sus marcas como empleadoras. En particular, Santander, BBVA y Gas Natural Fenosa en algunos de los países latinoamericanos explorados por Universum”, añade.

Sobre PeopleMatters

PeopleMatters es una firma de servicios profesionales de consultoría de gestión de personas, líder en *Employer Branding* y comunicación en España. Otras líneas de servicio incluyen la Estrategia de Capital Humano, Transformación Cultural, Gestión del Talento, Organización, Retribución y Recompensa, y Diversidad y Bienestar Corporativo.

La compañía ha creado y desarrolla el programa *Recruiting Erasmus* para la atención de talento en las empresas. Además realiza formación y profesionalización avanzada y diversos estudios y *benchmarking*.

Para más información, visita: www.peoplematters.com

Información de prensa de PeopleMatters

Soledad Gamerman PeopleMatters. Tel. 917810680 soledad.gamerman@peoplematters.com