

Nota de prensa

Google y Apple se consolidan por tercer año consecutivo como las más atractivas para trabajar. ONCE – la que más inspira a los universitarios.

Principales conclusiones del estudio “Most Attractive Employers” en España realizado por Universum en colaboración con PeopleMatters a más de 24 400 estudiantes españoles.

- **Google y Apple se mantienen en el ranking como las empresas más atractivas para trabajar según los estudiantes de ciencias empresariales y los perfiles técnicos, pero pierden terreno ante los de humanidades.**
- **Deloitte alcanza el Top 10 según los perfiles de ciencias empresariales. Las Big 4 mejoran sus posiciones de ranking.**
- **Los bancos mejoran posiciones entre los perfiles técnicos. CaixaBank regresa al Top 100 después de un par de años de ausencia.**
- **El sector de los medios de comunicación mejora su atractivo según algunas líneas principales de estudio. RTVE supera a Apple y es la segunda más atractiva para trabajar según los perfiles de humanidades.**
- **Varias empresas nuevas alcanzan posiciones altas de ranking. ONCE – la más asociada con “un propósito inspirador”.**
- **Los jóvenes de ciencias empresariales y los perfiles técnicos difieren en cuanto a lo que les motiva en sus carreras. Innovación y prestigio, lo que más asocian los jóvenes con sus favoritas.**

Madrid, 10 de mayo de 2015 – Universum (empresa internacional líder en investigación, comunicación digital y desarrollo de marca de empleador), en colaboración con PeopleMatters (firma de servicios profesionales de consultoría de Gestión de Personas y pionera en temas de *Employer Branding* en España), ha presentado hoy el resultado del estudio anual **Most Attractive Employers 2016** en un acto celebrado en CaixaForum Madrid y ha anunciado sus rankings oficiales, revelando cuáles son las empresas preferidas de los estudiantes universitarios españoles de ciencias empresariales, ingeniería/IT, ciencias naturales y de la salud, humanidades/artes/educación y derecho en 45 universidades en España. La clasificación refleja el atractivo y la fortaleza de las marcas como empleador en el mercado español. “Para PeopleMatters el acuerdo con Universum ha sido muy importante. Este acuerdo se materializa en tres ejes de colaboración. El primero ha sido poner a disposición del equipo de investigación de Universum nuestra red de relaciones con el sistema universitario español gracias al acuerdo que PeopleMatters firmó con la CRUE para la puesta en marcha de la iniciativa Recruiting Erasmus. El segundo ha sido la difusión de los estudios en el mercado español y su uso por las grandes empresas españolas. El tercero es la propuesta, a partir de nuestro conocimiento de mercado, de las nuevas empresas a incluir en el estudio cada

año para asegurar que contamos con las mejores empresas de nuestra comunidad de negocios, creemos que todo ello redundará en tener una mejor herramienta para la definición de la propuesta de valor al empleado en nuestros clientes”, señala Alfonso Jiménez, socio director de PeopleMatters.

1. Google y Apple se consolidan como las más atractivas para trabajar según los estudiantes de varios colectivos.

Google y Apple son este 2016 las favoritas entre los estudiantes de varios colectivos. Menos de tres puntos porcentuales separan ahora a ambas empresas en las primeras posiciones según varios colectivos; situación semejante a la recta final que se vive por estos días en la liga profesional de fútbol. RTVE es la más atractiva entre las chicas de humanidades y es asociada por los jóvenes con el brindar una buena referencia para sus futuras carreras (entre otros atributos como empleador). Coca-Cola y Santander completan el Top 5 en la categoría de ciencias empresariales mientras que BMW Group, Volkswagen group y Microsoft lo hacen entre los estudiantes de ingeniería / informática. BMW Group alcanza la tercera posición (Microsoft queda cuarta) y Volkswagen group alcanza la quinta posición (relevando a Airbus que se sitúa en el sexto puesto). Asimismo, empresas de otras industrias como la energética y en particular las de la construcción y las telecomunicaciones registran caídas importantes en sus posiciones de ranking ante este colectivo. Samsung, bq, y Renfe debutan en su primer año ante los perfiles técnicos y se sitúan dentro del Top 20. Enagás, Grifols y CLH debutan también pero obtienen posiciones más bajas de ranking.

Debutan también empresas y organizaciones nuevas entre las favoritas según los jóvenes de ciencias empresariales. Mediaset y Grupo Planeta lo hacen dentro del Top 50, acompañados por Bankinter, ONCE y Campofrío en la segunda mitad de la tabla. Mediaset y Grupo Planeta alcanzan el Top 5 según los estudiantes de humanidades.

Dentro del colectivo de ciencias, salud y medicina, entre los cuales encontramos también a algunos actuarios, hay menos noticias en relación al año anterior. Mutua Madrileña y Novartis destacan como empresas que suben posiciones dentro del Top 20 del ranking ante este colectivo.

Garrigues se mantiene como la favorita según el colectivo de derecho. “Si bien este año no comparamos el colectivo de derecho con años anteriores por razones metodológicas, cabe mencionar el aumento considerable en la muestra participante de este colectivo (alcanzando en 2016 los 3000 jóvenes con estudios de derecho). Destacan también la entrada de Deloitte al Top 10 y el debut de Mediaset en esa lista. Mejoraron también Microsoft, L’Oréal Group, RTVE, Mango e IKEA dentro del Top 20 según los perfiles con estudios legales”, comenta Rafael Garavito, Country Manager de Universum en España.

“Las empresas españolas se reencontraron con la contratación de jóvenes a finales de 2013. Desde entonces más de 6 millones de jóvenes millennials se han incorporado al mercado de trabajo, de ellos 4,5 millones han encontrado un empleo. Para muchas empresas ha sido primer contacto con la generación millennial y se han dado cuenta de

que se trata de una nueva generación, con nuevas actitudes y valores hacia la empresa y el trabajo. Los estudios de Universum son la principal fuente de análisis para conocerles mejor”, indica Alfonso Jiménez, socio director de PeopleMatters.

2. Las Big 4 vuelven a dar la pelea y ganan posiciones ante los jóvenes de ciencias empresariales. La industria de servicios profesionales vuelve a ser atractiva.

Después de una caída generalizada el año anterior, las 4 grandes empresas de auditoría y contabilidad retoman posiciones de ranking según el colectivo de ciencias empresariales. Deloitte alcanza el Top 10 y lidera el ranking de su industria. EY es la que más posiciones gana entre los chicos, mientras que KPMG y PwC destacan como las que más mejoran entre las chicas.

“Las diferencias entre sexos se notan también este año. No solo en relación a lo que quieren sino a quiénes quieren”, indica Rafael Garavito de Universum. “De un total de 40 atributos estudiados y al comparar con los chicos, notamos entre otros que las mujeres muestran mayor interés por el respeto a las personas, las oportunidades de trabajo en el extranjero y el desear posiciones de liderazgo este 2016, mientras que los chicos priorizan más la innovación, la meritocracia, y unos ingresos futuros elevados. En cuanto a empresas favoritas se refiere, destacan las marcas de consumidor entre las chicas, y las instituciones bancarias entre los chicos de empresariales”, agrega Rafael. La brecha más grande en cuanto al nivel de atractivo según los sexos se registra también en el sector de las grandes marcas de consumidor (ver figura 1).

Empleador	Ranking Mujeres	Ranking Hombres	Diferencia
L'Oréal Group	6	52	46
Johnson & Johnson	42	81	39
Mango	11	46	35
Danone	37	66	29
Grupo Planeta	37	66	29
Unilever	24	52	28
Vocento	84	112	28
Amadeus	53	79	26
Grupo Aena	36	61	25
ONCE	64	89	25
Mutua Madrileña	74	99	25
Hilton Worldwide	15	39	24
LVMH	15	39	24
Mondelez International	66	90	24
Correos	78	102	24

Figura 1: Las empresas con la brecha de ranking más amplia entre los sexos – colectivo de ciencias empresariales.

“Entender los atributos más atractivos para los jóvenes es clave para definir una propuesta de valor al empleado realmente competitiva. De esta manera permite enfatizar aquellos atributos más valorados por las nuevas generaciones. Los estudios de Universum

permiten conocer con exactitud los atributos más valorados por el colectivo concreto de nuestro interés”, comenta Alfonso Jiménez de PeopleMatters.

3. Los bancos son ahora más atractivos para los perfiles técnicos y de IT

Si bien la lista de las empresas más atractivas para trabajar según los perfiles técnicos es generalmente dominada por las empresas de alta tecnología, las instituciones bancarias también han mejorado su rendimiento ante este colectivo en el 2016. El Grupo Santander asciende 11 posiciones y se sitúa en el puesto número 60. Le sigue BBVA en el puesto 69 (asciende 7 plazas). El Banco Sabadell mejora 8 plazas y CaixaBank da un salto de 30 plazas para situarse nuevamente dentro del Top 100 después de un par de años de ausencia en este ranking.

“Las empresas ya no solo luchan para atraer clientes, las empresas tienen que darse cuenta que también compiten por atraer a los mejores, ya que solo los mejores pueden ayudarnos a diferenciarnos y a crear valor. Hoy no solo competimos con nuestros competidores comerciales, hoy en la batalla del talento competimos todos contra todos y no tener una buena imagen de marca como empleador no debe ser una barrera para que los mejores quieran venir a trabajar con nosotros. En esta batalla hay sectores ganadores y sectores perdedores, hay empresas ganadoras y empresas que prácticamente están renunciando a atraer el mejor talento. En el estudio 2016 se demuestra que sectores como las tecnologías, la automoción, el consumo, la banca o la consultoría son sectores que mantienen altos niveles de competitividad”, comenta Alfonso Jiménez, socio director de PeopleMatters.

4. Varios medios debutan en el estudio 2016. ONCE – la que más inspira a los jóvenes españoles

Cada año se añaden y se retiran empresas del estudio según su relevancia para el colectivo de los jóvenes en España y según los resultados de años anteriores. Este 2016 destacó como debutante la organización ONCE y alcanzó la primera posición en cuanto a asociaciones con “un propósito inspirador” (uno de los 40 atributos del estudio). Dentro del sector de los medios participaron por primera vez Mediaset y Grupo Planeta, acompañando a las ya veteranas del estudio RTVE, Globomedia, Grupo PRISA, y Unidad Editorial. Al estudiar sus retos en relación al atractivo entre los sexos, se notaron situaciones distintas entre los distintos medios. El Grupo Planeta se perfila como más interesante para las chicas que estudian ciencias empresariales, mientras que el Grupo PRISA lo hace entre los chicos de humanidades y de derecho. RTVE es la favorita de las chicas (ver figura 2).

Año 2016	Ranking		Ranking
Ciencias empresariales	Mujeres	<i>diferencia</i>	Hombres
RTVE	23	5	28
Globomedia	45	9	54
Grupo PRISA	39	11	50
Mediaset	12	13	25
Unidad Editorial	66	18	84
Grupo Planeta	37	29	66
Vocento	84	28	112
Año 2016	Ranking		Ranking
Humanidades	Mujeres	<i>diferencia</i>	Hombres
Grupo PRISA	15	7	8
Globomedia	8	1	7
Unidad Editorial	7	1	6
Grupo Planeta	4	0	4
Mediaset	5	0	5
Vocento	25	7	18
RTVE	1	1	2
Año 2016	Ranking		Ranking
Derecho	Mujeres	<i>diferencia</i>	Hombres
Grupo PRISA	78	40	38
RTVE	21	4	17
Grupo Planeta	29	2	31
Unidad Editorial	66	4	70
Vocento	106	4	102
Mediaset	12	8	20
Globomedia	61	9	70

Figura 2: Diferencias en posiciones de ranking según los sexos – sector de los medios.

5. Los jóvenes de ciencias empresariales muestran menor interés por carreras internacionales y mayor interés por el liderazgo. Los jóvenes con perfiles técnicos indican mayor interés por el ser creativos, innovadores, emprendedores, y el servir a una buena causa.

Este estudio internacional entre millones de universitarios y profesionales de más de 50 países revela en detalle lo que buscan los jóvenes de su futura vida profesional y lo que piensan sobre las empresas que les interesan. Los más de 24 000 españoles participantes en 2016 (un nuevo récord de participación) dijeron entre otras cosas que la innovación y el prestigio era de lo primero que les venía a la mente a la hora de pensar en sus favoritas para trabajar. Asimismo, los perfiles técnicos indicaron mayor interés por la creatividad, los ambientes emprendedores y el servir a una buena causa. Al comparar con datos del 2015, los perfiles de ciencias empresariales mostraron mayor interés por temas relacionados al liderazgo y menor por las carreras internacionales. “Estamos a las puertas de un cambio demográfico en el entorno laboral con una nueva generación Z, nacida a partir de la segunda mitad de los años 90, que poco a poco va a ir entrando al mercado. De la misma manera, la base demográfica de los estudios de Universum va cambiando, y con ella pueden cambiar también las preferencias”, comenta Rafael Garavito de Universum España.

7. El Top 30 – Most Attractive Employers 2016:

Ciencias Empresariales (5 718 votos de universitarios):

Business/Commerce



Empleador	Rank 2016	Cambio 2015	Empleador	Rank 2016	Cambio 2015
Google	1	→	adidas group	16	↑ 2
Apple	2	→	Nestlé	17	↓ -4
Inditex	3	→	J.P. Morgan	18	↑ 3
Coca-Cola	4	↑ 1	Hilton Worldwide	19	↑ 3
Grupo Santander	5	↓ -1	Volkswagen group	20	→
NH Hoteles	6	→	Heineken	21	↑ 2
BBVA	7	→	The Boston Consulting Gro	22	↑ 2
EI Corte Inglés	8	→	PwC	23	↑ 2
Deloitte	9	↑ 3	Deutsche Bank	24	↓ -7
IKEA	10	→	RTVE	25	↓ -6
L'Oréal Group	11	↓ -2	Sony	26	→
Mediaset	12	NEW! NEW!	Caixabank	27	→
Microsoft	13	↓ -2	Goldman Sachs	28	↑ 1
Mango	14	↑ 2	LVMH	29	↓ -15
BMW Group	15	→	Procter & Gamble (P&G)	30	↓ -2

Ingeniería / IT (5 740 votos de universitarios):

Engineering/IT



Empleador	Rank 2016	Cambio 2015	Empleador	Rank 2016	Cambio 2015
Google	1	→	Endesa	16	→ 0
Apple	2	→	IBM	17	↓ -4
BMW Group	3	↑ 1	Coca-Cola	18	↑ 5
Microsoft	4	↓ -1	Renfe	19	NEW! NEW!
Volkswagen group	5	↑ 1	Inditex	20	↑ 5
Airbus Group	6	↓ -1	Acciona	21	↓ -7
Iberdrola	7	→	Grupo Ferrovial	22	↓ -7
Repsol	8	↑ 1	INDRA	23	↓ -6
Sony	9	↓ -1	Siemens	24	↓ -5
Samsung	10	NEW! NEW!	Telefónica	25	↓ -7
IKEA	11	↑ 1	General Electric (GE)	26	↓ -5
bq	12	NEW! NEW!	Volvo Cars	27	↑ 6
Intel	13	↓ -3	Nestlé	28	↑ 2
Dragados (Grupo ACS)	14	↓ -3	Gas Natural Fenosa	29	↓ -2
SEAT	15	↑ 7	Daimler/Mercedes-Benz	30	↑ 4

Ciencias Naturales y de la Salud (5 029 votos de universitarios):

Natural Science/Health/Medicine



Empleador	Rank 2016	Cambio 2015	Empleador	Rank 2016	Cambio 2015
Sanitas	1	→ 1	Repsol	16	↓ 15
Bayer	2	→ 2	EI Corte Inglés	17	↓ 16
Google	3	→ 3	Mutua Madrileña	18	↑ 24
Apple	4	→ 4	Iberdrola	19	↓ 18
Nestlé	5	→ 5	adidas group	20	↑ 29
L'Oréal Group	6	→ 6	RTVE	21	↓ 20
Coca-Cola	7	↑ 8	IKEA	22	↓ 19
Danone	8	↓ 7	Mango	23	↓ 21
Johnson & Johnson	9	↑ 10	Grupo Mapfre	24	↑ 27
Roche	10	↑ 12	GSK (GlaxoSmithKline)	25	↓ 22
Pfizer	11	↓ 9	Sony	26	↓ 23
Novartis	12	↑ 17	Gas Natural Fenosa	27	↑ 32
Heineken	13	↑ 14	Samsung	28	- -
Microsoft	14	↓ 13	Endesa	29	↑ 33
Inditex	15	↓ 11	Canon	30	↑ 38

Humanidades / Artes / Educación (4 947 votos de universitarios):

Humanities/Liberal Arts/Education



Empleador	Rank 2016	Empleador	Rank 2016
Google	1	Grupo PRISA	16
RTVE	2	Microsoft	17
Apple	3	Canon	18
Grupo Planeta	4	adidas group	19
Mediaset	5	Sony	20
Inditex	6	Desigual	21
Unidad Editorial	7	Nestlé	22
El Corte Inglés	8	Mercadona	23
IKEA	9	Vocento	24
Globomedia	10	Sanitas	25
Mango	11	Heineken	26
NH Hoteles	12	Volkswagen group	27
Coca-Cola	13	BMW Group	28
ONCE	14	LVMH	29
L'Oréal Group	15	Hilton Worldwide	30

Derecho (3 002 votos de universitarios):

Law



Empleador	Rank 2016	Empleador	Rank 2016
Garrigues	1	RTVE	16
Apple	2	Mango	17
Google	3	PwC	18
Cuatrecasas, Gonçalves	4	IKEA	19
Inditex	5	BMW Group	20
Uría Menéndez	6	KPMG	21
Grupo Santander	7	The Boston Consulting Group	22
BBVA	8	EY (Ernst & Young)	23
Deloitte	9	LVMH	24
Coca-Cola	10	J.P. Morgan	25
El Corte Inglés	11	Volkswagen group	26
Microsoft	12	Nestlé	27
Mediaset	13	Deutsche Bank	28
L'Oréal Group	14	adidas group	29
NH Hoteles	15	Grupo Planeta	30

ANEXO: los españoles dentro la Generación Z son distintos a los de otros países.

De forma paralela a los estudios universitarios, Universum desarrolló en 2015 el estudio mundial más completo sobre la Generación Z. Este estudio, con una muestra de más de 49 000 participantes de más de 47 países, sugiere también algunas diferencias entre colectivos. Al estudiar a los españoles de esta generación más en detalle (unos 1 300 jóvenes) y compararlos con los jóvenes de Francia, Alemania, el resto de Europa, y con la muestra global, destaca entre otros el que los españoles se muestran más dispuestos a ser contactados por sus futuros empleadores antes de finalizar sus estudios. Son también un poco más temerosos sobre su futuro laboral, y asocian en mayor medida el concepto de “un trabajo que ofrezca retos” como aquellos lugares de trabajo donde puedan involucrarse en procesos de innovación, aprender algo a diario e interactuar con colegas que les inspiren. “La naturaleza del trabajo de marca de empleador es a largo

Bajo embargo hasta el 10 de mayo – 2016 a las 17.00 (hora Madrid)

plazo y tiene como propósito principal el ayudar a las personas a descubrir el propósito por el cual eligen su lugar de trabajo. Más allá del intentar atraer a los jóvenes de forma reactiva una vez se abren procesos específicos de selección, vemos cada vez más cómo las empresas más pioneras construyen sus relaciones con esta futura fuerza laboral mucho antes. 'Hackatons', encubadoras en los centros de estudio, patrocinios y el 'gamification' con elementos de marca empleadora, son solo algunos de los ejemplos de varias de las iniciativas por parte de las empresas más punteras para atraerles y entablar con ellos una relación previa al trabajo. Todas ellas, comienzan por estudiarles", finaliza Garavito.

Para ver el Top 100 de Universum, visite la [página de Universum – rankings España](#) y/o manténgase actualizado en la [página de Universum España en Facebook](#). Para recibir más información, o concertar una entrevista, puede ponerse en contacto con Rafael Garavito (Universum): rafael.garavito@universumglobal.com, Tel. +47 943 56 656 o con Soledad Gamerman (PeopleMatters): soledad.gamerman@peplematters.com Tel: +34 917810680

Sobre el Most Attractive Employers - Top 100 Ranking de Empleadores Ideales en España

Los resultados están basados en las respuestas de 24,436 estudiantes cursando grados en ciencias empresariales, ingeniería / IT, ciencias naturales/de la salud, humanidades y derecho en 45 centros universitarios españoles. A cada encuestado se le presenta una lista de 134 empleadores nacionales e internacionales de la cual seleccionan a sus favoritas. Los rankings, llamados "Most Attractive Employers", miden el nivel de atractivo como empleador de las empresas u organizaciones en el mercado de talento. A nivel internacional, Universum realiza estudios similares en más de 50 países entre colectivos similares con muestras de más de un millón de universitarios. Asimismo, se realizan estudios temáticos como el estudio [Millennials](#) y el de la [Generación Z](#).

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, visite: www.peplematters.com

Información de prensa

Soledad Gamerman

PeopleMatters. Tel: 917810680

soledad.gamerman@peplematters.com

Sobre UNIVERSUM

Universum es una compañía internacional especializada en el desarrollo de marca como empleador. Fundada en 1988, su meta es el mejorar la comunicación entre los jóvenes y las empresas. La misión de Universum es ayudar a los empleadores a ser exitosos en sus prácticas de employer branding.

Universum brinda una amplia gama de servicios de investigación, consultoría estratégica, desarrollo de EVP, y soluciones de comunicación y monitoreo digital que permite a los empleadores el entender mejor, atraer, y retener talento. **Universum** es el socio de confianza de 1 200 clientes, incluyendo a muchas de las compañías del Fortune 500. Cooperamos también con 1 500 universidades a nivel global para conducir los estudios de investigación más avanzados sobre las preferencias de carrera y de empleadores según los jóvenes de España y del mundo. **Universum** sondea de manera anual a más de 1 millón de estudiantes y profesionales alrededor del mundo, dando uso a la voz de los jóvenes para asesorar a las empresas en sus procesos de marca de empleador.

Para más información visite www.universumglobal.com

Rafael Garavito Representante en España de Universum - [Twitter](#) - [LinkedIn](#)

Móvil: +47 94 35 66 56 E-mail: rafael.garavito@universumglobal.com