

Nota de Prensa

Fecha: 24 de marzo de 2009

Contacto: Asun Velasco/ Xavier Janer

Teléfono: 91 568 57 95/ 91 568 42 75

e-mail: asuncion.velasco.jimenez@es.pwc.com xavier.janer.serra@es.pwc.com

PwC entrevista a 4.451 recién graduados de 44 países

Las nuevas generaciones anteponen la formación y el desarrollo profesional a la retribución flexible en sus primeros años de trabajo

- **Formación y desarrollo es el beneficio que más valoran los juniors, sobre todo el coaching y mentoring**
- **Los ‘millennials’ no están dispuestos a casarse con el trabajo, pero sí a compartir sus conocimientos sobre tecnología y network con la empresa**

¿Cómo motivar a los nuevos fichajes, que valoran sobre todo el desarrollo personal, si la empresa reserva el coaching y mentoring para los seniors? ¿Cómo ayudarles a afrontar su primera crisis? A éstas, entre otras preguntas, han respondido durante la presentación del *Informe Millennials* Joan Daura, socio responsable de la Consultoría de Recursos Humanos de PwC; Marta Alamán, socia de Landwell-PwC y Mark Pearson, director de consultoría de Recursos Humanos de la firma. PwC ha desarrollado una nueva estrategia de recursos humanos para afrontar la rápida evolución de las nuevas generaciones de profesionales –que nunca se han enfrentado a una crisis-, sin dejar al margen el absentismo o la desmotivación que van calando entre los seniors.

Madrid, 24 de marzo de 2009. PricewaterhouseCoopers entrevistó, en septiembre del año pasado, a casi 4.500 graduados de 44 países, 227 españoles (el 5% de la muestra). La mayoría de los entrevistados son profesionales que acababan de empezar a trabajar en PwC. ¿Son tan desleales con la empresa, como parece a primera vista?, ¿Rechazan las tradicionales prácticas de recursos humanos?

Los directores de recursos humanos deberían tener en cuenta las diez conclusiones principales de este estudio para atraer y retener a las nuevas generaciones y evitar de raíz el absentismo, un grave problema para la empresa actual. “Las expectativas laborales de los *millennials*, jóvenes que acaban de incorporarse al mercado laboral, evolucionan más rápidamente en España que en otros países. El departamento de Recursos Humanos tendrá que adaptarse para evitar la amenaza de la desmotivación del personal en tiempos de crisis, para la que no hay edad”, explica Joan Daura, socio responsable de consultoría de Recursos Humanos de PwC.

Con este estudio, los profesionales de PwC responden al interés suscitado por *La gestión de personas en 2020*¹, el primero de una investigación sobre las expectativas laborales de los nuevos profesionales. “En tiempo de recorte presupuestario, es especialmente importante que las empresas rediseñen sus políticas de recursos humanos para atraer y retener a los jóvenes,

¹ El informe de 2008 está disponible traducido en papel y pdf. El informe de 2009 sólo está disponible en pdf e inglés, pero los interesados pueden acceder a la información segmentada por áreas geográficas.

cuyas expectativas son diferentes de buena parte de la alta dirección española”, asegura Mark Pearson, experto en People & Change procedente de la firma de Reino Unido.

Del informe *Milennials, en el trabajo: expectativas de una nueva generación*, se extraen diez importantes conclusiones

1. Los *millennials* tienen vocación internacional. Los españoles se ajustan al deseo de movilidad generalizado: el 94% de los encuestados asegura que gozará de mayor movilidad internacional que sus padres. Pero la diferencia por países es significativa: mientras el 93% de los profesionales indios o el 82,4% de los españoles desea trabajar en otros países, el porcentaje desciende al 62% en el caso de los holandeses. El destino preferido es Estados Unidos, seguido de Reino Unido y Australia, aunque Europa Occidental es la opción favorita para un tercio de la muestra.

En cuanto al idioma, el 70% de los *millennials* espera utilizar una segunda lengua en el trabajo, sobre todo en el caso de los profesionales de países de habla no inglesa. El inglés es el idioma más citado –en 8 de cada diez casos–, seguido del francés, con el 19%, y el español, con un 14%.

2. Avanza la sostenibilidad. Los seleccionadores de personal buscarán jóvenes con responsabilidad social corporativa (RSC), opinan 9 de cada diez entrevistados. El 86% asegura que estaría dispuesto a dejar un trabajo que no respondiese a sus valores de RSC –el 83% de los españoles estaría dispuesto a dejar el trabajo–.

3. Utilizan la tecnología para tejer redes sociales y profesionales. La tecnología es una clave de socialización y network para los *millennials*, como lo demuestra un 85% de los entrevistados que es miembro de Facebook. En términos medios, casi todos tienen móvil y un 86%, iPod o MP3, porcentajes ligeramente superiores en España, donde todos los entrevistados tienen móvil y 9 de cada diez, iPod o MP3.

“Los *millennials* creen que la tecnología jugará un papel importante en su puesto de trabajo y desean compartir sus conocimientos, lo que puede generar un mayor compromiso. No obstante, existen riesgos como que un candidato rechazado durante un proceso llegue a cientos de personas instantáneamente vertiendo sus críticas en Internet, advierte Joan Daura.

4. Flexibilidad en el lugar de trabajo. Aunque las diferencias entre seniors y juniors son menores de lo que se pensaba, el estudio desmonta la teoría de que las nuevas generaciones demandarían teletrabajo. La mayoría de los encuestados espera ir a una oficina y sólo un 3% desearía trabajar la mayor parte de su jornada desde casa u otro sitio. En términos medios, el 66% de los encuestados –el 68,7 de los españoles– espera tener un horario regular con algún tramo flexible, aunque más de la mitad de alemanes y el 50% de los franceses esperan tener un horario mayoritariamente flexible.

Joan Daura matiza estos resultados porque, “a pesar de en el caso de España la encuesta no refleja la demanda de mayor flexibilidad, los *millennials* han escrito muchos comentarios sobre el tema. Seguramente, sus expectativas cambiarán en cuanto cumplan unos años y la flexibilidad se convierta en una una prioridad por razones familiares”.

5. Compartir información personal. Dos tercios de la muestra están más dispuestos que los mayores a compartir información personal acerca de sus comidas, sus aficiones o sus citas médicas con los empleadores. Las nuevas generaciones confían en la seguridad de datos y son menos celosos de una intimidad que, por otra parte, está a la vista en las redes sociales. “Desde el punto de vista legal, esto plantea nuevos retos en el terreno de la protección de datos a las empresas. Es importante que la empresa tenga en cuenta que todas sus estrategias de gestión deben estar correctamente avaladas jurídica y laboralmente para evitar algunos vacíos legales”, matiza Marta Alamán, socia de Landwell-PwC.

6. Carrera profesional abierta. Los españoles son los más predispuestos a cambiar de empresa: el 60% cree que cambiarán entre 2 y 5 veces, mientras que el resto apuesta por entre 6 y 10 cambios de trabajo. Las expectativas de mayor movilidad no se cumplen en otros

países y, de hecho, el estudio también cuestiona la idea de un portfolio de carrera para las nuevas generaciones: en términos medios, tres de cada cuatro encuestados espera tener dos o tres empleadores, frente a un 7% que espera cambiar hasta diez veces de empresa.

7. Leales, pero no fieles. Aunque el matiz es sutil, la mayoría de los *millennials* expresa lealtad por su trabajo, lo que no significa que estén dispuestos a casarse con ninguna empresa. En el caso de los españoles, 4 de cada diez serán leales a su empresa, pero el 27.3% sólo lo hará mientras se sienta realizado con su puesto y dos de cada diez si los objetivos profesionales y los de la empresa coinciden. Lo que parece una “autoprotección” frente a la inestabilidad laboral actual, explica Marta Alamán, es coherente en el caso español con las expectativas de cambio de empresa.

8. Formación y desarrollo. Uno de los hallazgos clave del informe es que el aprendizaje es el beneficio que más valoran los *millennials* en los próximos cinco años. “¿Lo tienen en cuenta las empresas, que en tiempos de crisis empiezan el recorte de gastos por este apartado?, se pregunta Joan Daura. Al plantearles el beneficio más valorado en el próximo lustro, casi un tercio eligió el desarrollo como primera opción frente al salario.

Algo que deberían tener especialmente en cuenta las empresas es que la mayoría de los jóvenes valora el papel de los coaches y mentores en su desarrollo personal, a diferencia de los veteranos. “Es una herramienta que las empresas deberían ponderar en tiempos de contención salarial y que, en muchos casos, reservan sólo para los seniors. El estudio refleja que hay un gap entre las aspiraciones de desarrollo de los *millennials* y el presupuesto que la mayoría de las empresas dedican a formación y desarrollo”, según el responsable de consultoría de Recursos Humanos de PwC.

En el caso de España, contrasta el escaso atractivo de un beneficio que supondría dedicar tiempo a la comunidad –sólo para el 1,5% es una opción frente al 7% de la muestra-. Parece que la RSC es asunto del empleador, más que del empleado.

9. Jubilación. La nueva generación se ha resignado a que ni la Administración ni la empresa asegurarán el día después de despedirse del mundo laboral.

10. ¿Cómo será el 2020? Las nuevas generaciones auguran un escenario mundial en el que China, India y Rusia tendrán más influencia que Estados Unidos y Europa, al tiempo que creen que las empresas serán más influyentes que los gobiernos.

Lidera en tiempo de crisis

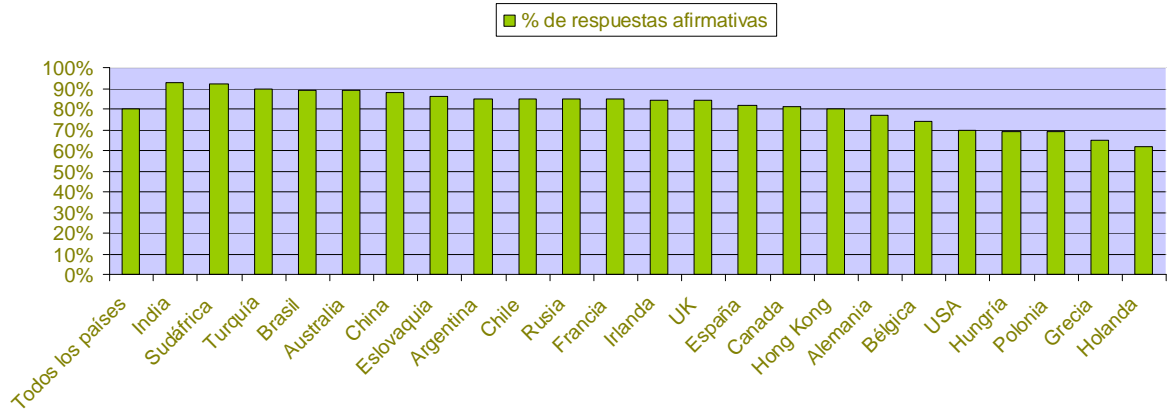
Ante estos retos, la respuesta de PwC es *Lidera en tiempo de crisis*. “Es una estrategia para vencedores, que tienen que tomar decisiones complejas que afectan a todos los niveles, La empresa debe compatibilizar la gestión de riesgos y problemas a corto plazo con la identificación de oportunidades y estrategias a medio”, concluyen los dos consultores y la experta en laboral PwC. “Recursos humanos sigue siendo la palanca de todo cambio, pero la empresa necesita reconocer y recompensar mejor el talento, teniendo en cuenta las diferentes expectativas de juniors y seniors, mejorar el nivel de productividad con la estructura laboral adecuada y gestionar mejor sus costes mediante medidas de flexibilización, mejoras fiscales y optimización de procesos”.

Nota:

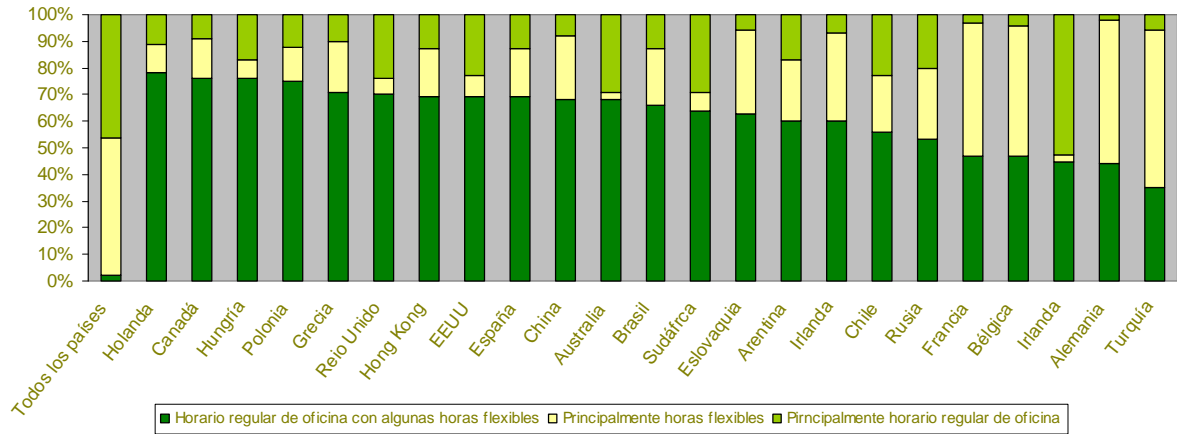
PricewaterhouseCoopers (www.pwc.com) ofrece servicios de auditoría, consultoría y asesoramiento legal y fiscal para dar confianza e incrementar el valor de sus clientes y *stakeholders*. Más de 155.000 personas en 153 países aúnan sus conocimientos, experiencia y soluciones para aportar nuevos puntos de vista y un asesoramiento práctico.

“PricewaterhouseCoopers” se refiere a la red de firmas miembros de PricewaterhouseCoopers International Limited; cada una de las cuales es una entidad legal separada e independiente.

Te gustaría trabajar en otro país durante tu carrera profesional?



¿Piensas que tu horario laboral será principalmente flexible, horario de oficina, o ambos?



¿Utilizas las redes sociales para tejer relaciones profesionales y/o personales)

■ Si

