Grant Thornton

NOTA DE PRENSA

Resultados de la I Encuesta Millennials - Empresarios: factores de atracción del nuevo talento en Cataluña

EL TRABAJO IDEAL DE LOS MILLENNIALS EN CATALUÑA: MOTIVADOR, CON POSIBILIDADES DE ASCENSO Y FACILIDADES PARA CONCILIAR

- Sólo uno de cada cuatro millennials encuestados considera la estabilidad en el empleo como un factor de atracción a la hora de trabajar en una empresa
- El estancamiento laboral, los horarios extendidos o el "presentismo" están entre los elementos que más disuaden a los millennials
- Las empresas demuestran conocer las motivaciones de los millennials aunque sobrestiman la importancia que estos dan a la continuidad laboral y a los salarios

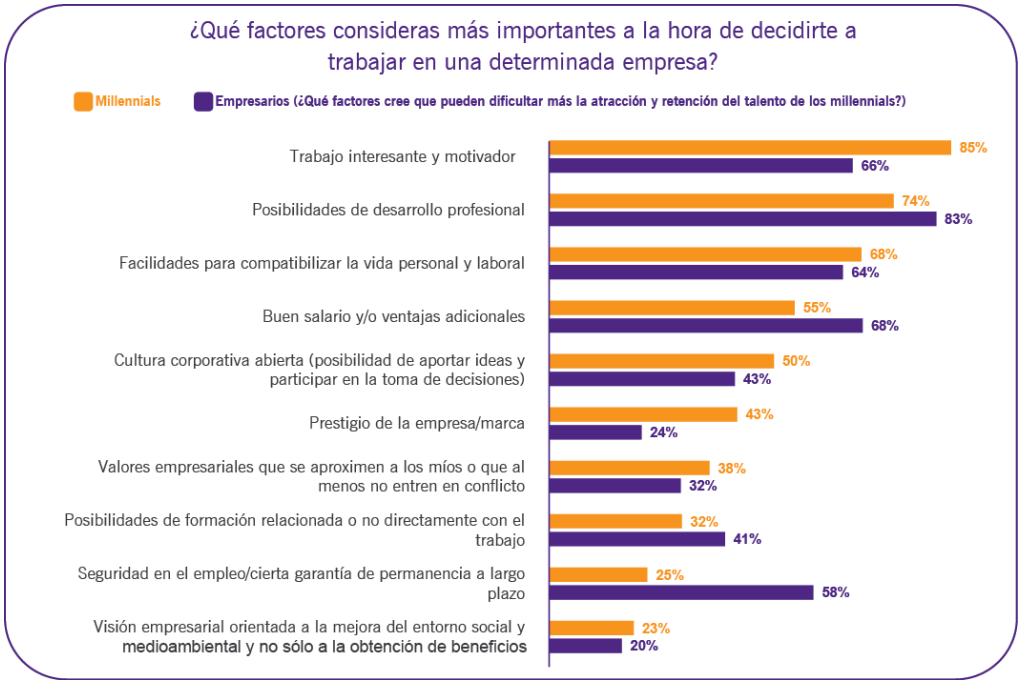
10 de noviembre de 2016

Las empresas que quieran atraer y retener al mejor talento de la generación de los millennials deberán ofrecer puestos de trabajo motivadores, con posibilidades de desarrollo profesional y espacio para la vida personal y familiar. Esta es una de las principales conclusiones de la **Primera Encuesta *Millennials - Empresarios: factores de atracción del nuevo talento en Cataluña*.**

El estudio, realizado por Grant Thornton, parte de las respuestas tanto de 268 jóvenes catalanes nacidos entre 1980 y 2000 como de 100 directivos de empresas medianas y grandes, para encontrar los principales factores de atracción y disuasión del

nuevo talento así como la posible brecha entre las expectativas de las nuevas generaciones y la cultura predominante en las empresas.

Preguntados sobre **qué aspectos consideran más importantes para decidirse a trabajar en una empresa**, un 85% de los millennials señaló el interés y el potencial de motivación del propio trabajo, un 74% las posibilidades de desarrollo profesional incluyendo la transparencia en los criterios de ascenso y un 68% las facilidades para conciliar vida laboral y personal. La posibilidad de obtener un buen salario y otras ventajas laborales (seguros, coches de empresa, etc.), se sitúa en el cuarto puesto entre las motivaciones de los millennials, mencionada por un 55%.



Para **Alejandro Martínez Borrell, presidente de Grant Thornton**, que ha presentado los resultados ante la prensa, “los millennials priorizan lo que podríamos llamar factores de calidad de vida como son la posibilidad de trabajar en lo que a uno le gusta y de conciliarlo con la vida personal a la hora de valorar una oportunidad de trabajo. Pero también aprecian aspectos más clásicos como la posibilidad ascender y el contar con un salario atractivo. En general se muestran bastante pragmáticos”.

Ese pragmatismo se plasma también en el papel secundario que otorgan a temas como el historial de responsabilidad social corporativa de la empresa que sólo consideran primordial a la hora de aceptar una oferta laboral un 23% de los encuestados. Pero **quizá lo más sorprendente es la poca importancia que otorgan los millennials a la estabilidad en el empleo**. Sólo un 25% considera la presencia de ciertas garantías de continuidad a largo plazo como un elemento de atracción hacia una determinada empresa.

“En nuestra opinión hay dos factores que explican esta falta de interés. Por un lado está la constatación de los cambios en el mercado laboral en el que ya no existen los empleos para toda la vida. Esto es algo asumido por las nuevas generaciones. Por otro lado, la propia noción de trabajo para muchos años puede no resultar tan atractiva para esta generación. Ellos se muestran más satisfechos con carreras profesionales más variadas, que incluyan experiencias en varias empresas”, comenta **Isabel Perea, socia de Auditoría de Grant Thornton**.

Empresarios y millennials: ¿en qué están de acuerdo?

Preguntados sobre qué factores consideran más importantes a la hora de atraer el talento millennial, **los directivos empresariales encuestados mostraron en general bastante acierto en cuanto a las prioridades de las nuevas generaciones**.

Posibilidades de ascenso (83%), buen salario (68%), trabajo interesante (66%) y facilidades para la conciliación (64%) fueron los elementos más mencionados por los directivos y coinciden, aunque en distinto orden, con los más señalados por los millennials.

Existen, sin embargo, divergencias significativas en cuanto a la importancia concedida por unos y otros a los distintos factores de atracción del talento. Así, **los empresarios parecen sobrestimar la importancia del salario**, que sitúan como segunda prioridad, cuando para los millennials es la cuarta, mencionada por un 55%, 13 puntos menos que los directivos. Y al mismo tiempo subestiman (19 puntos porcentuales menos) el puesto clave que ocupa un trabajo motivador a la hora de atraer a los millennials.

Pero es la poca importancia que conceden los millennials a la estabilidad en el empleo a largo plazo (señalada por un 25%) lo que más deja en fuera de juego a los directivos puesto que una mayoría del 58% considera este aspecto como importante para la atracción del talento.

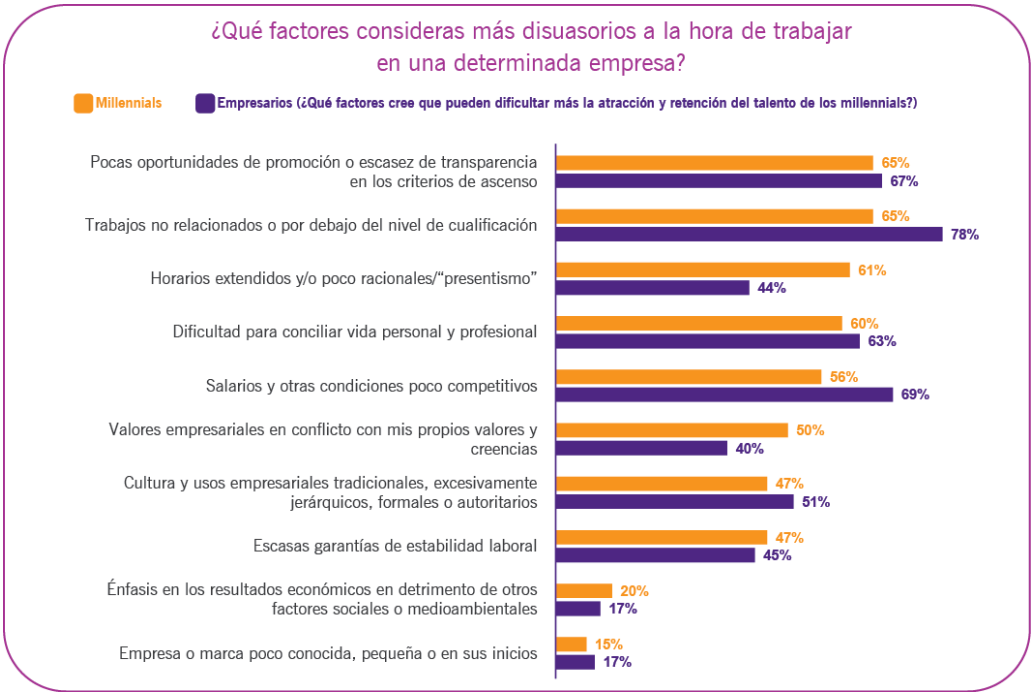
	EMPRESARIOS	MILLENNIALS	
1	Posibilidades de desarrollo profesional	Trabajo interesante/motivador	1
2	Buen salario y/o ventajas adicionales	Posibilidades de desarrollo profesional	2
3	Trabajo interesante/motivador	Facilidades para compatibilizar la vida personal y laboral	3
4	Facilidades para compatibilizar la vida personal y laboral	Buen salario y/o ventajas adicionales	4
5	Estabilidad en el empleo/cierta garantía de permanencia a largo plazo	Cultura corporativa abierta: posibilidad de aportar ideas y participar en la toma de decisiones	5
6	Cultura corporativa abierta: posibilidad de aportar ideas y participar en la toma de decisiones	Prestigio de la empresa/marca	6
7	Posibilidades de formación	Valores empresariales que se aproximen a los míos o que al menos no entren en conflicto	7
8	Valores empresariales que se aproximen a los míos o que al menos no entren en conflicto	Posibilidades de formación	8
9	Prestigio de la empresa/marca	Estabilidad en el empleo/cierta garantía de permanencia a largo plazo	9
10	Visión empresarial orientada a la mejora del entorno social y medioambiental y no sólo a la obtención de beneficios	Visión empresarial orientada a la mejora del entorno social y medioambiental y no sólo a la obtención de beneficios	10

“Quizá la aparente coincidencia entre millennials y empresarios se explica más por las prioridades tradicionales de los primeros que por la sintonía con el talento joven de los segundos. Al final, y con la excepción factor conciliación, **los directivos están señalando un orden de prioridades tradicional en sus generaciones**. La importancia dada a la estabilidad en el empleo es buen ejemplo de la brecha generacional entre quienes han vivido otras etapas de evolución del mercado laboral y quienes se han incorporado a él en la era de la temporalidad”, opina **Alejandro Martínez Borrell, presidente de Grant Thornton.**

Aversión a las vías muertas laborales

La ausencia de oportunidades de desarrollo profesional y los empleos no relacionados o por debajo del nivel de calificación, ambos señalados por un 65%, **son los dos principales factores que harían pensarse a los millennials catalanes empezar a trabajar o continuar en una determinada empresa**. En tercer lugar, entre los elementos disuasorios, se sitúan los horarios extendidos o poco racionales y el presentismo, mencionados por un 61%, muy cerca de la imposibilidad de conciliar vida personal y profesional (60%).

“Se diría que lo que más temen nuestros millennials, más que los sueldos bajos o las escasas perspectivas de continuidad, es la posibilidad de acabar en una vía muerta laboral con un trabajo que no les gusta, que les roba horas de su vida personal y en el que no hay posibilidades de promoción interna”, **explica Isabel Perea**.



Los empresarios coinciden con los millennials al señalar el potencial disuasorio que implica un empleo por debajo del nivel de cualificación, lo señala un 78%, o sin potencial de ascenso (67%) aunque vuelven a sobrestimar el posible impacto de las condiciones salariales. Tampoco alcanzan a comprender el importante papel disuasorio que juegan los horarios poco racionales y el presentismo entre los millennials.

Esfuerzos por aumentar la atracción

La mayoría de los millennials en Cataluña, **un 55%, cree que sólo algunas empresas están intentando aumentar su atractivo de cara a su generación**. Un 35% adicional percibe un esfuerzo generalizado en este sentido.

Tan sólo un 10% cree que no existe dicho esfuerzo por atraer nuevo talento en el ámbito empresarial. Un porcentaje que contrasta con el 43% de directivos que no consideran necesario realizar cambios en este sentido. Aun así la mayoría de las empresas o bien ha cambiado cosas (33%) o bien planea hacerlo en un futuro (24%)

"Creo que este estudio refleja una generación más convencional, en el buen sentido, de lo que a veces se quiere hacer ver. Se trata de un talento ansioso por poder autorrealizarse y que considera el trabajo como una parte integral de su vida por lo que necesita que este sea satisfactorio y compatible con otras facetas. Con todo, es difícil discernir hasta dónde llegan las particularidades generacionales y hasta dónde influye la complicada coyuntura laboral a la que se enfrentan los millennials", concluye **Isabel Perea, socia de Auditoría de Gran Thornton.**

Características del estudio

Millennials: 661 encuestas on-line a personas nacidas entre 1980 y 2000, 268 de ellas en Cataluña. Difusión de la encuesta a través de universidades y escuelas de negocios de Cataluña.

Empresarios: 100 entrevistas telefónicas a altos directivos de empresas medianas y grandes (100 a 500 empleados) de todos los sectores y de todo el país. Parte de la encuesta trimestral International Business Report de Grant Thornton.

El trabajo de campo se desarrolló entre los meses de agosto y octubre de 2016.

Acerca de Grant Thornton

Grant Thornton es una firma de servicios de auditoría, consultoría y asesoramiento legal y financiero. Pertenecemos a una de las organizaciones mundiales líderes en servicios profesionales, con más de 42.000 profesionales presentes en 130 países. En España contamos con un equipo de más de 700 profesionales multidisciplinar, transversal, con experiencia y visión empresarial, que da servicio a más de 2.500 clientes en 9 oficinas repartidas por el territorio nacional: Madrid, Barcelona, Alicante, Bilbao, Castellón, Málaga, Murcia, Pamplona y Zaragoza.

DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN
GRANT THORNTON
Para más información

Policarpo Aroca Oviedo
Gerente de Comunicación
José Abascal, 56 | 28003 Madrid | España
T +34 91 399 32 90 | M 650 713 121
Comunicacion@es.gt.com

Accede a nuestra Sala de Prensa