

Idiomas y las relaciones públicas, claves para ser contratado por una empresa

Madrid, 29 jun (EFE).- El conocimiento de idiomas, el perfil internacional, las relaciones públicas, el espíritu emprendedor y la educación, presencia y actitud son los aspectos más valorados por las empresas a la hora de contratar a un recién titulado, por delante del conocimiento técnico y las dotes comerciales.

Esta es una de las principales conclusiones del informe "Los perfiles universitarios más demandados por las empresas en España", del IE University y la consultora de comunicación Kreab Gavin Anderson, que señala que las aptitudes que deben mejorar los recién titulados españoles son: la proactividad, autoexigencia, capacidad de trabajo y sacrificio, movilidad geográfica y automotivación.

Este informe, que señala que el 51 por ciento de las empresas encuestadas prefieren que las personas que se incorporen a su entidad no tengan experiencia previa para formales, se ha hecho a partir del envío de cuestionarios dirigidos a los jefes de recursos humanos de cien empresas, entre ellas las incluidas en el IBEX 35.

No obstante, para sus conclusiones, se han recogido las respuestas de 38 empresas, aquellas cuyos responsables de la dirección de recursos humanos contestaron las preguntas.

Así, según el informe, el 86 por ciento de las empresas encuestadas cuenta con programas específicos de formación para los recién licenciados, que los encuestados prefieren sean de las siguientes carreras (por orden): administración y dirección de empresas, otras ingenierías -sin especificar-, ingeniería de sistemas, finanzas, derecho, humanidades, historia y filosofía.

Asimismo, en el ranking de las carreras más demandadas aparece comunicación, psicología, relaciones internacionales y arquitectura.

El 60 por ciento de las empresas en España prefieren ante una nueva contratación que la especialización sea en grado y posgrado (orientados ambos al área del puesto a desarrollar) y en el proceso de selección el 44 y el 39 por ciento considera relevante y muy relevante, respectivamente, el prestigio de la universidad.

La universidad y su prestigio se considera, por tanto, un filtro muy importante de selección de candidatos: el 94 por ciento de las empresas afirma que les es indiferente que sea pública o privada.

De las compañías sondeadas, el 62 por ciento cree que un título de una universidad internacional aporta valor al candidato, si bien el 93 por ciento asegura que este perfil de licenciados en sus empresas representa menos del 50 por ciento y un 64 por ciento tiene menos del 10 por ciento de sus profesionales con posgrado en el extranjero.

Entre los idiomas, el más demandado, el inglés, seguido del francés y el portugués, y el 71 por ciento de las empresas prefiere un titulado con una educación interdisciplinar porque "aprende más rápido", mientras que el cien por ciento piensa que es imprescindible que un estudiante haga prácticas durante sus estudios.

Durante los últimos tres años, la beca y el contrato en prácticas han sido las condiciones laborales más frecuentes para incorporar a recién titulados y la mayoría de empresas cree que esto no cambiará en los próximos cinco años.

Sobre el total de contrataciones previstas para los próximos años, más de la mitad (62 por ciento) afirma que el tanto por ciento total de recién titulados contratados en las empresas será menos del 50 por ciento.

A partir de estos datos, el estudio concluye que es más importante formar personas que formar técnicos, que las empresas buscan empleados proactivos y emprendedores y valoran la internacionalidad, los idiomas y la formación interdisciplinar.

Así lo ha señalado Francisco Mata, decano de estudios de IE University, para quien el Plan Bolonia ofrece un mayor protagonismo a aquellas universidades que deseen diferenciarse y las universidades que defiendan que el conocimiento es la clave, serán cada vez menos relevantes, frente a las que crean que la persona es la clave y el cliente la sociedad, que son las que triunfarán.