

trendence
**GRADUATE
BAROMETER**
2015



European
Business
Edition

Barcelona - Universitat
Oberta de Catalunya



trendence
research » strategies » careers



Welcome to trendence 2015

**Más de 280.000 participantes
de 24 países europeos
de más de 950 universidades...**

**...opinan acerca de:
su universidad
sus empleadores favoritos
sus objetivos profesionales
temas de interés**



Información acerca de la publicación

Estimados lectores,

¡Gracias por su participación en el Graduate Barometer de Trendence 2015! Este informe ha sido elaborado específicamente para su universidad y contiene información que aún no ha sido publicada. Debido a los numerosos casos de universidades y estudiantes que nos solicitan permiso para citar la información que este informe contiene, hemos elaborado la siguiente lista de actuación:

>> Les invitamos a usar cifras sueltas de este informe para la comunicación interna y externa a través de la web de la universidad o el newsletter citando Trendence Institute como fuente. Sin embargo, no se permite la publicación del informe íntegro ni de cualquiera de sus partes como tablas e imágenes enteras.

>> Se permite usar el contenido del informe con finalidades académicas (estudios personales, clases, etc.)

>> Además, es posible publicar los resultados del informe en plataformas de acceso restringido que sean de uso interno de la universidad, siempre y cuando los datos no puedan llegar a terceros a través de esta plataforma.

Un cordial saludo,

Su equipo trendence



Contenidos

¡Gracias por participar en el Graduate Barometer de Trendence 2015! Nos complace presentarles sus resultados en este informe. Después de una introducción general, se presentarán los siguientes tres capítulos:

Estudiantes encuestados

Aquí podrán apreciar la muestra sobre la cual se basan los resultados. Además del volumen de la muestra y de datos demográficos, también encontrarán información respecto a las disciplinas representadas y los niveles de estudio. Esta información es importante ya que la distribución mostrada puede diferir respecto a las estadísticas de la universidad dependiendo del número de estudiantes que hayan participado.



Opinión de los estudiantes acerca de la Universidad

En este capítulo se presenta en diferentes formatos la opinión de los estudiantes acerca de 28 criterios. Van a poder apreciar qué aspectos son importantes para sus estudiantes y cómo comparan la actuación de su universidad con la de otras universidades españolas.



Comunicación y Trayectoria

Aquí podrán apreciar las aspiraciones de los estudiantes a nivel de trayectorias, salario y horario laboral. Estos son factores importantes por lo que hace referencia a las preferencias de los estudiantes y a la selección de empleados. También podrán identificar cuáles son las fuentes preferidas por los estudiantes a la hora de informarse acerca de carreras y empresas.





Información general y metodología

>> El trendence Graduate Barometer se ha convertido en la mayor encuesta sobre temas de carrera, educación y empleo en Europa. 952 instituciones de 24 países han participado y 281.749 estudiantes han respondido a la encuesta.

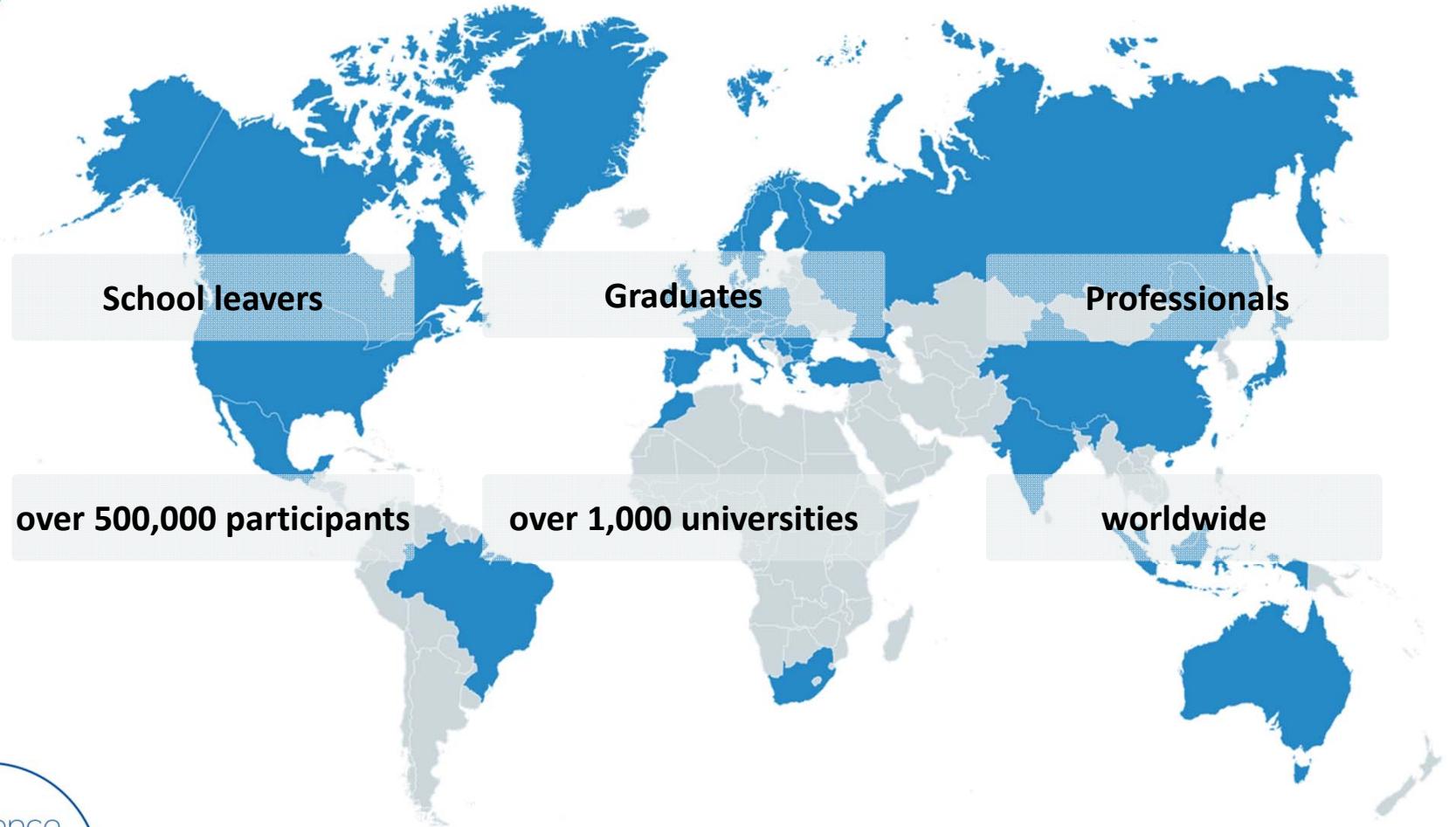
>> A los estudiantes se les preguntó sobre sus preferencias y expectativas en su futura carrera, su satisfacción con su universidad y el atractivo de los futuros empleadores.

>> Las encuestas se realizaron desde octubre 2014 hasta febrero 2015. La información se analizó con herramientas estadísticas conforme códigos válidos de MRS y ESOMAR, y ISO 20252.

trendence
GRADUATE
BAROMETER
2015

European
Business
Edition

trendence worldwide



trendence
GRADUATE
BAROMETER
2015

European
Business
Edition

GROUPE
EXPRESS ROULARTA

gti Leading graduate recruitment

HRM
INSTITUTE



trendence
**GRADUATE
BAROMETER**
2015

European
Business
Edition

- Estudiantes encuestados
- Opinión de los estudiantes
acerca de la Universidad
- Comunicación y Trayectoria



Estudiantes encuestados





Estudiantes encuestados

Contenidos del capítulo

- >> Número de estudiantes que han participado y países encuestados: ¿ Cuántos estudiantes han participado en su país y en qué países se llevó a cabo la encuesta?
- >> Datos demográficos y otros aspectos: Además de la estructura de edades de la muestra, también se evalúan la distribución de disciplinas y carreras. Es importante tener en cuenta que la disciplina no indica ninguna carrera en concreto de su universidad sino el área de estudio con el cual el estudiante se identifica.
- >> Perfil de experiencia y habilidades sociales: ¿Cuáles son las cualidades que han obtenido sus estudiantes más allá de las calificaciones numéricas? ¿Cómo evalúan sus propias habilidades sociales?
- >> Habilidades en idiomas: ¿Qué idiomas extranjeros hablan sus estudiantes?

trendence
GRADUATE
BAROMETER
2015

European
Business
Edition



Participación en la edición Business

trendence Graduate Barometer 2015	Business Edition
sus estudiantes	
Barcelona - Universitat Oberta de Catalunya	1.270
Alemania	14.850
Austria	2.450
Bélgica	1.248
Bulgaria	2.257
Dinamarca	443
Eslovaquia	1.485
► España	7.348
Finlandia	1.577
Francia	10.615
Grecia	1.511
Hungría	4.218
Irlanda	4.448
Italia	6.685
Noruega	631
Países Bajos	276
Polonia	5.956
Portugal	2.052
Reino Unido	18.953
República Checa	2.316
Rumania	2.104
Rusia	2.213
Suecia	460
Suiza	2.017
Turquía	2.425

trendence
GRADUATE
BAROMETER
2015

European
Business
Edition

Perfil general de los grupos encuestados



Perfil breve		Europa	España	sus estudiantes
PERFIL	Edad (años)	Ø 22,7	Ø 23,4	Ø 30,8
	Masculino	38,3%	44,8%	54,6%
CURSO	Femenino	61,7%	55,2%	45,4%
	Diplomatura	67,9%	88,3%	89,8%
EXPERIENCIA	Máster	30,9%	11,1%	10,2%
	Doctorado	1,0%	0,6%	0,0%
EXPECTATIVAS	Experiencia laboral (prácticas, trabajos, etc.) relacionada con mis estudios	60,6%	58,8%	85,4%
	Experiencia laboral no relacionada con mis estudios	69,1%	68,3%	84,8%
	Trabajo, estudios o actividades de voluntariado en el extranjero	37,2%	27,0%	20,4%
	Horas de trabajo semanales (horas)	Ø 42,8	Ø 41,5	Ø 41,7
	Salario previsto (€)	Ø 23.537	Ø 19.252	Ø 25.988

Pregunta: Edad

Pregunta: Género

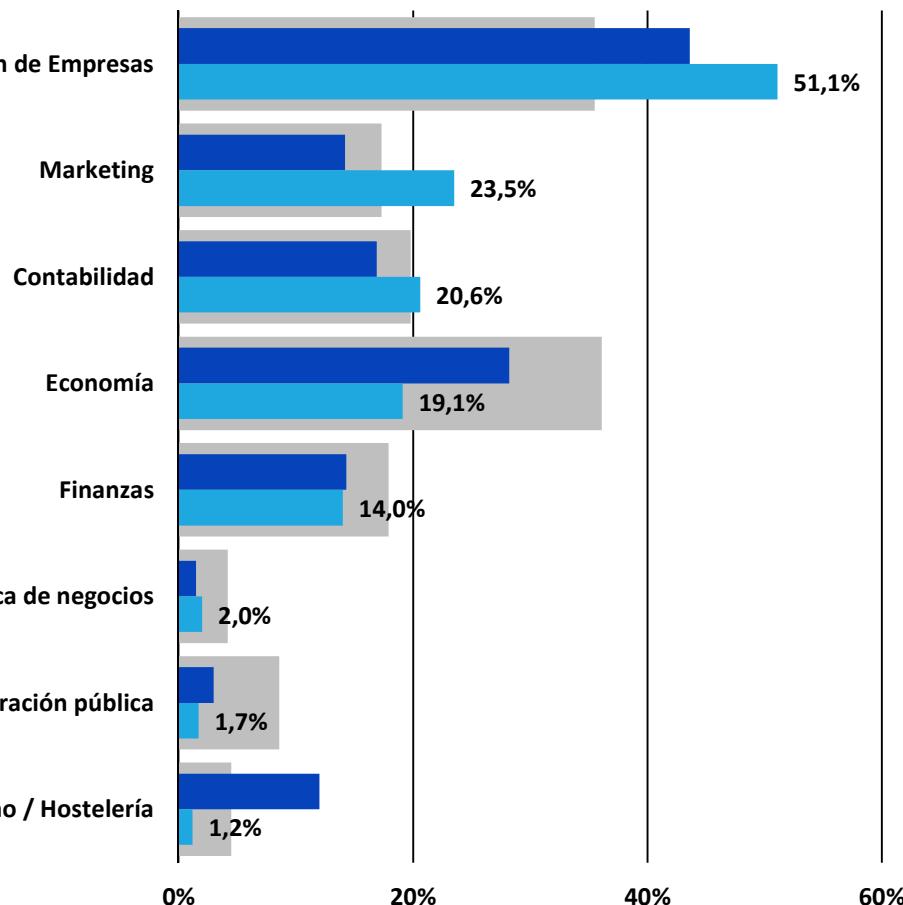
Pregunta: ¿Qué titulación está cursando actualmente?

Pregunta: ¿Qué experiencia laboral (de al menos 3 meses de duración) o cualificación posee?

Pregunta: ¿Cuántas horas está dispuesto a trabajar en este puesto de trabajo?

Pregunta: ¿Cuánto espera ganar (salario bruto) en este puesto de trabajo?

Materias principales de estudio

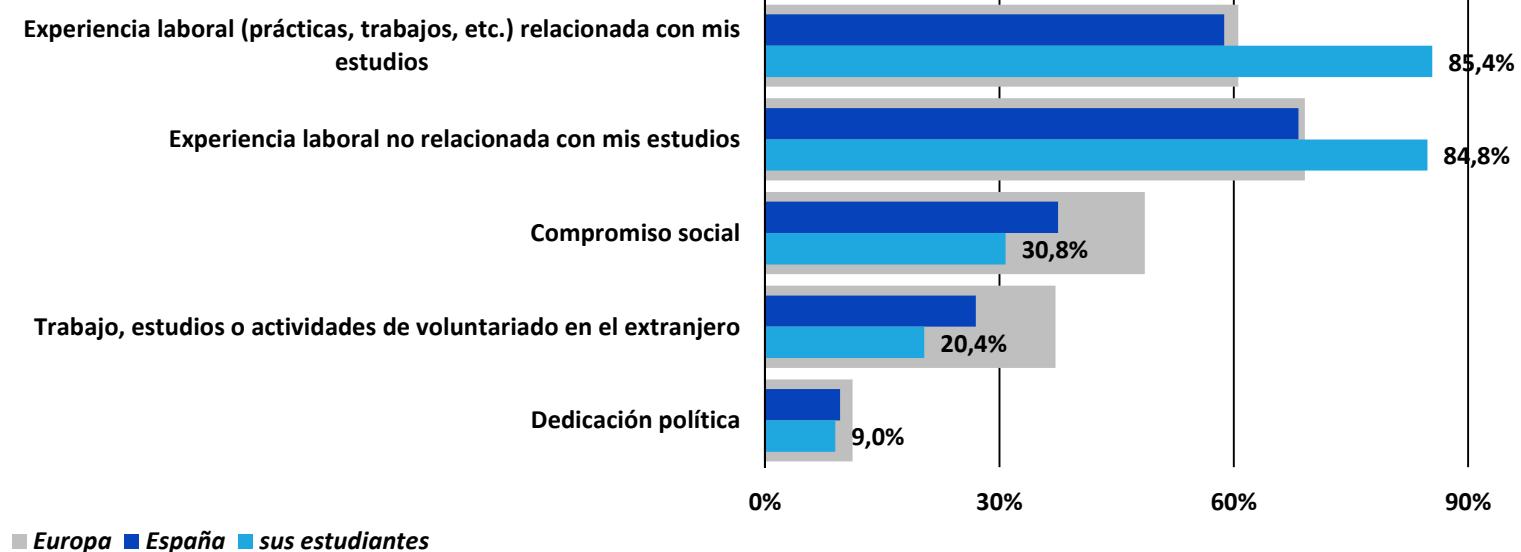


■ Europa ■ España ■ sus estudiantes

Pregunta: ¿Qué carrera está estudiando? Los participantes podían seleccionar una o dos respuestas. Como resultado, la suma de los porcentajes puede ser superior al 100%.

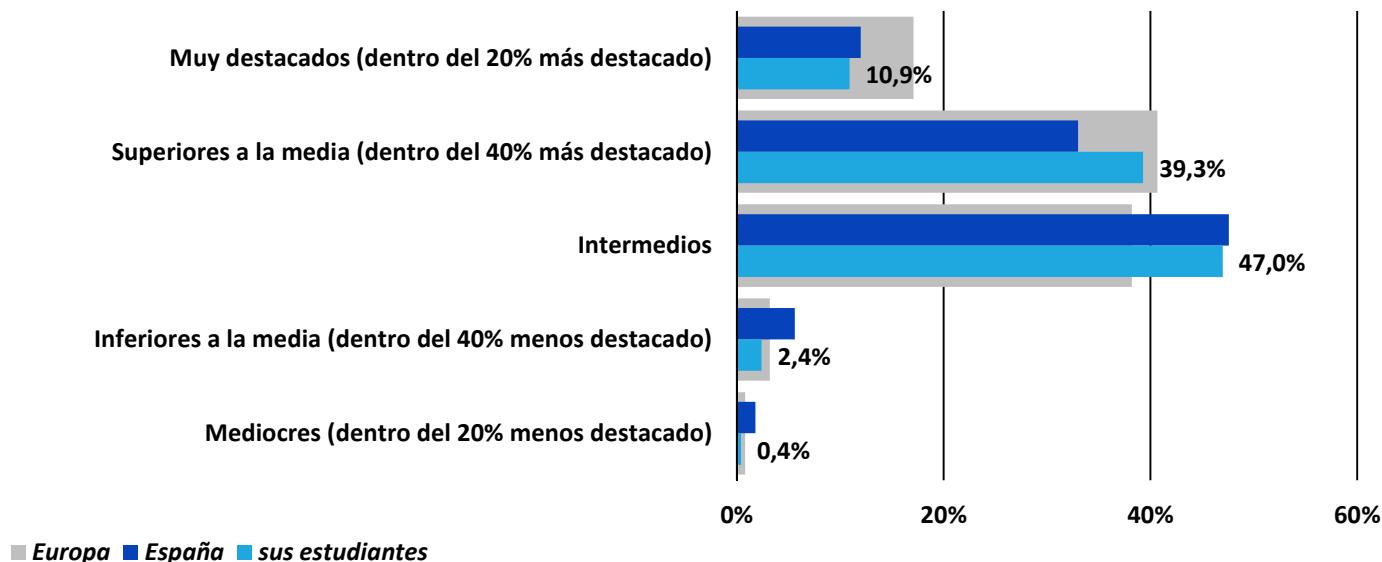


Experiencia del estudiante



Pregunta: ¿Qué experiencia laboral (de al menos 3 meses de duración) o cualificación posee?

Rendimiento académico



Pregunta: ¿Cómo calificaría sus logros académicos?



Habilidades interpersonales del mundo del trabajo

Durante la encuesta, se les pide a los estudiantes que evaluen sus habilidades interpersonales (soft skills) en relación a un contexto profesional. Se les pregunta sobre características de sí mismos a partir de unas afirmaciones que ellos deben confirmar o negar según una escala de cuatro valores ('No corresponde de ninguna manera', 'No corresponde totalmente', 'Corresponde en parte' y 'Corresponde totalmente'). Solo los estudiantes que han respondido 'Corresponde totalmente' o 'Corresponde en parte' a las dos afirmaciones relacionadas con una misma característica, han sido considerados poseedores de dicha característica.

Para la representación de los resultados, las afirmaciones han sido resumidas en características:

Fiabilidad: 'Cumplio siempre los plazos de entrega de mi trabajo.'

Fiabilidad: 'Compruebo que mi trabajo esté bien hecho antes de entregarlo.'

Logros y aspiraciones: 'Me enfado mucho por mis propios errores y procuro aprender de ellos.'

Logros y aspiraciones: 'En mi tiempo libre leo bibliografía especializada para ampliar mis conocimientos.'

Flexibilidad: 'Después de una reestructuración interna de la empresa, estoy abierto a nuevas tareas y nuevos campos temáticos.'

Flexibilidad: 'Cuando me doy cuenta de que no avanco cambio mi estrategia.'

Capacidad de trabajar bajo presión : 'Después de recibir una crítica dura, sigo siendo amable con la persona que está frente a mí y no me lo tomo como una ofensa personal.'

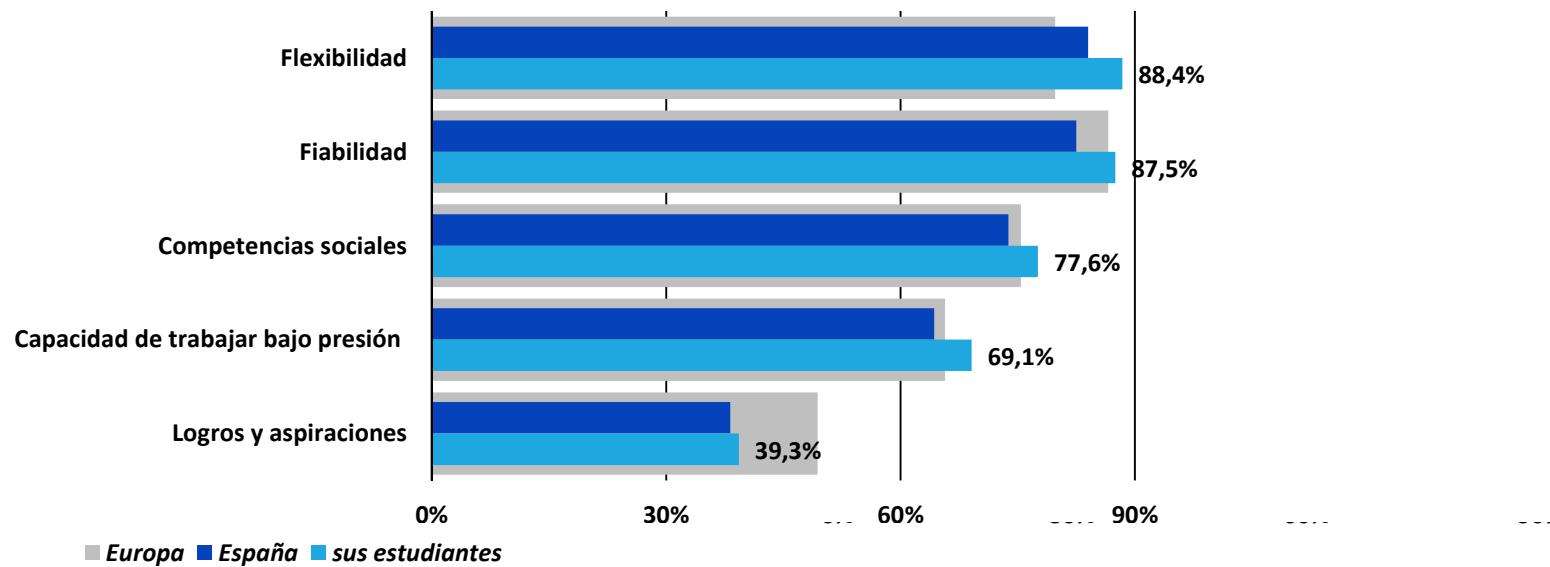
Capacidad de trabajar bajo presión : 'Cumplio los plazos de entrega de mi trabajo, aunque esto suponga más trabajo.'

Competencias sociales: 'Observo la mimica y los gestos de mi interlocutor.'

Competencias sociales: 'Dejo que mi interlocutor presente sus argumentos antes de dar mi opinión.'



Habilidades interpersonales del mundo del trabajo



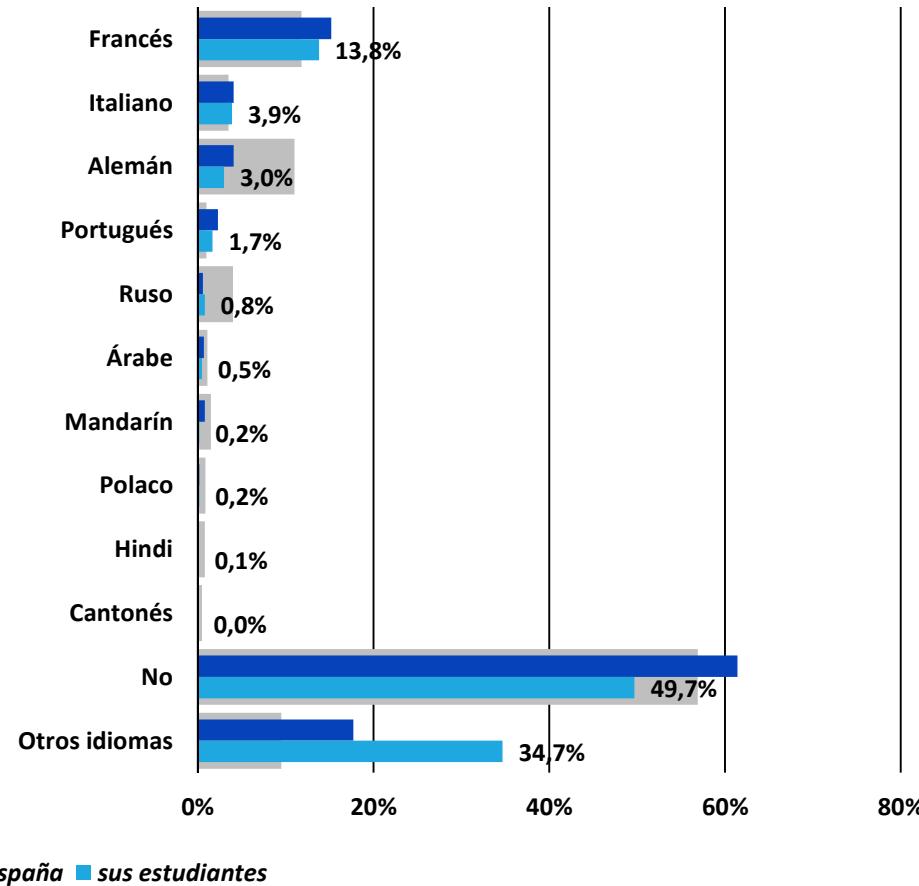
Pregunta: Por favor, opine sobre las siguientes afirmaciones.

Se les pidió a los estudiantes la valoración de cada afirmación según una escala de cuatro valores (de -2 para 'totalmente en desacuerdo' a +2 'totalmente de acuerdo'). Por favor, vuelva a la página anterior para ver las afirmaciones.

trendence
GRADUATE
BAROMETER
2015

European
Business
Edition

Conocimientos de otros idiomas



■ Europa ■ España ■ sus estudiantes

Pregunta: ¿Tiene un nivel avanzado en otros idiomas (a parte de su lengua materna y/o inglés)?

Avanzado significa que es capaz de hablarlo, escribirlo y entenderlo sin ninguna dificultad - que tiene un vocabulario relativamente amplio y que comete pocos errores gramaticales.



Opinión de los estudiantes
acerca de la Universidad





Opinión de los estudiantes acerca de la Universidad

Contenidos del capítulo

- >> Indicadores de actuación: ¿ Como se evalúa su universidad en comparación con otras universidades?
 - >> Evaluación detallada: ¿ Qué consideran más importante los estudiantes de su universidad y cómo la evalúan?
 - >> Recomendaciones: ¿ Sus estudiantes recomiendan la universidad?
-
-
-
- >> Junto con este informe recibirán un documento Excel que contiene los datos cualitativos de la encuesta.

trendence
**GRADUATE
BAROMETER**
2015

European
Business
Edition



Sistema de medición del feedback de las universidades

¿En qué consiste el sistema de medición del feedback de las Universidades? ¿Qué novedades hay?

>> en Trendence nos gustaría darles resultados fiables respecto al grado de satisfacción y las aspiraciones profesionales de sus alumnos ahora y en el futuro.

>> Hemos mejorado nuestro cuestionario para la encuesta del 2015 gracias a la revisión y ampliación de los criterios referentes a la opinión acerca la universidad. Se añadieron preguntas importantes para conseguir que el concepto fuera más comprensible.

>> Trabajamos junto con estudiantes de nuestra base de datos de estudio de mercado a fin de revisar los criterios de evaluación: ¿qué aspectos hacen que una universidad sea buena – cómo interpretan los estudiantes ciertos criterios de evaluación? Se estudiaron los resultados de esta colaboración y se incorporaron los nuevos criterios más relevantes formando un nuevo concepto de medición: los participantes evalúan su universidad a partir de 28 criterios que a su vez están divididos en los 10 principales temas universitarios (para más detalles ver la página siguiente).

>> La intención principal era basarnos solo en criterios que los estudiantes puedan evaluar de forma fácil y sincera según el día a día en la universidad. Como resultado, por ejemplo, la “imagen de la universidad” ya no se tiene en cuenta.



trendence
GRADUATE
BAROMETER
2015

European
Business
Edition

Sistema de medición del feedback de las universidades



>> En las páginas que siguen los “Key Performance indicators (KPI)” (indicadores clave) encontrarán las evaluaciones de sus estudiantes según los 28 criterios, cada uno medido en términos de importancia y satisfacción.

>> A la derecha del gráfico pueden apreciar la clasificación de los criterios dentro de los 10 temas, como se muestra aquí:

1. Profesores/catedráticos	Competencia profesional Competencia didáctica Disponibilidad Motivación y predisposición para ayudar
2. Relevancia práctica de los cursos	Relevancia práctica de los contenidos del estudio Excursiones, estudios de caso, presentaciones de invitados Experiencia profesional integrada
3. Oportunidades internacionales de los cursos	Clases/ seminarios en idiomas extranjeros Programas de intercambio, partenariados entre universidades
4. Cooperación de la universidad con la economía	Anuncios de empleo Ferias de empleo y de trayectoria profesional Proyectos de investigación con empresas
5. Calidad y disponibilidad de las infraestructuras tecnológicas	Wifi Disponibilidad de un espacio de trabajo con ordenadores y calidad del equipo tecnológico
6. Calidad de las bibliotecas y actualización de las colecciones	Variedad de la oferta literaria y actualizada Disponibilidad de literatura Disponibilidad de un espacio de trabajo Horarios de apertura
7. Servicios de orientación profesional	Servicio de asesoramiento/ asesoramiento sobre trayectoria profesional, intercambio laboral Eventos (ej.: ferias de trayectorias profesionales)
8. Servicio y asesoramiento	Responsabilidades transparentes Asesores competentes Respuesta rápida a las preguntas
9. Situación	Infraestructura de transporte Oferta comercial y de ocio Nivel/Coste de vida (ej.: alquiler)
10. Actividades para estudiantes	Eventos (ej.: cine universitario, deporte, eventos) Política de la universidad

Key Performance Indicators



Key Performance Indicators (KPIs): Indicadores clave de actuación. Cálculo e interpretación.

>> Los KPIs ilustran de forma gráfica la mediana de clasificación de su universidad respecto a otras universidades evaluadas en su país. Así pues, sustituyen el ranking universitario convencional de Trendence.

>> Los KPIs están basados en las opiniones de los estudiantes acerca de su propia universidad. Los estudiantes evalúan su universidad según los 10 temas generales y un total de 28 criterios.

>> Los KPIs muestran la posición de su universidad e ilustran la actuación en cada uno de los diferentes temas. Se evalúan diez valores para cada universidad basados en los resultados de los 28 criterios de evaluación. Como resultado, dentro de cada grupo temático hay universidades que reciben mejor o peor puntuación. Los valores entre el mejor y el peor se dividen en 5 sub-secciones.



Muy buenos resultados



Malos resultados



Buenos resultados



Resultados medios



Muy malos resultados

NOTA I para una correcta interpretación: la afiliación del KPI depende de la actuación de otras universidades. Un KPI muy bueno no significa necesariamente una evaluación muy buena sino más bien una evaluación muy buena en comparación con otras universidades del país.

NOTA II para una correcta interpretación: la dimensión de " Importancia" no se tiene en cuenta en los KPIs. La "importancia " se muestra en otros gráficos de este capítulo.

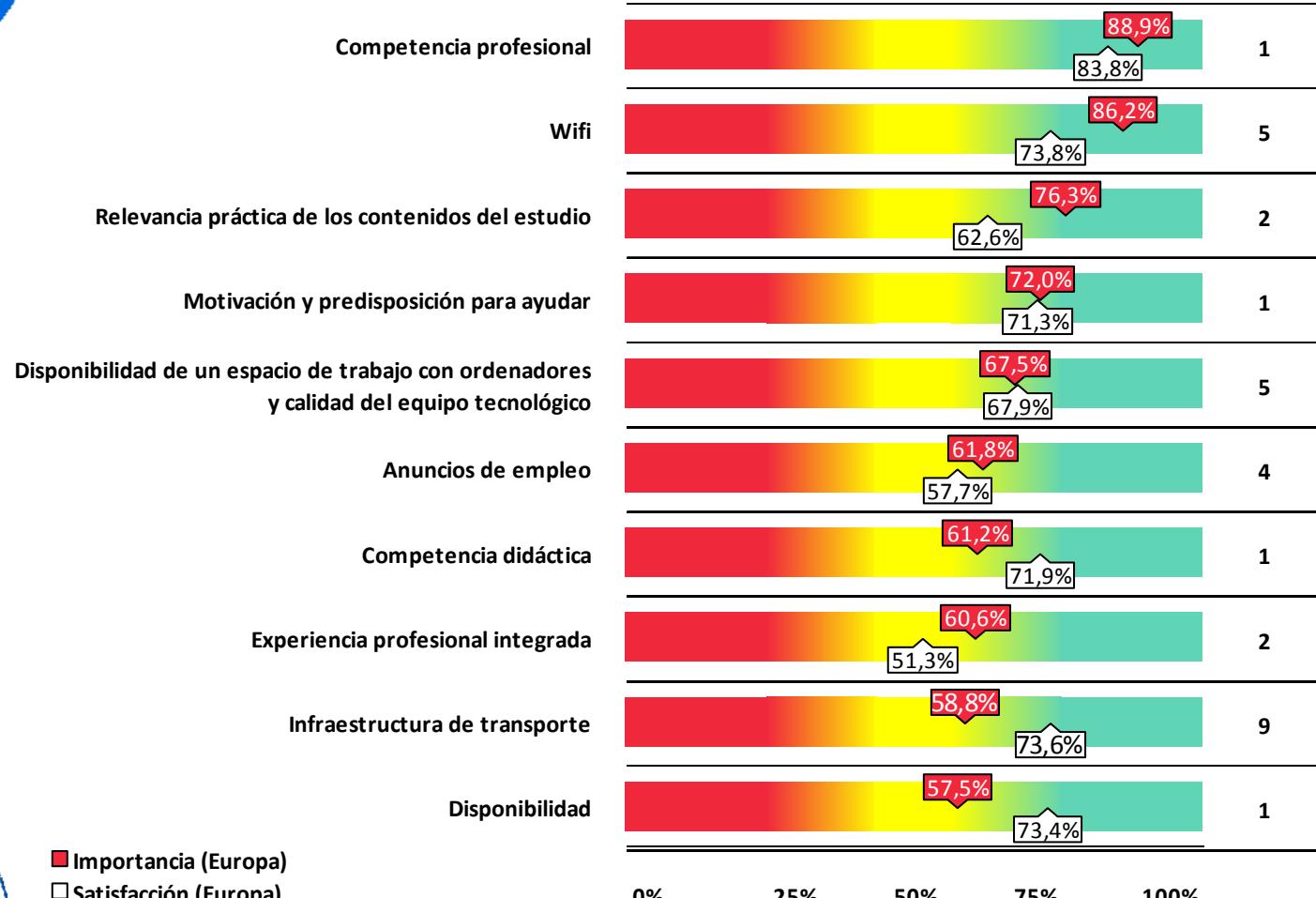
Sus Key Performance Indicators del 2015: ¡Así evalúan sus estudiantes!

1. Profesores/catedráticos 
2. Relevancia práctica de los cursos 
3. Oportunidades internacionales de los cursos 
4. Cooperación de la universidad con la economía 
5. Calidad y disponibilidad de las infraestructuras tecnológicas 
6. Calidad de las bibliotecas y actualización de las colecciones 
7. Servicios de orientación profesional 
8. Servicio y asesoramiento 
9. Situación 
10. Actividades para estudiantes 



Evaluación del rendimiento universitario: Importancia frente a satisfacción en Europa

Tema: 1 - 10



■ Importancia (Europa)
□ Satisfacción (Europa)

0% 25% 50% 75% 100%

Pregunta: ¿Cómo son de importantes los siguientes factores para usted y para sus estudios y cómo puntuaría su universidad en función de estos? Los estudiantes podían escoger aleatoriamente tantos criterios "importantes" como ellos quisieran y simultáneamente evaluar en una escala de valoración de cuatro puntos de muy insatisfecho << >> muy satisfecho. Valores "importancia": Porcentaje de estudiantes que marcaron un criterio como "importante". Valores "satisfacción": Suma del porcentaje de estudiantes que evaluaron positivamente o muy positivamente. Los valores están divididos en tres gráficos separados en orden descendente de importancia.

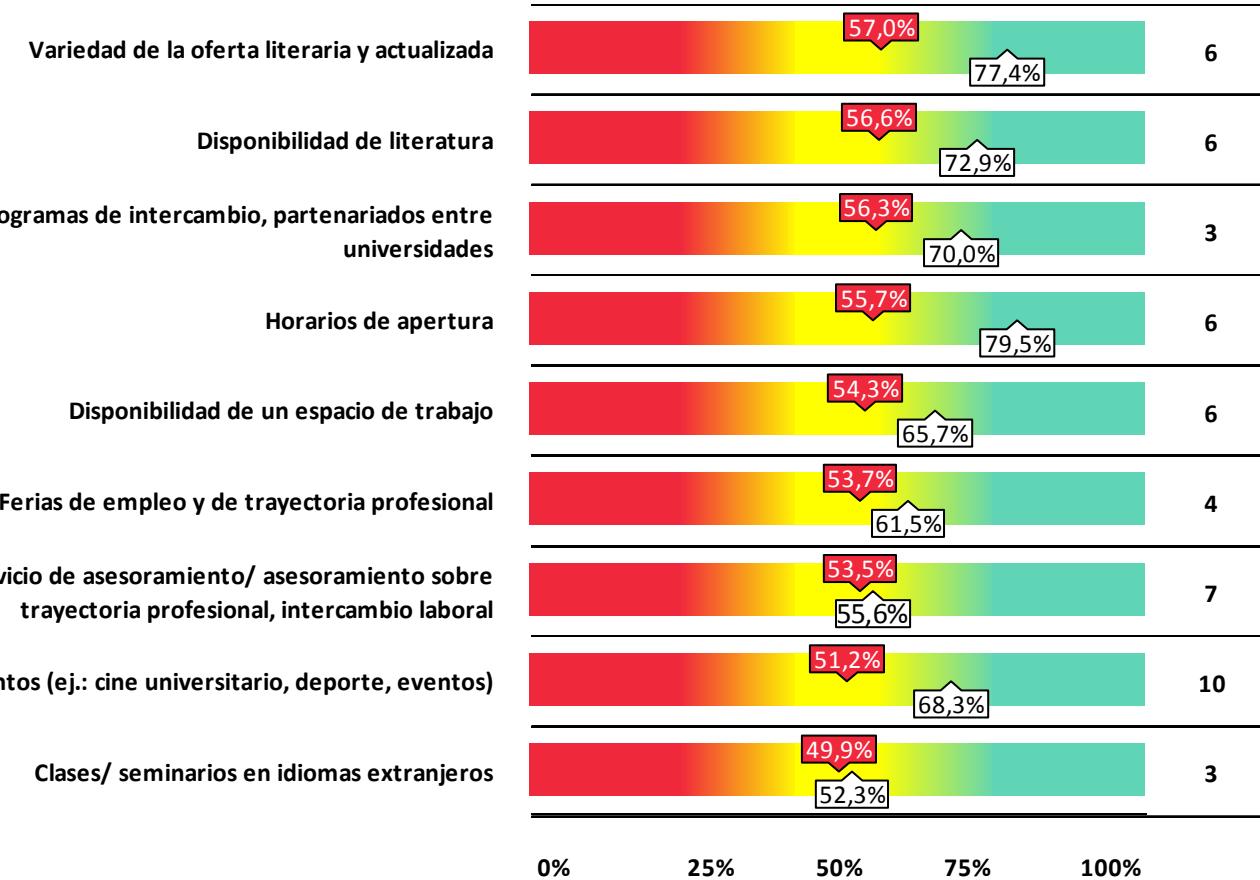
trendence
GRADUATE
BAROMETER
2015

European
Business
Edition



Evaluación del rendimiento universitario: Importancia frente a satisfacción en Europa

Tema: 1 - 10



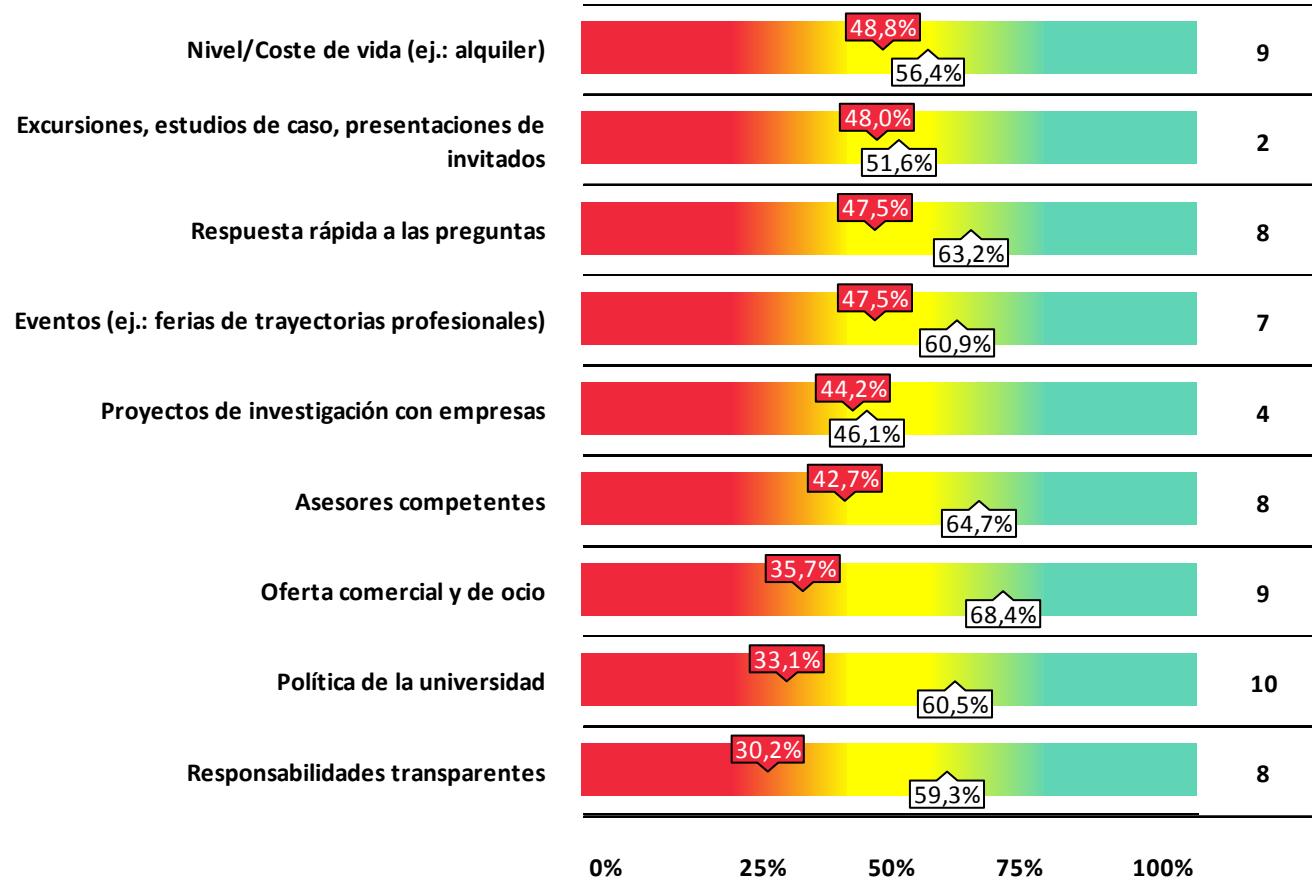
■ Importancia (Europa)
□ Satisfacción (Europa)

Pregunta: ¿Cómo son de importantes los siguientes factores para usted y para sus estudios y cómo puntuaría su universidad en función de estos? Los estudiantes podían escoger aleatoriamente tantos criterios “importantes” como ellos quisieran y simultáneamente evaluar en una escala de valoración de cuatro puntos de muy insatisfecho << >> muy satisfecho.
Valores “importancia”: Porcentaje de estudiantes que marcaron un criterio como “importante”.
Valores “satisfacción”: Suma del porcentaje de estudiantes que evaluaron positivamente o muy positivamente.
Los valores están divididos en tres gráficos separados en orden descendente de importancia.



Evaluación del rendimiento universitario: Importancia frente a satisfacción en Europa

Tema: 1 - 10



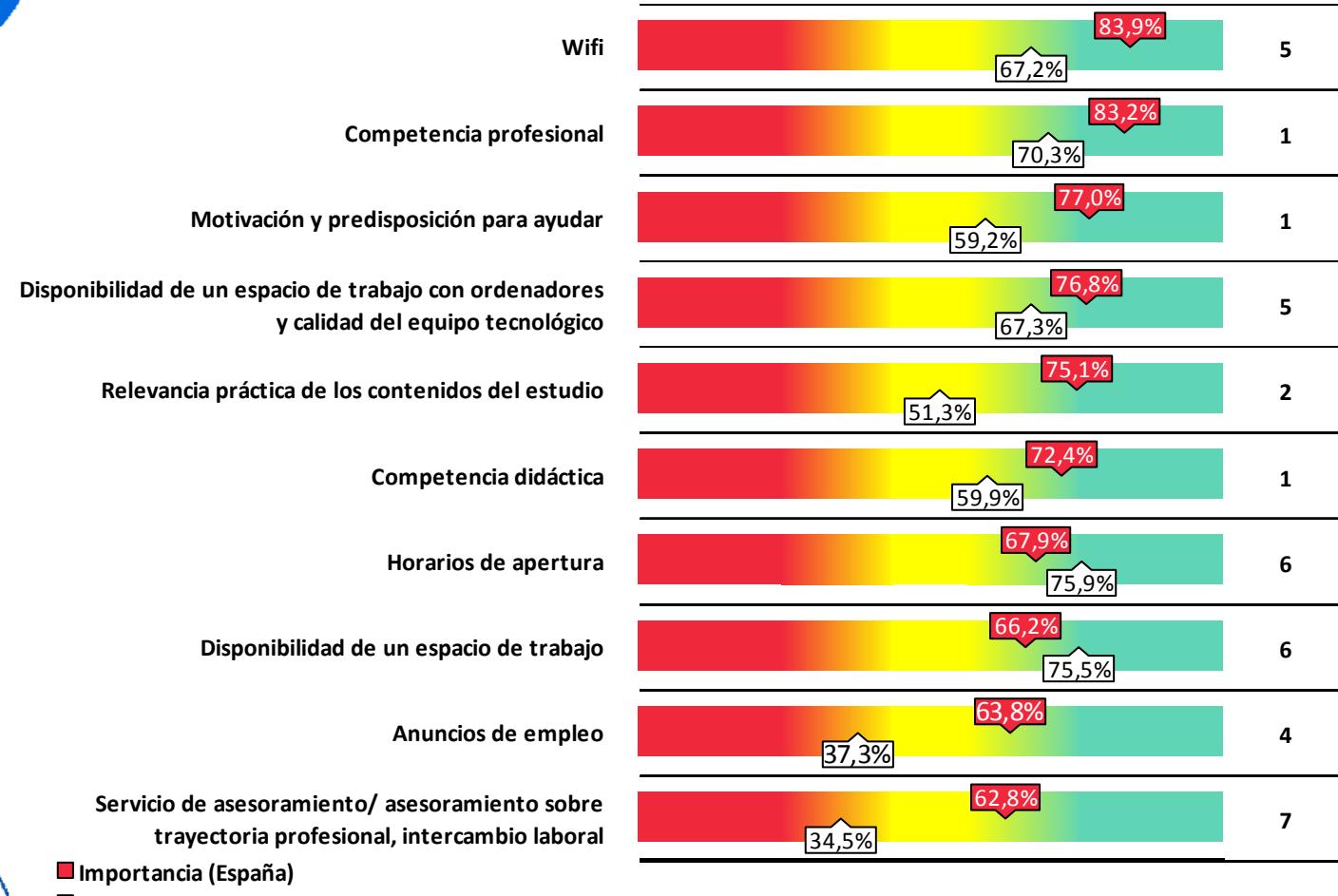
■ Importancia (Europa)
□ Satisfacción (Europa)

Pregunta: ¿Cómo son de importantes los siguientes factores para usted y para sus estudios y cómo puntuaría su universidad en función de estos? Los estudiantes podían escoger aleatoriamente tantos criterios "importantes" como ellos quisieran y simultáneamente evaluar en una escala de valoración de cuatro puntos de muy insatisfecho << >> muy satisfecho.
Valores "importancia": Porcentaje de estudiantes que marcaron un criterio como "importante".
Valores "satisfacción": Suma del porcentaje de estudiantes que evaluaron positivamente o muy positivamente.
Los valores están divididos en tres gráficos separados en orden descendente de importancia.



Evaluación del rendimiento universitario: Importancia frente a satisfacción en España

Tema: 1 - 10



■ Importancia (España)

□ Satisfacción (España)

0% 25% 50% 75% 100%

Pregunta: ¿Cómo son de importantes los siguientes factores para usted y para sus estudios y cómo puntuaría su universidad en función de estos? Los estudiantes podían escoger aleatoriamente tantos criterios "importantes" como ellos quisieran y simultáneamente evaluar en una escala de valoración de cuatro puntos de muy insatisfecho << >> muy satisfecho.

Valores "importancia": Porcentaje de estudiantes que marcaron un criterio como "importante".

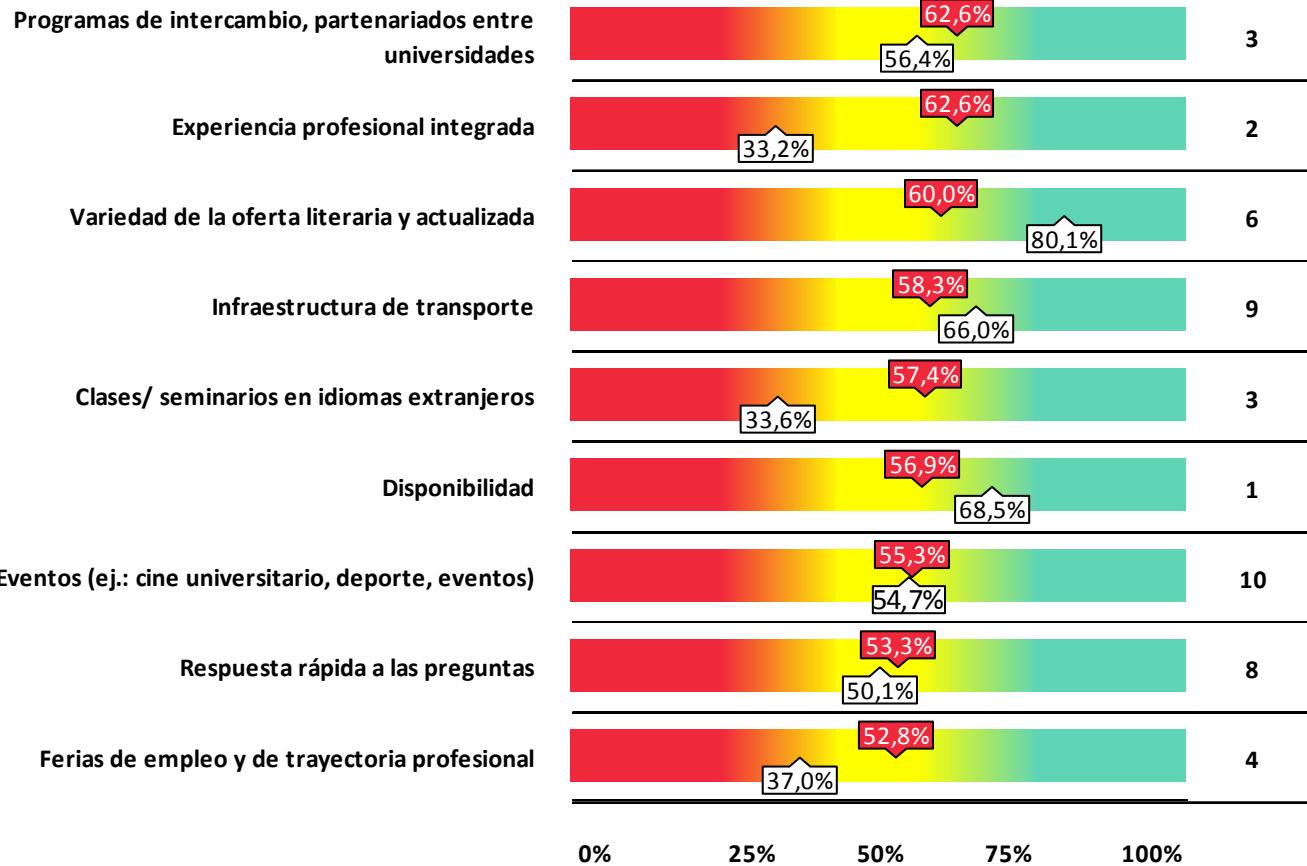
Valores "satisfacción": Suma del porcentaje de estudiantes que evaluaron positivamente o muy positivamente.

Los valores están divididos en tres gráficos separados en orden descendente de importancia.



Evaluación del rendimiento universitario: Importancia frente a satisfacción en España

Tema: 1 - 10



- Importancia (España)
- Satisfacción (España)

Pregunta: ¿Cómo son de importantes los siguientes factores para usted y para sus estudios y cómo puntuaría su universidad en función de estos? Los estudiantes podían escoger aleatoriamente tantos criterios “importantes” como ellos quisieran y simultáneamente evaluar en una escala de valoración de cuatro puntos de muy insatisfecho << >> muy satisfecho.

Valores “importancia”: Porcentaje de estudiantes que marcaron un criterio como “importante”.

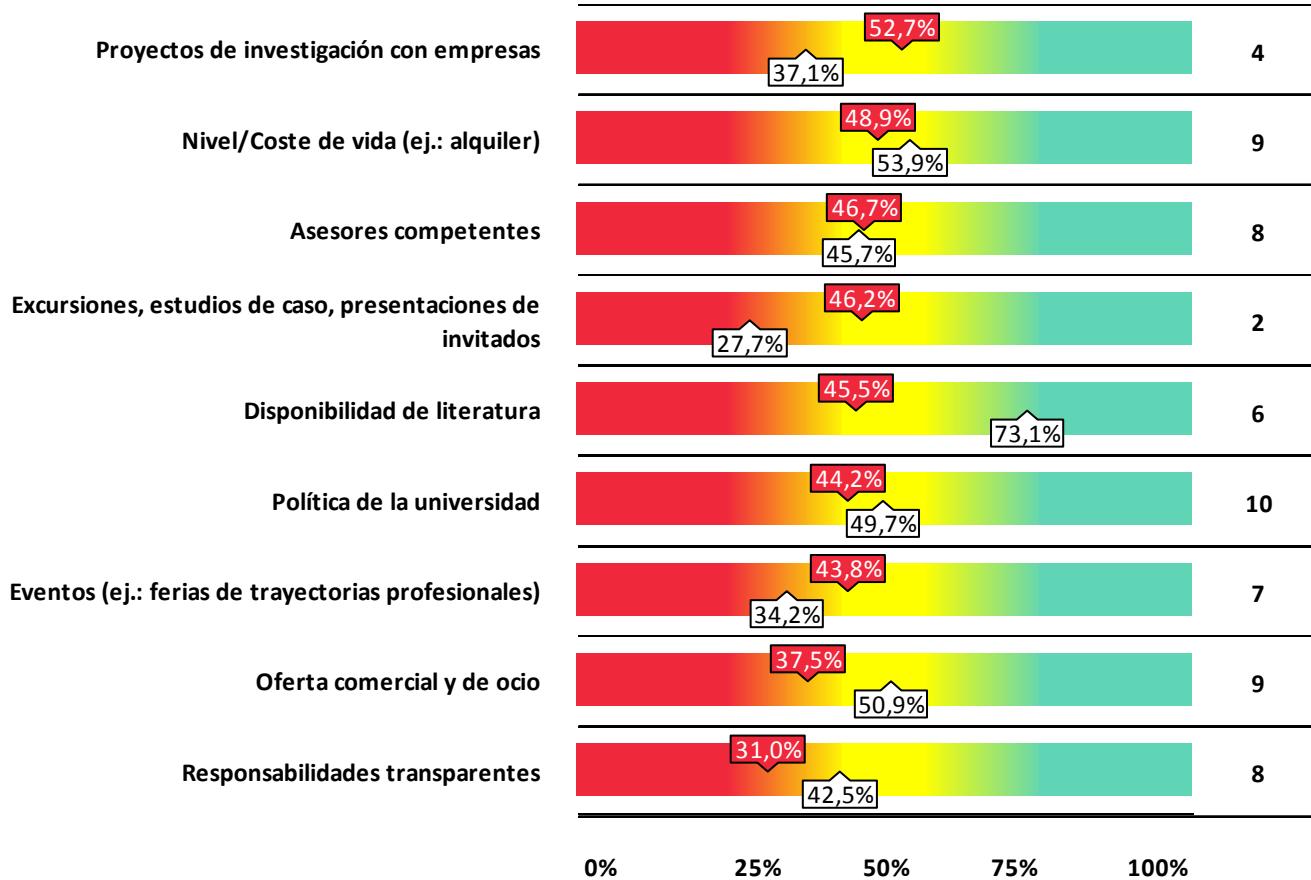
Valores “satisfacción”: Suma del porcentaje de estudiantes que evaluaron positivamente o muy positivamente.

Los valores están divididos en tres gráficos separados en orden descendente de importancia.



Evaluación del rendimiento universitario: Importancia frente a satisfacción en España

Tema: 1 - 10



- Importancia (España)
- Satisfacción (España)

Pregunta: ¿Cómo son de importantes los siguientes factores para usted y para sus estudios y cómo puntuaría su universidad en función de estos? Los estudiantes podían escoger aleatoriamente tantos criterios “importantes” como ellos quisieran y simultáneamente evaluar en una escala de valoración de cuatro puntos de muy insatisfecho << < > >> muy satisfecho.

Valores “importancia”: Porcentaje de estudiantes que marcaron un criterio como “importante”.

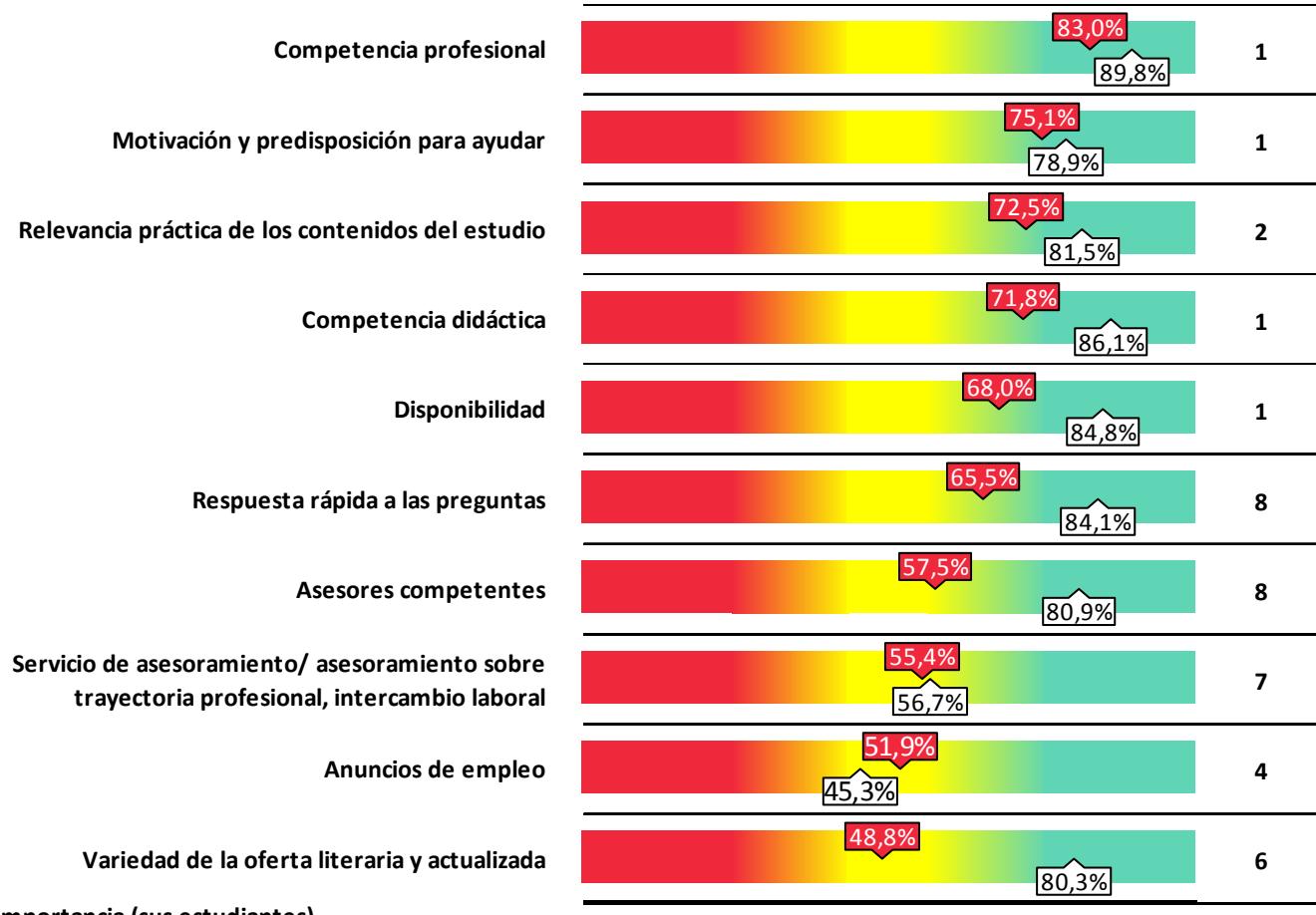
Valores “satisfacción”: Suma del porcentaje de estudiantes que evaluaron positivamente o muy positivamente.

Los valores están divididos en tres gráficos separados en orden descendente de importancia.



Evaluación del rendimiento universitario: Importancia frente a satisfacción en su universidad

Tema: 1 - 10



■ Importancia (sus estudiantes)

□ Satisfacción (sus estudiantes)

0% 25% 50% 75% 100%

Pregunta: ¿Cómo son de importantes los siguientes factores para usted y para sus estudios y cómo puntuaría su universidad en función de estos? Los estudiantes podían escoger aleatoriamente tantos criterios “importantes” como ellos quisieran y simultáneamente evaluar en una escala de valoración de cuatro puntos de muy insatisfecho << >> muy satisfecho.

Valores “importancia”: Porcentaje de estudiantes que marcaron un criterio como “importante”.

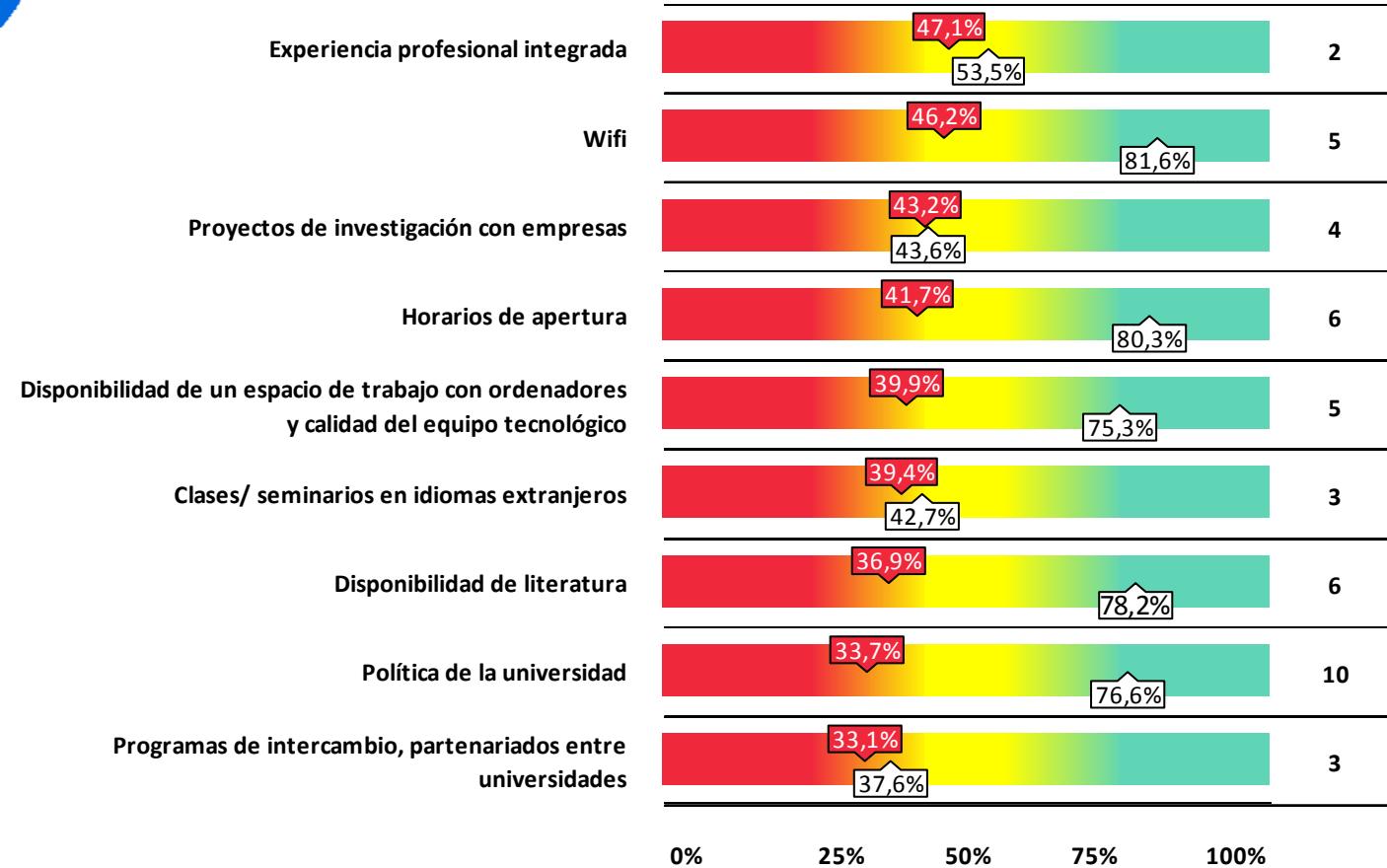
Valores “satisfacción”: Suma del porcentaje de estudiantes que evaluaron positivamente o muy positivamente.

Los valores están divididos en tres gráficos separados en orden descendente de importancia.



Evaluación del rendimiento universitario: Importancia frente a satisfacción en su universidad

Tema: 1 - 10



- Importancia (sus estudiantes)
- Satisfacción (sus estudiantes)

Pregunta: ¿Cómo son de importantes los siguientes factores para usted y para sus estudios y cómo puntuaría su universidad en función de estos? Los estudiantes podían escoger aleatoriamente tantos criterios “importantes” como ellos quisieran y simultáneamente evaluar en una escala de valoración de cuatro puntos de muy insatisfecho << >> muy satisfecho.

Valores “importancia”: Porcentaje de estudiantes que marcaron un criterio como “importante”.

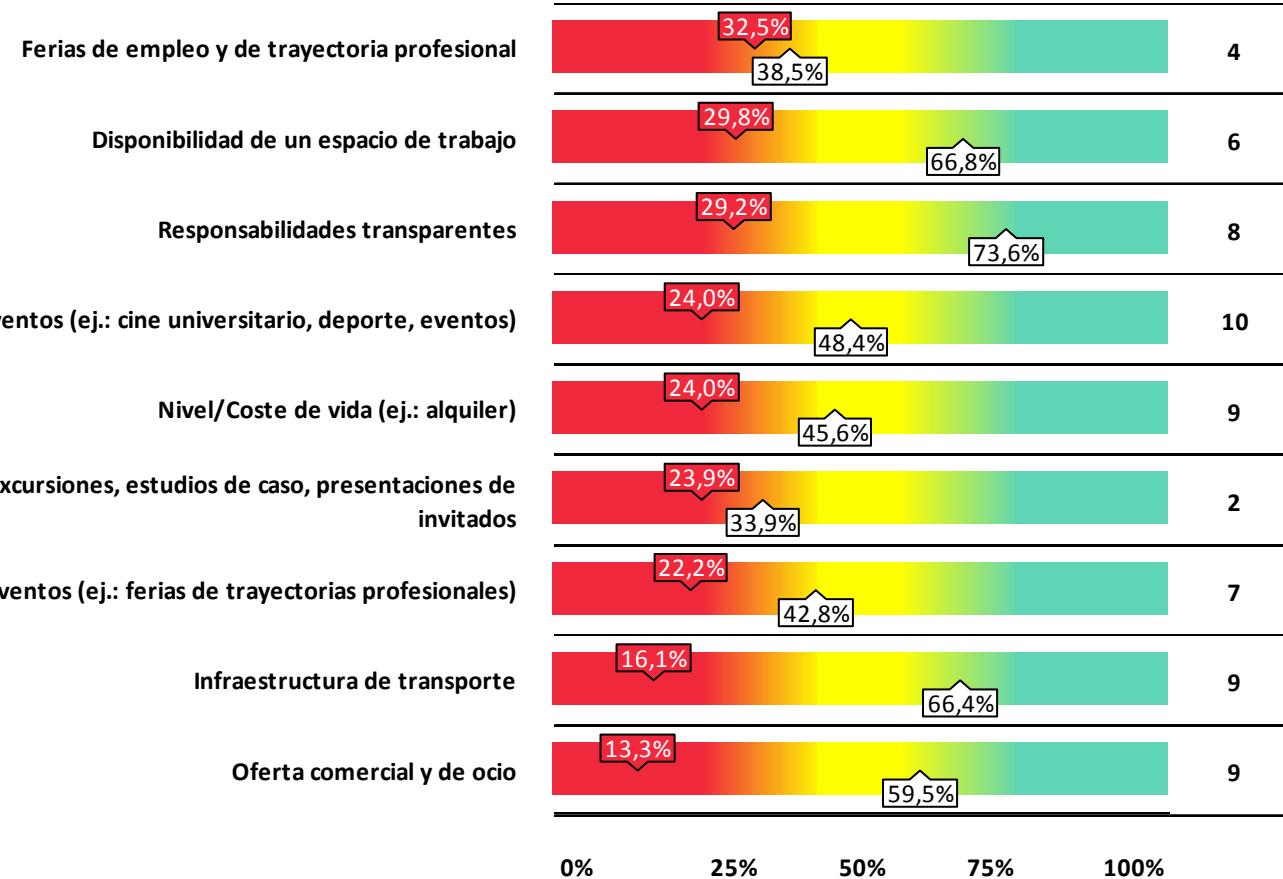
Valores “satisfacción”: Suma del porcentaje de estudiantes que evaluaron positivamente o muy positivamente.

Los valores están divididos en tres gráficos separados en orden descendente de importancia.



Evaluación del rendimiento universitario: Importancia frente a satisfacción en su universidad

Tema: 1 - 10



- Importancia (sus estudiantes)
- Satisfacción (sus estudiantes)

Pregunta: ¿Cómo son de importantes los siguientes factores para usted y para sus estudios y cómo puntuaría su universidad en función de estos? Los estudiantes podían escoger aleatoriamente tantos criterios “importantes” como ellos quisieran y simultáneamente evaluar en una escala de valoración de cuatro puntos de muy insatisfecho << >> muy satisfecho.

Valores “importancia”: Porcentaje de estudiantes que marcaron un criterio como “importante”.

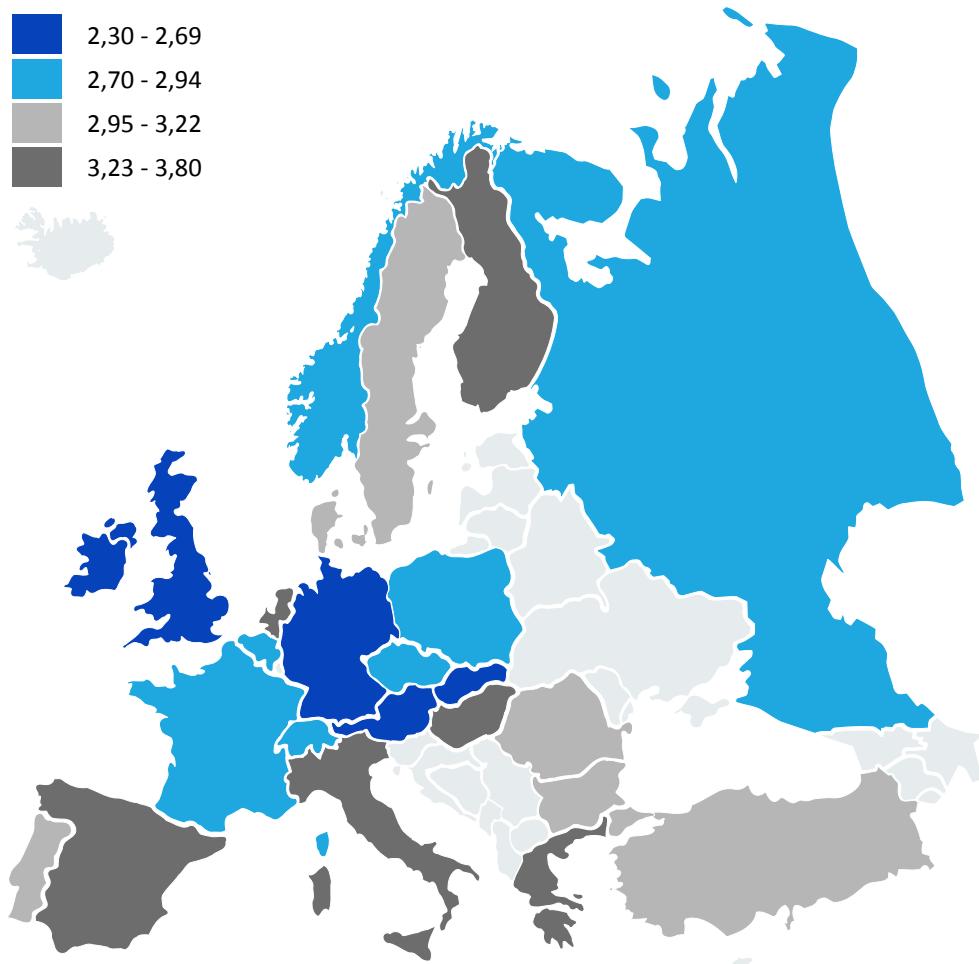
Valores “satisfacción”: Suma del porcentaje de estudiantes que evaluaron positivamente o muy positivamente.

Los valores están divididos en tres gráficos separados en orden descendente de importancia.



Satisfacción global de los estudiantes con su universidad en Europa

- 2,30 - 2,69
- 2,70 - 2,94
- 2,95 - 3,22
- 3,23 - 3,80



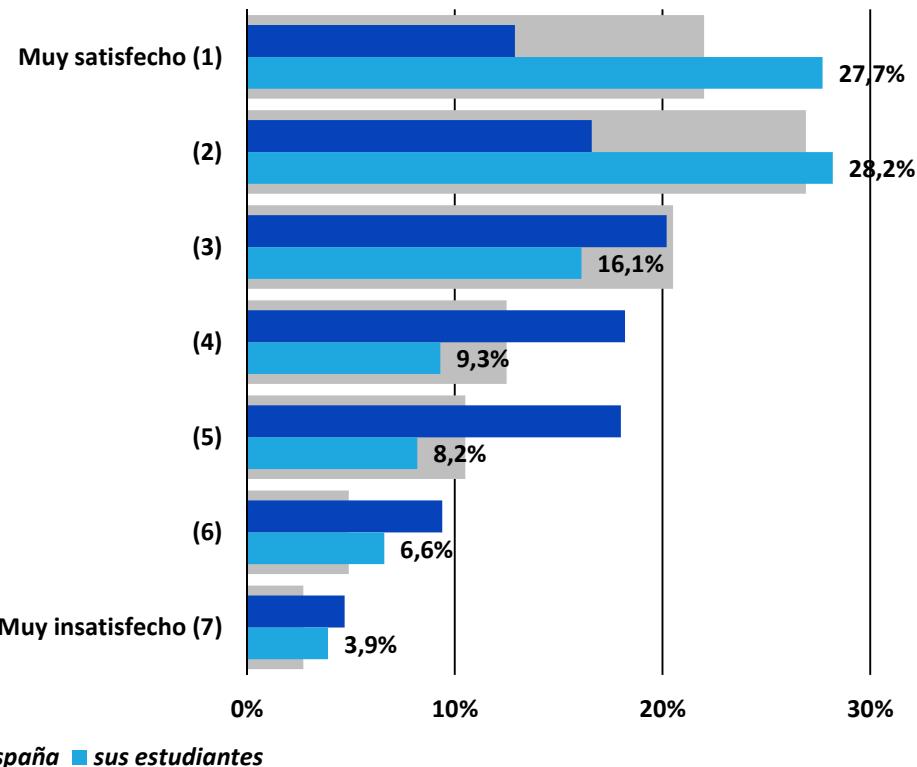
Pregunta: Por favor, valore el grado de satisfacción con su universidad y sus estudios.

Se les pidió a los alumnos que valoraran su satisfacción sobre una escala de siete valores (de 1 para 'muy satisfecho' a 7 para 'muy insatisfecho').

trendence
GRADUATE
BAROMETER
2015

European
Business
Edition

Satisfacción global de los estudiantes con su universidad en Europa



Pregunta: Por favor, valore el grado de satisfacción con su universidad y sus estudios.
Se les pidió a los alumnos que valoraran su satisfacción sobre una escala de siete valores (de 1 para 'muy satisfecho' a 7 para 'muy insatisfecho').

Recomendación de la universidad



Pregunta: ¿Recomendaría a otros que estudiaron en su universidad?

trendence
GRADUATE
BAROMETER
2015

European
Business
Edition



Comunicación y Trayectoria





Comunicación y Trayectoria

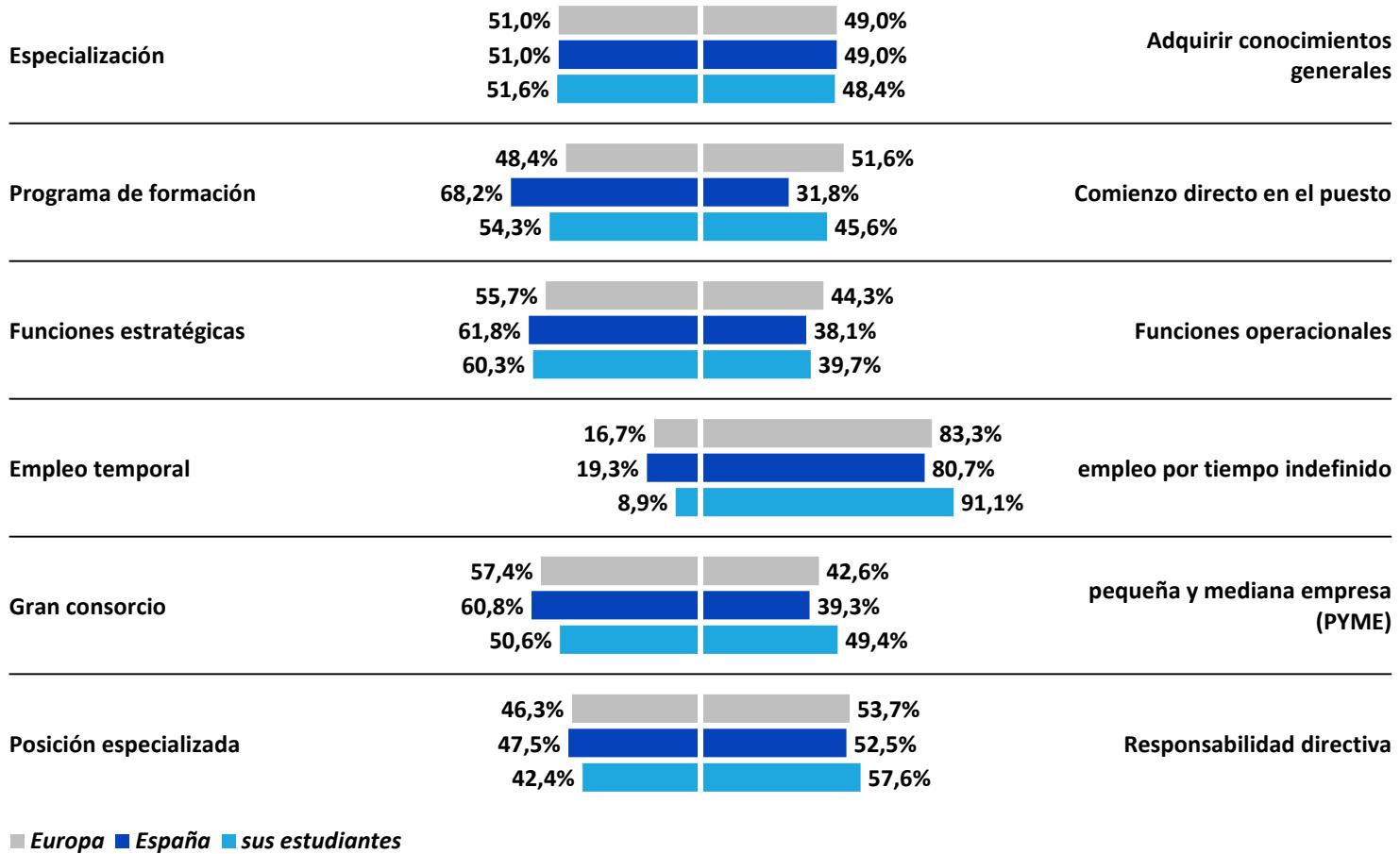
Contenidos del capítulo

- >> Objetivos de trayectoria: Se pide a los estudiantes escoger según criterios personales entre dos opciones opuestas. Por ejemplo: trabajar en una empresa grande o en un pequeño negocio.
- >> Empresas favoritas: ¿ Cuáles son las empresas más activas y populares a nivel europeo y de su universidad? ¿ Cuál de ellas podría convertirse en un socio para cooperación estratégica?
- >> Expectativas salariales y horario laboral: ¿Qué horario y salario esperan obtener los estudiantes en su primer trabajo?
- >> Opiniones de sus estudiantes en diferentes temas: Sus estudiantes dan su perspectiva en temas específicos relacionados con la educación y las trayectorias profesionales.

trendence
GRADUATE
BAROMETER
2015

European
Business
Edition

Prioridades de carrera

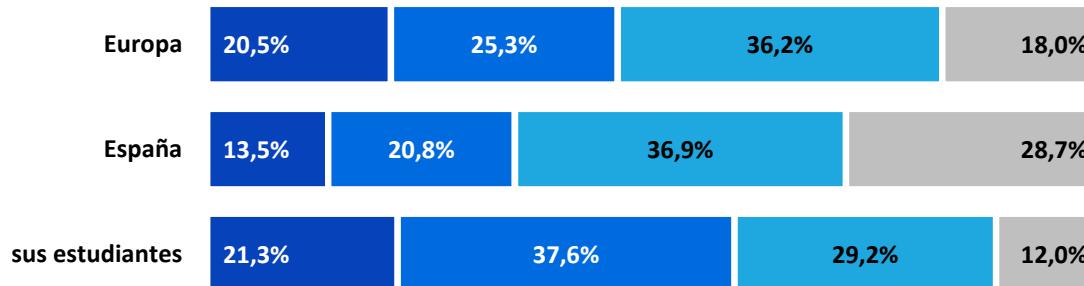


Pregunta: ¿Qué criterios son los más importantes cuando piensa en su actividad laboral después de sus estudios?

Se les pidió a los estudiantes que valoraran cada característica sobre una escala de cuatro valores (de 'fuerte preferencia de la característica de la izquierda' a 'fuerte preferencia de la característica de la derecha'). A los estudiantes se les presentaron parejas de conceptos que no necesariamente representaban opuestos. Cuanto más tiende una de las barras del gráfico a uno de los conceptos, más fuerte es la preferencia de este concepto como oposición al otro.



Movilidad: disposición de traslado



- *Planeo buscar mi primer trabajo en el lugar donde he estudiado.*
- *Planeo buscar mi primer trabajo en mi región de origen.*
- *Planeo buscar mi primer trabajo en España.*
- *Planeo buscar mi primer trabajo en el extranjero.*

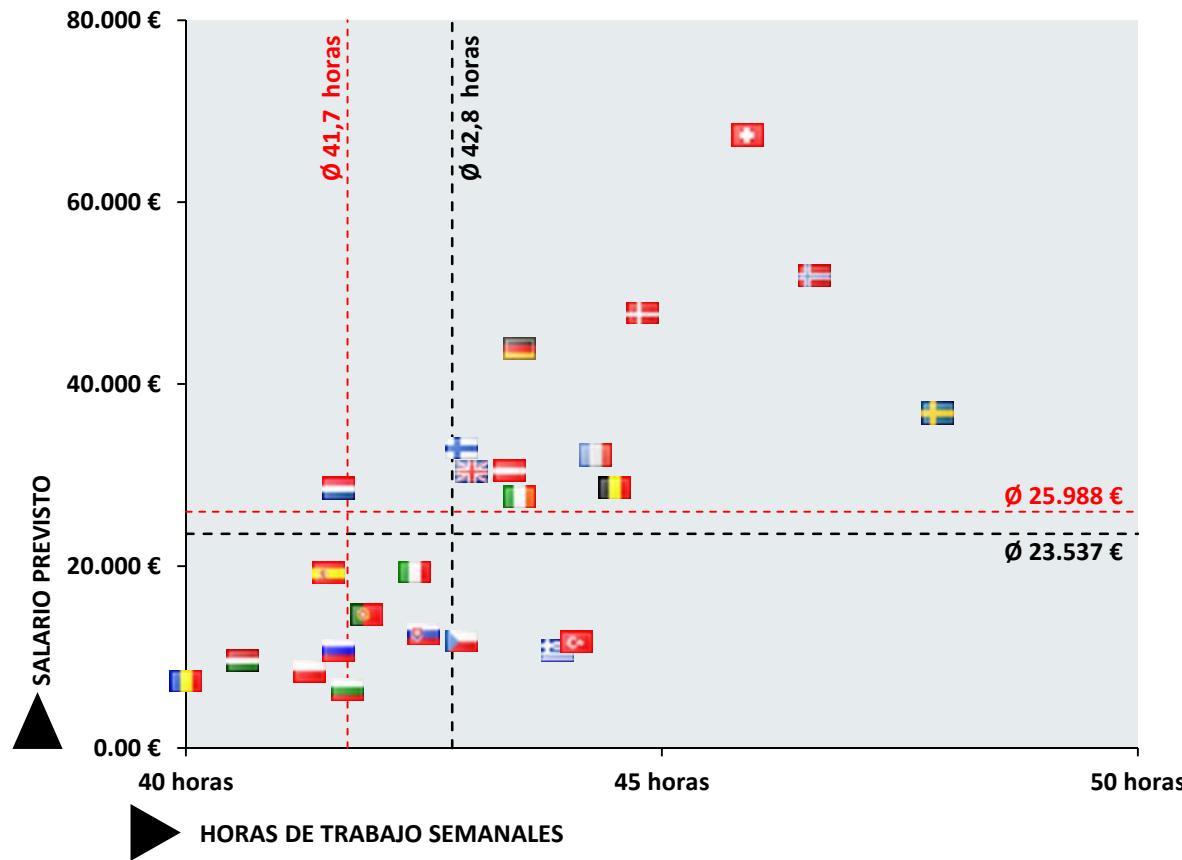
Pregunta: ¿Hasta qué punto le gustaría trabajar en el extranjero después de acabar sus estudios/graduarse?

trendence
GRADUATE
BAROMETER
2015

European
Business
Edition



Salario bruto anual previsto / relación de horas de trabajo previstas en Europa

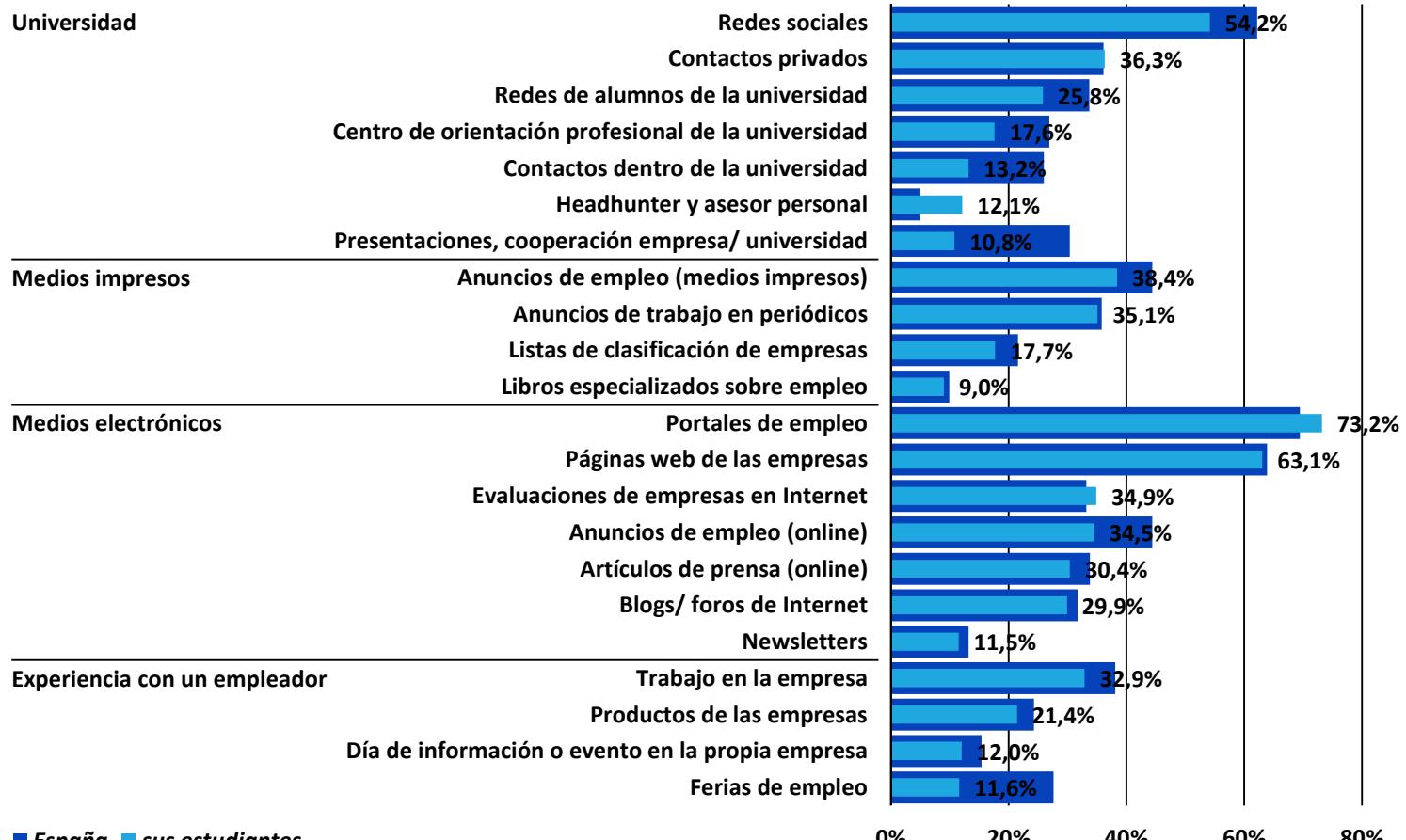


Pregunta: ¿Cuántas horas está dispuesto a trabajar en este puesto de trabajo?

Pregunta: Cuánto espera ganar (salario bruto) en este puesto de trabajo?

La linea negra marca la media europea. La linea roja indica la media de sus estudiantes.

Canales generales de comunicación usados



■ España ■ sus estudiantes

Pregunta: ¿Cuáles son los métodos que más utiliza para informarse sobre las empresas?

Los estudiantes podían elegir múltiples métodos entre todos los métodos de comunicación propuestos.

Factores de atracción del empleador

CHALLENGE



CONDITIONS

CORPORATE

CULTURE

■ España ■ sus estudiantes

Pregunta: Nos gustaría que nos dijera cuáles son los aspectos que más valora a la hora de buscar una posible empresa. Díganos qué IMPORTANCIA tienen para usted los siguientes aspectos de la carrera.



Quiénes son los empleadores más atractivos en Europa?

Posición	Empleador	Europa
1	Google	11,33%
2	Volkswagen Group	7,10%
3	Apple	6,84%
4	BMW Group	5,87%
5	EY (Ernst & Young)	5,31%
6	PwC (PricewaterhouseCoopers)	4,93%
7	KPMG	4,49%
8	Deloitte	4,37%
9	L'Oréal	4,31%
10	Microsoft	4,00%
11	Coca-Cola	3,42%
12	adidas	3,37%
13	LVMH	3,25%
14	Unilever	2,98%
15	EU Institutions - EU Careers	2,96%
16	IKEA	2,88%
17	Procter & Gamble	2,86%
18	Lufthansa	2,85%
19	Nestlé	2,78%
20	European Central Bank	2,69%

trendence
GRADUATE
BAROMETER
2015

European
Business
Edition

Pregunta: ¿Qué empresas considera más atractivas, es decir, en cuáles solicitaría trabajo en primer lugar?

Los estudiantes podían elegir tres empleadores de toda la lista de empleadores.

La tabla muestra los top 20 empleadores según los estudiantes de Europa.



Quiénes son los empleadores más atractivos en España?

Posición	Empleador	España
1	Google	13,8%
2	Inditex	12,9%
3	Apple	9,5%
4	Santander	9,3%
5	Banco de España	8,6%
6	BBVA	7,5%
7	NH Hoteles	6,4%
7	Sol Meliá Hotels & Resorts	6,4%
9	AC Hoteles	5,8%
10	Coca-Cola	5,6%
11	Barceló Hotels & Resorts	5,5%
12	la Caixa	5,2%
13	Deloitte	5,0%
14	European Central Bank	4,6%
15	Hilton Worldwide	3,8%
15	LVMH	3,8%
17	El Corte Inglés	3,6%
18	PwC	3,2%
19	J.P. Morgan	3,0%
20	EU Institutions – EU Careers	2,9%

trendence
GRADUATE
BAROMETER
2015

European
Business
Edition

Pregunta: ¿Qué empresas considera más atractivas, es decir, en cuáles solicitaría trabajo en primer lugar?

Los estudiantes podían elegir tres empleadores de toda la lista de empleadores.

La tabla muestra los top 20 empleadores según los estudiantes de España.



Quiénes son los empleadores más atractivos en su universidad?

Posición	Empleador	sus estudiantes
1	Google	15,0%
2	Apple	11,0%
3	Inditex	10,3%
4	la Caixa	10,1%
5	Nestlé	6,3%
6	IKEA	5,2%
7	Coca-Cola	4,4%
8	Bayer	4,1%
9	Danone	4,0%
10	Banco Sabadell	3,7%
11	Nike	3,6%
12	Banco de España	3,3%
13	Novartis	3,1%
14	AENA	3,0%
14	Deloitte	3,0%
14	Santander	3,0%
17	Mercadona	2,8%
18	adidas	2,6%
19	Acciona	2,4%
19	Airbus Group	2,4%

trendence
GRADUATE
BAROMETER
2015

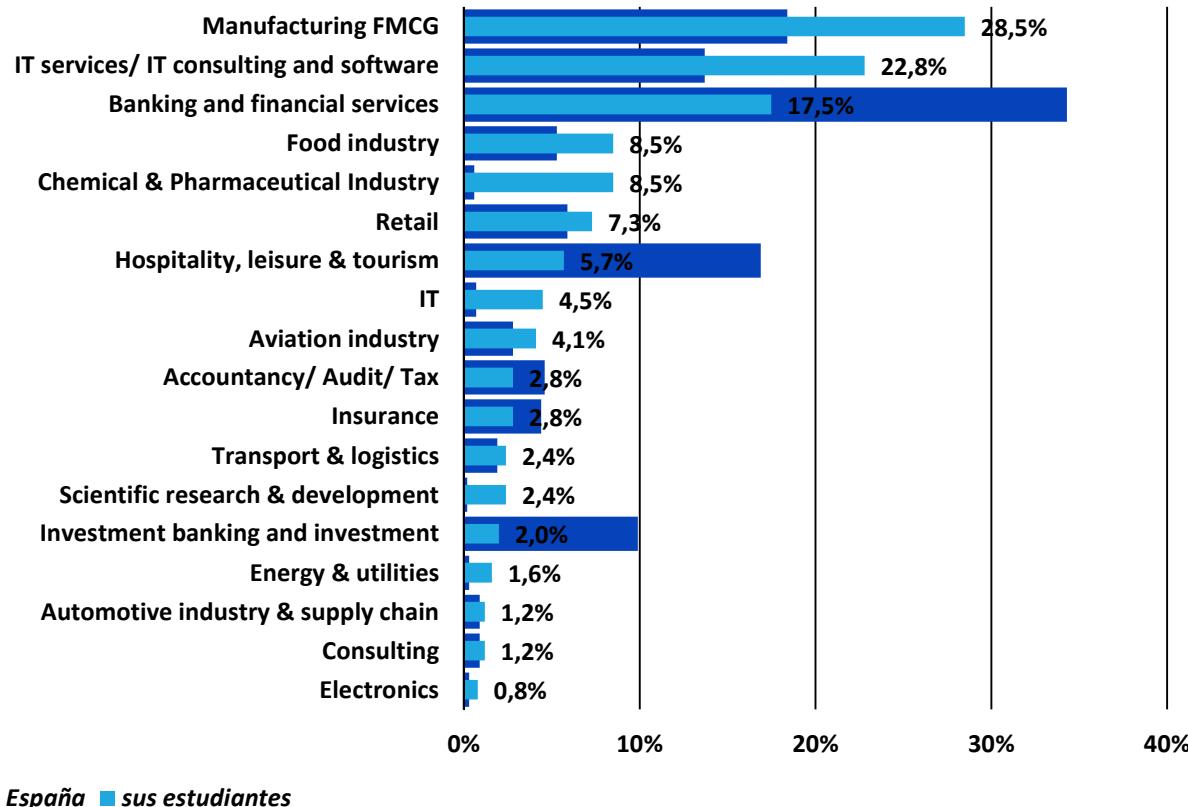
European
Business
Edition

Pregunta: ¿Qué empresas considera más atractivas, es decir, en cuáles solicitaría trabajo en primer lugar?

Los estudiantes podían elegir tres empleadores de toda la lista de empleadores.

La tabla muestra los top 20 empleadores según los estudiantes de su universidad.

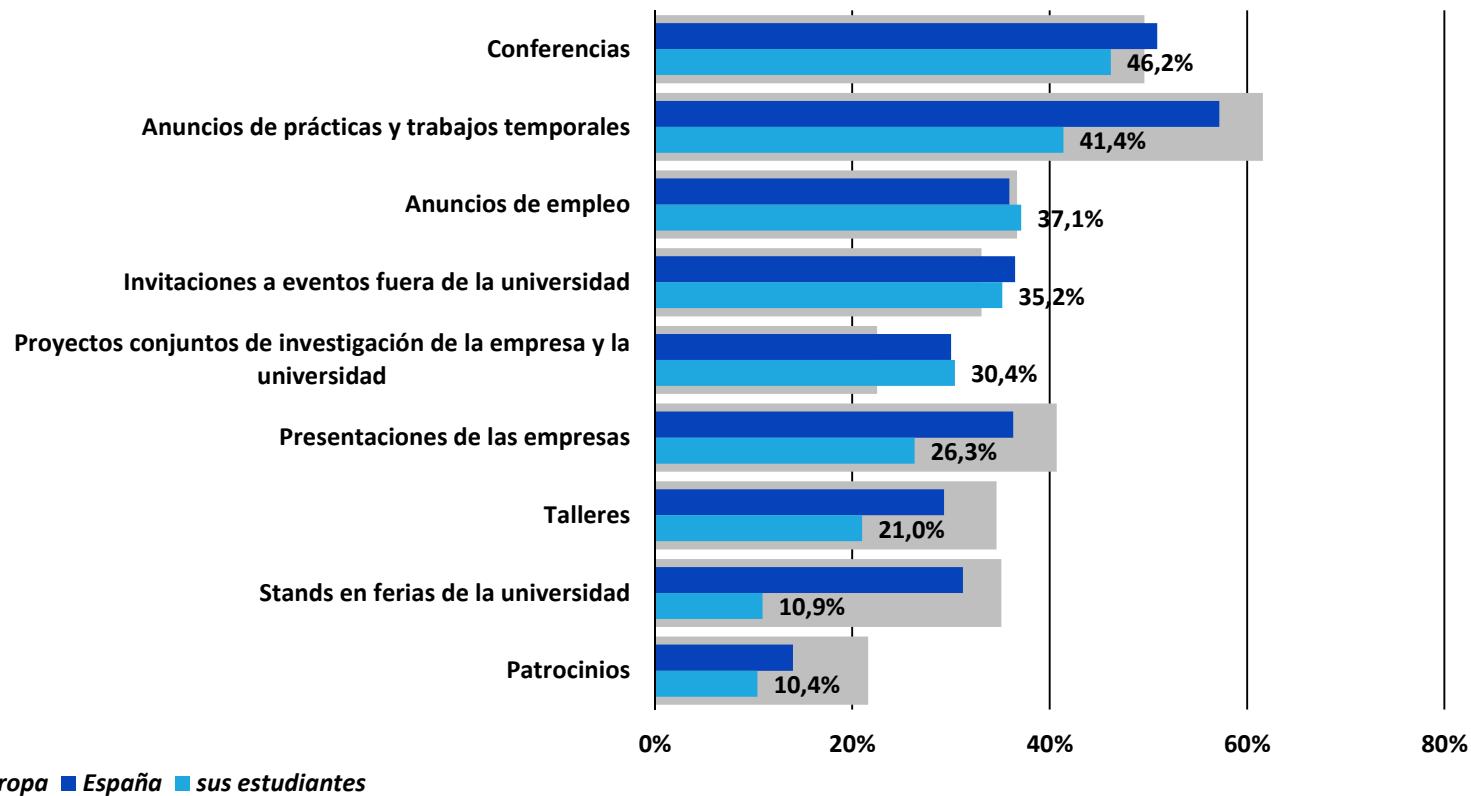
Afinidad para un sector



■ España ■ sus estudiantes

Se considera que un participante tiene afinidad para un sector siempre que al menos dos de sus 3 empleadores favoritos pertenezcan al mismo sector. El gráfico anterior compara los sectores preferidos entre sus estudiantes.

Actividades de marketing más atractivas del campus



■ Europa ■ España ■ sus estudiantes

Pregunta: ¿Cuáles de las actividades organizadas por empresas en su universidad le parecen más interesantes?

El gráfico anterior muestra cómo los empleadores pueden llegar a los estudiantes de una manera óptima. Incluso la mejor idea de reclutamiento está condenada al fracaso si no es percibida por los estudiantes.



Quiénes son los empleadores más activos en España?

Posición	Empleador	España
1	Santander	34,4%
2	Deloitte	15,5%
3	BBVA	12,1%
4	DECATHLON	9,8%
5	Inditex	8,3%
6	AC Hoteles	7,1%
7	la Caixa	6,9%
8	PwC	6,6%
9	NH Hoteles	6,5%
10	Google	5,8%
11	Telefónica	5,7%
12	Banco Sabadell	5,3%
13	Vodafone	5,1%
14	Apple	4,1%
14	Repsol	4,1%
14	Sol Meliá Hotels & Resorts	4,1%
17	EY (Ernst & Young)	4,0%
17	Mercadona	4,0%
19	Banco de España	3,8%
19	Banco Popular	3,8%

trendence
GRADUATE
BAROMETER
2015

European
Business
Edition

Pregunta: ¿Qué empresas buscan más activamente estudiantes en su universidad?

Los estudiantes podían elegir tres empleadores de toda la lista de empleadores.

La tabla muestra los top 20 empleadores según los estudiantes de España.



Quiénes son los empleadores más activos en su universidad?

Posición	Empleador	sus estudiantes
1	Santander	26,2%
2	la Caixa	18,6%
3	Banco Sabadell	12,3%
4	Telefónica	10,8%
5	Apple	8,2%
6	SEAT (Volkswagen Group)	7,2%
7	Vodafone	7,0%
8	BBVA	6,6%
9	Google	6,1%
10	Deloitte	5,9%
11	Accenture	5,3%
12	DECATHLON	5,1%
12	Repsol	5,1%
14	Inditex	4,7%
14	PwC	4,7%
16	AC Hoteles	4,4%
16	Coca-Cola	4,4%
18	Microsoft	3,8%
19	Hewlett-Packard	3,6%
19	Sol Meliá Hotels & Resorts	3,6%

Pregunta: ¿Qué empresas buscan más activamente estudiantes en su universidad?
Los estudiantes podían elegir tres empleadores de toda la lista de empleadores.
La tabla muestra los top 20 empleadores según los estudiantes de su universidad.

trendence
GRADUATE
BAROMETER
2015

European
Business
Edition

Opiniones



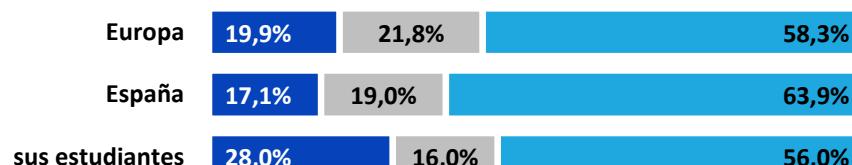
Gracias a mi formación, me siento perfectamente preparado para la vida profesional.



Será difícil encontrar un puesto de trabajo en 2015.



El hecho de tomarse tiempo para la familia afecta negativamente a la carrera.



■ Estoy de acuerdo ■ NS/NC ■ No estoy de acuerdo

Pregunta: Por favor, opine sobre las siguientes afirmaciones.

Se les pidió a los estudiantes que respondieran utilizando las opciones: 'de acuerdo (+1)', 'NS/NC (0)', 'no estoy de acuerdo (-1)'.

Opiniones



Para mí es más importante realizarme que ganar mucho dinero.



Uso las redes sociales para saber más acerca de un empleador potencial.



Aceptaría un salario menor si pensara que el empleador es bueno para mí.



■ Estoy de acuerdo ■ NS/NC ■ No estoy de acuerdo

Pregunta: Por favor, opine sobre las siguientes afirmaciones.

Se les pidió a los estudiantes que respondieran utilizando las opciones: 'de acuerdo (+1)', 'NS/NC (0)', 'no estoy de acuerdo (-1)'.

Opiniones



Es difícil encontrar información creíble sobre la cultura corporativa de un empleador.



■ Estoy de acuerdo ■ NS/NC ■ No estoy de acuerdo

trendence
GRADUATE
BAROMETER
2015



52

Pregunta: Por favor, opine sobre las siguientes afirmaciones.

Se les pidió a los estudiantes que respondieran utilizando las opciones: 'de acuerdo (+1)', 'NS/NC (0)', 'no estoy de acuerdo (-1)'.



Contact

Contact:

Christine Dietzsch
Head of Partner Relations

christine.dietzsch@trendence.com ditte.lorenz@trendence.com
+49 30 2592988 311 +49 30 2592988 603

trendence Institut GmbH
Markgrafenstrasse 62
10969 Berlin
Germany

**Contact:**

Ditte Lorenz
Project Coordinator

christine.dietzsch@trendence.com ditte.lorenz@trendence.com
+49 30 2592988 311 +49 30 2592988 603

trendence Institut GmbH
Markgrafenstrasse 62
10969 Berlin
Germany

