

Estudio Internacional Randstad Employer Branding por sexo y edad y análisis detallado de los sectores de Automoción, Bienes de Consumo y Farmacia y Química

Las prioridades de las mujeres son la ubicación estratégica de la empresa y la flexibilidad; la de los jóvenes, la formación; y los mayores, la estabilidad

- Las mujeres participantes en el informe Employer Branding presentaron un interés mayor que el de los hombres por la conciliación entre vida privada y laboral, la flexibilidad en el trabajo, una ubicación estratégica y un ambiente de trabajo agradable. Este último aspecto, por ejemplo, fue mencionado por las féminas de los sectores de Bienes de Consumo, Automoción y Farmacia y Química en unos porcentajes superiores a los hombres en un 14%, 13% y 7%, respectivamente
- Los jóvenes de entre 18 y 24 años están menos preocupados por el salario y la seguridad laboral a largo plazo y se sienten más atraídos por compañías que poseen una imagen fuerte y unos valores firmes y ofrecen buena formación. Particularmente importante es el la conciliación entre la vida privada y la laboral para las personas de entre 25 y 44 años, mientras que la salud financiera de la empresa, una ubicación estratégica y la calidad de los productos y servicios de la empresa son aspectos más demandados por los mayores, de entre 45 y 65 años
- A la hora de elegir un sector de actividad donde trabajar, los hombres se decantan más por empleos con un componente técnico, las mujeres por el sector servicios, los menores de 25 años por ingenierías y nuevas tecnologías y los de más edad por los Medios de Comunicación, la Administración Pública y los Bienes de Consumo

Madrid, 1 de julio de 2013. –Tras la publicación del informe “Employer Branding” tanto a nivel [nacional](#) como [internacional](#), Randstad, empresa líder en soluciones de recursos humanos, ha presentado nuevas oleadas de este estudio atendiendo al [género](#) y [edad](#) y también a tres de los sectores más atractivos donde trabajar ([Automoción](#), [Bienes de Consumo](#) y [Farmacia y Química](#)).

El informe “Employer Branding: cuando la percepción puede convertirse en realidad” es el estudio más amplio del mundo sobre employer branding (marca como empleador). Se elabora con la participación de 18 países y se sondea a más de 140.000 personas con y sin trabajo, de entre 18 y 65 años, de ambos sexos y todos los niveles formativos.

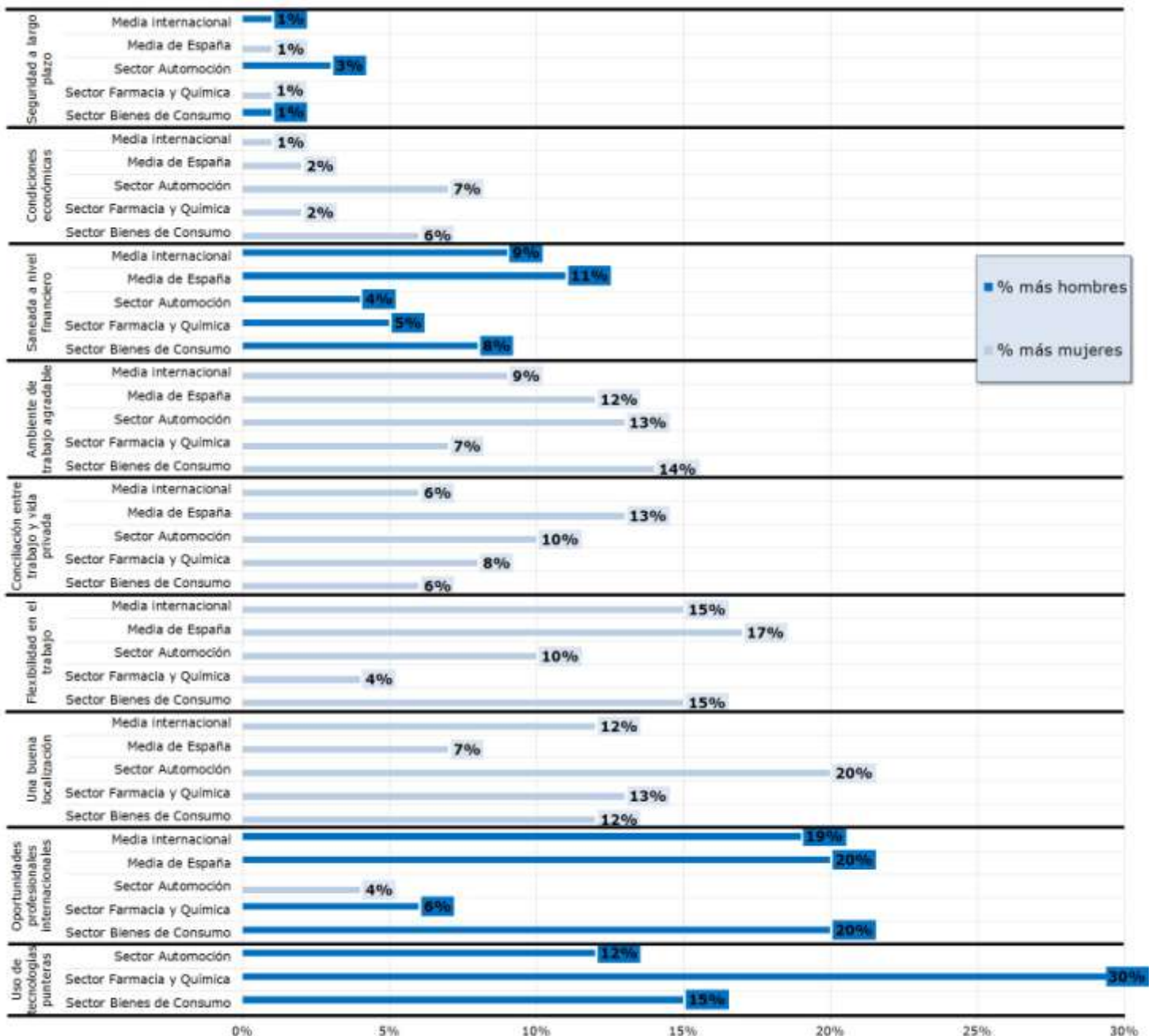
Randstad lo viene realizando desde 2001 con carácter anual para ayudar a las empresas a encontrar el talento que necesitan y conocer las claves para saber retenerlo. A través de este estudio, se consiguen conocer los factores que más valoran los empleados de una empresa y los sectores que les resultan más atractivos.

A nivel internacional, los aspectos decisivos para los trabajadores a la hora de buscar una empresa donde trabajar fueron la seguridad laboral a largo plazo (19%), las condiciones económicas (17%) y que la compañía esté saneada financieramente (13%). Al segmentar las respuestas atendiendo al género, se constató que los hombres siguen más interesados que las mujeres por su carrera profesional (un 19% más), cifra que difiere considerablemente dependiendo del sector de actividad que se analice.

En el caso concreto de Bienes de Consumo el número de hombres con esta preferencia superó en un 20% al de mujeres, en el de Farmacia y Química esta diferencia se redujo hasta el 6%; y en Automoción se invirtió la tendencia, siendo un 4% más las mujeres las que mostraron más interés.

Como factor clave a tener en cuenta a la hora de buscar una empresa donde trabajar, los hombres pertenecientes a los sectores de Farmacia y Química, Bienes de Consumo y Automoción, destacaron el uso de tecnologías pioneras en la empresa en un 30%, un 15% y un 12% más que las mujeres, respectivamente.

Por género y sector. Factor más importante para elegir una empresa donde trabajar



Fuente: Randstad

Por su parte, las mujeres, tanto las encuestadas a nivel nacional e internacional como las pertenecientes a estos tres sectores analizados en concreto en las nuevas oleadas del informe Employer Branding de Randstad, presentaron un interés más destacado que el de los hombres por disfrutar de un ambiente de

trabajo agradable, la conciliación entre vida privada y laboral, la flexibilidad en el trabajo y una ubicación estratégica de la empresa.

Por ejemplo, que el ambiente de trabajo sea agradable fue más mencionado por las féminas de los tres sectores de actividad analizados en detalle que por los hombres, con unos porcentajes superiores en un 14% en Bienes de Consumo, un 13% en Automoción y un 7% en Farmacia y Química.

Los aspectos que lideran el ranking de preferencias de las mujeres frente a los hombres difiere dependiendo del sector de actividad. En Automoción y en Farmacia y Química, se erige como la opción más deseada por las mujeres en comparación con los hombres la ubicación estratégica, con un porcentaje mayor en mujeres que en varones en un 20% y un 13%, respectivamente. En el sector de Bienes de Consumo, este aspecto acaparó un 12% más en las respuestas de mujeres que en la de hombres.

En este último sector, el factor en el que se diferencian más las preferencias de los dos sexos fue la flexibilidad en el puesto de trabajo, con un 15% más de menciones de mujeres que de hombres, aspecto que en Automoción se situó en el 11%, y en Farmacia y Química solo en el 4%.

Asimismo, debido probablemente a que las cargas familiares siguen recayendo en mayor medida en las mujeres, ellas están más preocupadas que los hombres en conciliar la privada y el trabajo, con porcentajes superiores al de los hombres en un 10% en Automoción, un 8% en Farmacia y Química, y un 6% en Bienes de Consumo.

Prioridades de jóvenes y mayores al elegir dónde trabajar

Los jóvenes de entre 18 y 24 años están menos motivados por el salario y la seguridad laboral, sintiéndose más atraídos por compañías que poseen una imagen fuerte y unos valores firmes y ofrecen buena formación. Particularmente importante es la conciliación entre la vida privada y la laboral para las personas de entre 25 y 44 años, mientras que la salud financiera de la empresa, una ubicación estratégica y la calidad de los productos y servicios son más demandados por los mayores, de entre 45 y 65 años.

Dentro de los tres sectores analizados en profundidad por Randstad, la buena formación, las perspectivas de carrera y las oportunidades internacionales son los factores que más valoran los jóvenes menores de 40 años en comparación con los de más edad.

Los jóvenes de hasta 39 años pertenecientes a los sectores de Automoción y Bienes de Consumo también se muestran más preocupados que sus mayores por el uso de tecnologías punteras (8% y 4% más, respectivamente), y los valores firmes de las empresas (4% y 8% más).

Los trabajadores de más edad, de 40 a 65 años, se manifestaron, frente a los más jóvenes, más preocupados por la seguridad en el empleo y la salud financiera de la empresa. Precisamente este último aspecto, junto con un ambiente de trabajo agradable, fueron los factores que valoraron más los trabajadores de más edad del sector Automoción en comparación con sus compañeros más jóvenes, con un 9% de diferencia.

Los personas de 40 a 65 años pertenecientes al sector Farmacia y Química mencionaron de manera destacada su interés por la calidad de productos y servicios (16% más que los compañeros más jóvenes), situándose éste a la cabeza del ranking de aspectos más diferenciadores en lo que se refiere a franjas de edad.

Por su parte, en el sector de Bienes de Consumo el factor que presentó más diferencias entre los grupos de edad fue la salud financiera de la empresa, con un 12% más de respuestas de los trabajadores de 40 a 65 años frente a los más jóvenes.

Otros factores que demandaron más los mayores fueron, por ejemplo, en Automoción la seguridad a largo plazo (con un porcentaje superior de un 8%), y los salarios competitivos y una ubicación estratégica (7%). En Bienes de Consumo, la ubicación estratégica (7%) y la seguridad y el contenido interesante del trabajo (6%). En Farmacia y Química, la salud financiera (7%) y a seguridad (5%).

Sectores de actividad más deseados por mujeres y hombres

Los tres sectores más deseados por los candidatos para trabajar en ellos según el estudio internacional Employer Branding a nivel internacional y por segundo año consecutivo son Tecnología y electrónica (48%), y Automoción (46%), seguido de Química y Farmacia (40%), y Bienes de Consumo (38%).

Atendiendo al género, los hombres prefieren generalmente con más frecuencia empleos con un componente técnico, mientras que las mujeres se decantan más por el sector de servicios. Por ejemplo, en España las preferencias de los hombres y mujeres fueron, respectivamente, Electrónica frente a Hostelería y Restauración; y en Italia, para ellos Electrónica y para las féminas Moda y Lujo.

Sin embargo, hay países que rompen esta tendencia. En Alemania las mujeres prefieren Consultoría IT; en la India todos sin excepción se decantan por IT, Comunicaciones, Telecomunicaciones y Telefonía; y en Estados Unidos todos prefieren la Fabricación de productos de alta tecnología.

Por género. Sectores más atractivos donde trabajar

País	Hombres	Mujeres
Bélgica	Farmacia	Farmacia
Francia	Aeronáutica	Medios de comunicación
Alemania	Automoción	Consultoría IT
Italia	Electrónica	Moda y accesorios de lujo
Países Bajos	Química	Salud
Polonia	Energía	Energía
España	Electrónica	Servicios de hostelería y restauración
Reino Unido	Automoción - Aeroespacial	Distribución minorista
Australia	Minería y recursos naturales	Aviación
China	Bienes eléctricos y energéticos	Bienes eléctricos y energéticos
Hong Kong	Turismo / Viajes	Turismo / Viajes
India	IT, Comunicación, Telecomunicaciones y Telefonía	IT, Comunicación, Telecomunicaciones y Telefonía
Japón	Internet y contenidos	Comida / Bebida / Piensos / Tabaco
Nueva Zelanda	Medios de comunicación	Educación y Servicios de formación
Singapur	Hostelería y Servicios turísticos	Hostelería y Servicios turísticos
Argentina	Software y Tecnologías de la Información	Química, Papel y Caucho
Canadá	Alta tecnología	Transporte y Logística
Estados Unidos	Alta tecnología	Alta tecnología

Fuente: Randstad

Sectores que más atraen a jóvenes y mayores

En lo que se refiere a los sectores más atractivos según el grupo de edad, los medios de comunicación, las Administraciones Públicas y los Bienes de Consumo son los más populares entre los trabajadores que superan los 25 años. Por su parte, los jóvenes de 18 a 24 años se ven más atraídos por Internet y las Nuevas Tecnologías, los servicios profesionales y las ingenierías. Por ejemplo, en Italia la franja de menos edad la lidera Electrónica, mientras que a partir de los 25 años los medios de comunicación copan las preferencias.

En algunos países coincide el mismo sector en las tres franjas de edad, como es el caso de España con la Electrónica; Bélgica con Farmacia; Francia con Aeronáutica; Reino Unido con Automoción y Aeroespacial; Argentina con Software e IT; y Canadá y EE.UU. con la Fabricación de Productos de Alta Tecnología.

También se da el caso de países con preferencias distintas para cada grupo de edad. Es el caso de Nueva Zelanda, donde los menores de 24 años prefieren los Servicios Profesionales, los de 25 a 44 por Medios de Comunicación y los mayores de 45 las Administraciones Públicas y Seguridad. En Australia, se decantan por Servicios Profesionales, Bienes de Consumo y Aviación, respectivamente de menor a mayor franja de edad.

Por edad. Sectores más atractivos donde trabajar

Pais	18 - 24 años	25 - 44 años	45 - 65 años
Belgica	Farmacia	Farmacia	Farmacia
Francia	Aeronautica	Aeronautica	Aeronautica
Alemania	Automoción	Automoción	Consultor IT
Italia	Electrónica	Medios de comunicación	Medios de comunicación
Países Bajos	Salud	Salud	Educación
Polonia	Ingeniería mecánica	Energía	Energía
España	Electrónica	Electrónica	Electrónica
Reino Unido	Automoción - Aeroespacial	Automoción - Aeroespacial	Automoción - Aeroespacial
Australia	Servicios profesionales	Productos de consumo diario	Aviación
China	Energía y Telecomunicaciones	Bienes electrónicos y energéticos	Farmacia y Química
Hong Kong	Turismo / Viajes	Turismo / Viajes	Turismo / Viajes
India	IT, Comunicación, Telecomunicaciones y Telefonía	IT, Comunicación, Telecomunicaciones y Telefonía	IT, Comunicación, Telecomunicaciones y Telefonía
Japón	Internet y contenidos	Comida / Bebida / Plantes / Tabaco	Comida / Bebida / Plantes / Tabaco
Nueva Zelanda	Servicios profesionales	Medios de comunicación	Administración Pública y Seguridad
Singapur	Hostelería y Servicios turísticos	Hostelería y Servicios turísticos	Hostelería y Servicios turísticos
Argentina	Software y Tecnologías de la Información	Software y Tecnologías de la Información	Software y Tecnologías de la Información
Canadá	Alta tecnología	Alta tecnología	Alta tecnología
Estados Unidos	Alta tecnología	Alta tecnología	Alta tecnología

Fuente: Randstad

Los informes de Employer Branding están disponibles en las siguientes direcciones:

Internacional.- <http://www.randstad.com/press-room/research-reports>

Nacional.- <http://www.randstad.com/award/employer-branding-insights/country-summaries/randstad-award-spain>

Género.- <http://www.randstad.com/award/employer-branding-insights/global-profile-insights/gender>

Edad.- <http://www.randstad.com/award/employer-branding-insights/global-profile-insights/age>

Automoción.- <http://www.randstad.com/award/employer-branding-insights/global-sector-insights/automotive>

Bienes de Consumo.- <http://www.randstad.com/award/employer-branding-insights/global-sector-insights/fmcs>

Farmacia y Química.- <http://www.randstad.com/award/employer-branding-insights/global-sector-insights/life-sciences-and-chemicals>

Randstad en el mundo y en España

Randstad es líder en soluciones de recursos humanos en Iberia. Nuestra gama de servicios va desde el trabajo temporal y fijo hasta soluciones inhouse, profesionales, selección y reclutamiento y soluciones de recursos humanos. El Grupo Randstad es el segundo mayor grupo de servicios de recursos humanos en el mundo: tiene más de 29.300 empleados en 4.600 oficinas ubicadas en más de 40 países alrededor del mundo. Durante 2012 Randstad Holding obtuvo unas ventas de 17.086 millones de euros. Randstad fue fundada en 1960 y tiene su sede central en Diemen, Holanda. Para más información: www.randstad.es

Departamento Comunicación Randstad	Ignacio Raich	Tel.: 609 27 35 59 prensa@randstad.es
Román y Asociados	Anabel Palacio	Tel.: 91 591 55 00 prensa@randstad.es