

## MERCO ANDALUCÍA. EL VALOR DE LA REPUTACIÓN

**Merco Empresas**  
Las marcas más valoradas por los andaluces

**Merco Personas**  
Los lugares preferidos para trabajar

**Motivaciones**  
Los factores que más valoran los profesionales a la hora de elegir empleo

**Futuro**  
'Teleco' y consultoría, los sectores favoritos de los universitarios

**Comparativa**  
Las diferencias entre el ranking español y el regional

### merco

Monitor Empresarial de Reputación Corporativa



Ayuntamiento de Málaga



Unicaja

Cámara Málaga



1. Abengoa.
2. Puleva.
3. Isofotón.
4. Unicaja.
5. Cajasol.
6. Ferro.
7. Azvi.
8. Serco.
9. Osborne.
10. Mayoral.



INFORME  
**merco2009**  
ANDALUCÍA

**merco**  
Monitor Empresarial de Reputación Corporativa

**SUR**

MERCOS ANDALUCÍA 2009

# El ranking

Los directivos de las mejores empresas para trabajar en Andalucía



**1. Juan M.º Nin**  
Director general de La Caixa



**2. Emilio Botín**  
Presidente del Grupo Santander



**3. Felipe Benjumea**  
Presidente de Abengoa



**4. Antonio Hernández**  
Presidente de Ebro-Puleva



**5. Antonio González**  
Presidente de Administrador de Infraestructuras Ferroviarias (ADIF)



FOTO DE FAMILIA. REPRESENTANTES DE LAS EMPRESAS MEJOR VALORADAS EN ANDALUCÍA POSAN TRAS LA PRESENTACIÓN DEL INFORME MERCOS ANDALUCÍA 2009.

# La reputación, una carrera de fondo

La primera edición de Merco Andalucía pone nombre a las empresas mejor valoradas y a los lugares preferidos para trabajar en la región

NURIA TRIGUERO

Aunque a veces se utilizan como sinónimos, la fama es diferente de la reputación: la primera es inmediata, mientras que la segunda se consigue a largo plazo. Por consiguiente, la fama suele ser efímera, mientras que la reputación es duradera. Muchos años de buen hacer se esconden detrás de las empresas que han conseguido figurar en 'Merco Empresas' y 'Merco Personas', dos rankings que identifican, respectivamente, a las compañías con mejor reputación corporativa y a los mejores lugares para trabajar. El prestigioso estudio, elaborado por la consultora Villafañe y Asociados y el instituto Análisis e Investigación bajo la dirección del catedrático de la Universidad Complutense de Madrid Justo Villafañe, presentó ayer su primera edición andaluza en Málaga.

El 'top ten' de la reputación corporativa en Andalucía está representado por Abengoa, Puleva, Isofotón, Unicaja, Cajasol, Ferro, Azvi, Serco, Osborne y Mayoral. Así lo reveló ayer Justo Villafa-

ñe en la presentación de 'Merco Andalucía 2009', que se celebró en la finca Hacienda El Álamo en un acto organizado por SUR y en el que colaboraron la Confederación de Empresarios de Málaga, Unicaja, el Ayuntamiento de Málaga y la Cámara de Comercio, atrayendo la asistencia de numerosas personalidades de la política, las finanzas y el empresario andaluz.

Otra clasificación no menos importante es la protagonizada por las mejores empresas para trabajar en Andalucía. Un ranking que está liderado por una caja y un banco, La Caixa y Santander. El resto de las diez primeras posiciones de 'Merco Perso-

nas' está ocupada por Abengoa, Puleva, Adif, Deloitte, Covap, Unicaja, Mapfre y la Junta de Andalucía, por este orden.

Villafañe destacó ayer la importancia de esta primera edición regional de Merco, encuadrada en la voluntad de «internacionalizarlo, pero a la vez regionalizarlo». «Este estudio quiere ser global, pero también cercano a la realidad de los ciudadanos de las 17 comunidades autónomas españolas», anunció.

## Riguroso e independiente

La misión del Monitor Español de Reputación Corporativa es, según su fundador, «evaluar la reputación de las empresas de manera rigurosa e independiente, con el fin de promover su mejora continua y, con ello, el desarrollo de la sociedad». Un objeti-

**Los andaluces quieren trabajar en una firma grande, española y conocida**

vo que afirmó compartir el director general de Prensa Malagueña, Jesús Alloza, al dar la bienvenida al acto y presentar a Justo Villafañe.

Las variables que evalúa Merco para la clasificación de las compañías son los resultados económico-financieros, la calidad de la oferta comercial, la reputación interna y calidad laboral, la ética y responsabilidad social corporativa, la dimensión internacional y la innovación. Para ello se realizan encuestas a cuatro colectivos diferentes: población general, universitarios, antiguos alumnos de escuelas de negocios y trabajadores.

El estudio 'Merco Personas' revela, además de las compañías preferidas para trabajar en la región, las cualidades que para los andaluces son clave a la hora de definir a su empresa ideal. «Si tuviéramos que hacer un retrato robot de la compañía que buscan los andaluces, sería una empresa grande, española, conocida por el gran público, que tenga un jefe delegador, que prime el trabajo en

# El ranking



## La conciliación de la vida familiar es un factor cada vez más valorado

equipo, cuyo trabajo se desarrolle a menudo fuera de la oficina, que tenga un ambiente de trabajo más bien formal, que ofrezca seguridad por encima de grandes retribuciones, que permita conciliar la vida familiar y profesional, que tenga un salario fijo garantizado aunque no sea muy alto y que centre su actividad en la producción y comercialización de productos y servicios a los consumidores», detalló Justo Villafaña.

La comparación de estos datos con la edición nacional de Merco revela detalles significativos, como por ejemplo que los andaluces dan más importancia a la conciliación de la vida personal –lo citan como factor importante el 86% de los encuestados, frente al 82,6% de media nacional– y a la delegación de poder por parte del jefe –83,8% frente a 79,4%–. Además, curiosamente, el 74% prefiere un ambiente de trabajo formal, frente al 66,7% del resto del país.

## Responsabilidad social

Para el alcalde de Málaga, Francisco de la Torre, la elaboración de un estudio como Merco, que mide la «buena fama» de las empresas, es más oportuna que nunca en tiempos difíciles. «Espero que estos rankings motiven a las empresas andaluzas a hacer los esfuerzos de imaginación, austeridad y responsabilidad necesarios para que empecemos a remontar la crisis», señaló tras escuchar los detalles del informe. El regidor animó a los empresarios a emprender el camino de la responsabilidad social corporativa y a «competir por triunfar no sólo en lo económico. «Eso es algo que los clientes al final perciben y valoran», concluyó.

Por su parte, el presidente de la Confederación de Empresarios de Málaga, Vicente García, aseguró que rankings como los de Merco «son necesarios porque motivan a los empresarios para mejorar su gestión». Sin embargo, también destacó la labor de las «millones de pymes» que no aparecen en ninguna clasificación empresarial debido a su tamaño.

Para García, resulta esperanzador que los andaluces elijan como lugares favoritos para trabajar a compañías innovadoras, puesto que eso significa que poco a poco va quedando atrás la «cultura funcional». «Lo más importante es ser creativo, porque la empresa está obligada a cambiar permanentemente para adaptarse a los continuos cambios de la sociedad».

## El alcalde animó a competir «no sólo por triunfar en lo económico»



ALCALDE. FRANCISCO DE LA TORRE ANIMÓ A COMPETIR A LAS EMPRESAS.



SALUDO. JOSÉ ANTONIO FRÍAS, DIRECTOR DE SUR (IZDA.), Y JUSTO VILLAFÁNE.

## Universitarios

### El futuro

Los universitarios andaluces lo tienen claro: el futuro está en las nuevas tecnologías y en la sociedad del conocimiento. Los sectores más atractivos para los estudiantes que han participado en la elaboración del informe 'Merco Personas' a nivel regional son las telecomunicaciones, la consultoría y las escuelas de negocios. Una elección que contrasta con la edición nacional del estudio, que señala la consultoría, los medios de comunicación y los bancos como actividades preferidas.

«Los sectores más deseados por los estudiantes andaluces para trabajar son los de la sociedad del conocimiento», destacó el director de Merco, Justo Villafaña. De hecho, entre sus empresas favoritas figuran Microsoft, Sony o IBM. Así, el cambio de modelo económico del que tanto hablan los políticos se refleja ya de forma espontánea en la mentalidad de la futura generación de profesionales andaluces. Los factores que los alumnos consideran más importantes en el trabajo son mantener una buena relación con los mandos inmediatos, percibir un salario adecuado y que la dirección esté ocupada por profesionales con buena reputación, por este orden.



6. Fernando Ruiz  
Presidente de Deloitte



7. Ricardo Delgado  
Presidente de Covap



8. Braulio Medel  
Presidente de Unicaja



9. José Manuel Martínez  
Presidente de Mapfre



10. José Antonio Griñán  
Presidente de la Junta de Andalucía

MERCO ANDALUCÍA 2009

# La galería



HUGO FERRÉ, VICENTE GARCÍA Y CAROLINA ESPAÑA.



JOAQUÍN CESTINO, MANUEL DOMÍNGUEZ, JOSÉ ANTONIO FRÍAS Y PEDRO RODRÍGUEZ C.



CARMEN ACOSTA, DOLORES FERNÁNDEZ, BUSTINDUY, PILAR SERRANO Y REMEDIOS MARTEL.



E. MARTÍNEZ, R. FUENTES, F. RUIZ, M. J. FERRER Y E. PALOMO



JESÚS ALONSO Y CARMEN CAMACHO.



PEDRO MARTÍN, FÁTIMA CORTÉS, FRANCISCO VERA, FRANCISCO DE LA TORRE Y CELIA CARRIÓN.

## MERCO ANDALUCÍA 2009

# La galería

**Isabel Lopez Triana**  
Socia de Villafañe & Asociados

## Reputación... ¿Pero qué es la reputación corporativa?

La reputación corporativa es, probablemente, el fenómeno de mayor trascendencia en el management actual debido a varias causas que han coincidido en un corto periodo de tiempo: la globalización de la economía, que exige un sólido respaldo corporativo a las actividades de las empresas en entornos diversos; la indiferenciación de los mercados a causa del exceso de la capacidad productiva y de la homogeneidad de la oferta de productos y servicios; las crisis empresariales producidas por la transgresión de ciertos principios éticos en algunas corporaciones; los nuevos valores empresariales que están propiciando una evolución hacia otra lógica empresarial en donde la responsabilidad social de las empresas es sin duda un factor de éxito, los riesgos que una nueva comunicación global entrañan en forma de rumores o de campañas negativas, son algunas de las causas que explican esta emergencia de la reputación corporativa.

Pero exactamente ¿qué es la reputación corporativa? La reputación es el reconocimiento que los grupos de interés, de una empresa hacen de su comportamiento corporativo a partir del grado de cumplimiento de sus compromisos con relación a sus clientes, empleados, accionistas si los hubiere, y con la comunidad en general. En suma, la reputación es la cristalización de la imagen corporativa de una entidad cuando ésta es el resultado de un comportamiento corporativo excelente, mantenido a lo largo del tiempo, que le confiere un carácter estructural ante sus públicos estratégicos.

Hoy nadie duda que la reputación aumenta el valor de las empresas. Incluso se mencionan reiteradamente las cinco fuentes de dicho valor y se aportan evidencias empíricas para justificar por qué la reputación: uno, atrae inversiones; dos, diferencia la oferta comercial; tres, capta y conserva el talento en las organizaciones; cuatro, minora la pérdida de valor de la empresa cuando ésta tiene una crisis y, cinco, constituye el factor de liderazgo más efectivo, mucho más que el tamaño o la capitalización bursátil siempre y cuando exista una masa crítica suficiente con relación a estas dos magnitudes.

Precisamente para poder medir y analizar el comportamiento corporativo, surgió en el año 2000, Merco (Monitor Empresarial de Reputación Corporativa), como un proyecto de investigación universitaria en la cátedra del profesor Villafañe en la Universidad Complutense y con la clara misión de evaluar la reputación de las empresas de manera rigurosa e independiente para contribuir a la mejora de su gestión corporativa y a la creación de valor para todos sus grupos de interés.

Merco elabora seis monitores de reputación en España:

1. mercoEMPRESAS. Las empresas con Mejor reputación en España
2. mercoLÍDERES. Los líderes con mejor reputación
3. mercoMARCAS. Las marcas con mejor reputación
4. mercoPERSONAS: las mejores empresas para trabajar
5. mercoCIUDAD: las ciudades con mejor reputación
6. TRACKINGmerco (cuatrimestral)

4. mercoPERSONAS: las mejores empresas para trabajar

5. mercoCIUDAD: las ciudades con mejor reputación

6. TRACKINGmerco (cuatrimestral)

Hoy Merco se está internacionalizando y, a la vez, se hace un monitor local, con la presentación, por primera vez, de las empresas con mejor reputación en Andalucía y las mejores empresas para trabajar (mercoPersonas).

### ¿Cómo se realiza?

El Monitor Empresarial de Reputación Corporativa, Merco, es el resultado de una compleja y plural evaluación en cuatro etapas: La primera ofrece los resultados de una encuesta a un universo de 15.000 directivos empresariales, donde se les pregunta por las empresas con mejor reputación corporativa en base a las siguientes seis variables: Resultados económico financieros, Calidad de la oferta comercial, Reputación interna y calidad laboral, ética responsabilidad social corporativa, Dimensión internacional de la empresa e Innovación, que reduce a un ranking provisional de 100 empresas y líderes el universo empresarial en España. La segunda integra los resultados del Tracking Merco que recoge las valoraciones que 10.500 consumidores hacen de la reputación de nuestras empresas. La tercera es una valoración de expertos: analistas financieros, representantes de ONGs, asociaciones de consumidores, sindicatos y líderes de opinión. Además, se incorporan los resultados de Merco Personas que identifica las mejores empresas para trabajar en España. La cuarta y última es una evaluación directa, mediante un 'cuestionario de méritos' de las cien empresas del ranking provisional por parte de los técnicos del instituto responsable del trabajo de campo.

Merco Personas analiza cuáles son las mejores empresas para trabajar en España en base a una metodología integral que aglutina seis evaluaciones: una encuesta sobre reputación interna a 7.100 empleados, una encuesta a 1.000 estudiantes universitarios, una encuesta a 500 antiguos alumnos de escuelas de negocio, una encuesta de 1.120 casos a población general, una encuesta a 73 directores de RR.HH, una comparativa de las políticas de gestión de personas entre 89 empresas.

El conjunto de estas métricas facilitará a las empresas una radiografía de su situación reputacional, tanto a nivel de percepción externa como interna. Un dato sobre el que basar estrategias de recuperación o mantenimiento.

En todo caso, la evolución de la reputación en un ciclo negativo, como el que vivimos, puede ser el origen de lamentos por no haberse preocupado de gestionar el intangible reputación en épocas de bonanza o puede ser, y éste es el auténtico valor de una política reputacional seria, un plus de tranquilidad si el manejo de los vectores que configuran la reputación ha sido una preocupación real y no cosmética.



OLIVA.



BALDOMERO ROMERO Y JERÓNIMO LÓPEZ CASERO.



LUIS DE LA MAZA, M. MARMOLEJO, FRANCISCO RODRÍGUEZ Y F. SALAS.

MERCOS ANDALUCÍA 2009

## El ranking regional

# Liderazgo con raíces andaluzas

El protagonismo que ostenta el sector agroalimentario en Andalucía se refleja en su listado de empresas con mejor reputación

### SUR

Dos empresas volcadas en el desarrollo sostenible, una agroalimentaria y las dos principales cajas de ahorros de la región. De esta pasta está hecho el 'top 5' del

ranking de reputación corporativa Merco Empresas, en su versión andaluza. Abengoa, Puleva, Isofotón, Unicaja y Cajasol ponen nombre a los números.

Una elección que no es casual, sino que puede interpretarse como la visión de futuro que tienen los andaluces de su entorno económico más cercano. Para los miles de encuestados –repartidos en grupos de población general, universitarios, trabajadores, directivos y población informada–, la tecnología, las energías renovables y las entidades financieras están llamadas a liderar la economía andaluza; una idea que no se aleja demasiado de ese «nuevo modelo económico» que busca el gobierno andaluz.

Si hubiera que destacar una singularidad del ranking anda-



YBARRA Y HOJIBLANCA REPRESENTAN AL SECTOR DEL ACEITE EN EL RANKING.

luz respecto a su homólogo nacional, podría ser la destacada presencia del sector agroalimentario, reflejo de su importancia en la economía regional. Fabricantes de productos de alimentación como Puleva, Osborne, Covap, Ybarra y Hojiblanca figuran entre las veinte empresas con mejor fama, junto a cadenas de distribución como Grupo Hermanos Martín (Supermercados MAS) y Covirán. En cambio, sólo dos empresas del ladrillo –la constructora Azvi y la promotora Ferrosuelan en el ranking.

El listado de las veinte mejores empresas para trabajar en Andalucía –Merco Personas– también cuenta con una buena avanzada del sector alimentario, con firmas como Puleva y Covap –que hacen doblete– o Cervezas Alhambra, Cruzcampo y SOS Cuétara. En esta clasificación, sin embargo, gana enteros la seguridad y la solidez de la banca. De hecho, el ranking está liderado por La Caixa. Santander, Unicaja, Cajasol y Caja Granada son las entidades mejor valoradas después de la caja catalana.

No obstante, la visión de la empresa perfecta para trabajar es muy diferente según el colectivo consultado. Así, la población general opina que Santander, La Caixa y Siemens son, por este orden, las mejores opciones. En cambio, los estudiantes universitarios andaluces ponen en primera posición a la multinacional tecnológica Microsoft, seguida por Santander y BBVA. El colectivo denominado 'población informada' –integrado por estudiantes universitarios, diplomados o licenciados– se decanta por dos agroalimentarias, Puleva y Covap, y a la mayor entidad financiera andaluza, Unicaja. Por último, los trabajadores ficharían por Abengoa, La Caixa o Santander.

### Factores de motivación

Para los trabajadores andaluces, la motivación y el reconocimiento suponen un factor más importante que el propio salario a la hora de elegir su empresa ideal. Y eso es un factor de diferenciación entre Andalucía y el resto de España, donde el salario es el segundo punto en importancia después de las oportunidades de desarrollo profesional, mientras que en la región es el tercero, por detrás de la motivación.

Los universitarios andaluces también tienen prioridades distintas a los del resto del país. Así, mantener una buena relación con los mandos inmediatos es el factor más importante para ellos, mientras que a nivel nacional es el tercero, por detrás del salario y del desarrollo profesional. Su sector preferido es el de telecomunicaciones, que está en cuarto lugar en el ranking español.

**Sólo dos empresas constructoras se cuelan en la lista**



LOS ANDALUCES DESEAN TRABAJAR EN LA BANCA.

#### MERCOS EMPRESAS

(LAS EMPRESAS CON MEJOR REPUTACIÓN CORPORATIVA EN ANDALUCÍA)

1	Abengoa
2	Puleva
3	Isofotón
4	Unicaja
5	Cajasol
6	Ferro
7	Azvi
8	Serco
9	Osborne
10	Mayoral
11	Covap
12	Grupo Hnos. Martín (Supermercados MAS)
13	Covirán
14	Cosentino
15	Canal Sur
16	Ybarra
17	Victorio y Lucchino
18	Hojiblanca
19	Caja Granada
20	Cajamar

#### MERCOS PERSONAS

(LAS MEJORES EMPRESAS PARA TRABAJAR EN ANDALUCÍA)

1	La Caixa
2	Santander
3	Abengoa
4	Puleva
5	Adif
6	Deloitte
7	Covap
8	Unicaja
9	Mapfre
10	Junta de Andalucía
11	Repsol
12	Cerveza Alhambra
13	CLH
14	SOS Cuétara
15	Sanitas
16	Cajasol
17	Cruzcampo
18	Endesa
19	Canal Sur
20	Caja Granada

MERCADO ANDALUCÍA 2009

# El ranking español

## LAS 100 MEJORES EMPRESAS PARA TRABAJAR

Puesto 2009	Empresa	Puesto 2009	Empresa	Puesto 2009	Empresa	Puesto 2009	Empresa
1	La Caixa	26	Nestlé	51	Unión Fenosa	76	Prisa
2	Microsoft	27	Mutua Madrileña	52	Iberia	77	Caixa Catalunya
3	Iberdrola	28	Red Eléctrica de España	53	KPMG	78	Allianz
4	BBVA	29	PwC	54	Esade	79	BP
5	Santander	30	Sony	55	Cepsa	80	Ericsson
6	Repsol	31	ING Direct	56	Adecco	81	SOS
7	Caja Madrid	32	AC	57	Sabadell	82	Lilly
8	Telefónica	33	Caja Navarra	58	Basf	83	Agbar
9	Mercadona	34	Abengoa	59	MRW	84	Atos Origin
10	Inditex	35	Vodafone	60	Sol Meliá	85	BSH
11	Google	36	Indra	61	IESE	86	EAE
12	El Corte Inglés	37	Novartis	62	Abertis	87	Planeta
13	Danone	38	Renfe	63	DKV	88	Grupo Vips
14	Siemens	39	Garrigues	64	Esic	89	Orange
15	Coca-Cola	40	Gas Natural	65	Adeslas	90	Carrefour
16	Mapfre	41	Ikea	66	P & G	91	Globalia
17	Sanitas	42	IE	67	Eroski	92	Schneider
18	Deloitte	43	Adif	68	Gamesa	93	Holcim
19	Endesa	44	ACS	69	CLH	94	Bayer
20	NH	45	Popular	70	FCC	95	Vocento
21	IBM	46	Bankinter	71	Pascual	96	Dow
22	Acciona	47	Kutxa	72	Once - Fundosa	97	Cémex
23	Accenture	48	HP	73	GE	98	Tarradellas
24	Bancaja	49	Ferrovial	74	Mango	99	Roche
25	L'Oréal	50	Banesto	75	Nokia	100	Alsa

# Los gigantes nacionales mantienen su atractivo



EN EL 'RANKING' ESTÁN REPRESENTADOS CASI TODOS LOS BANCOS Y VARIAS CAJAS.

Entre las diez empresas preferidas para trabajar por los españoles sólo hay una extranjera, Microsoft. La banca es el sector más deseado

### SUR

Los españoles prefieren trabajar para grandes empresas, entidades financieras y multinacionales. Pero, eso sí, prefieren el producto nacional. Es una de las conclusiones que se deduce del último informe 'Merco Personas' elaborado por la consultora Villafañe & Asociados y el instituto Análisis e Investigación. En el 'ranking' de las cien mejores empresas para trabajar, sólo una extranjera, se cuelga en el 'top ten', Microsoft. Eso sí, muy bien situada en el segundo puesto.

Desde que arrancaran estos estudios en 2006, la multinacional informática se ha disputado el primer puesto con la mayor caja de

### LA POBLACIÓN SE DECANTA POR LAS EMPRESAS

ahorros del país, La Caixa. El resto del 'top ten' se reparte entre otras entidades financieras (BBVA, Santander y Caja Madrid), empresas energéticas (Iberdrola y Repsol), gigantes de la telefonía (Telefónica), la distribución alimentaria (Mercadona) y el sector textil (Inditex).

El 'ranking' de las mejores empresas para trabajar se caracteriza por su estabilidad. Y es que las primeras clasificaciones permanecen casi en las mismas manos año tras año. Desde 2006, sólo 14 compañías han pasado por el exclusivo grupo de las diez primeras, y siete de ellas nunca lo han abandonado. Si centramos la comparación entre los años 2008 y 2009, la estabilidad en los primeros puestos de la lista es aún mayor. Ninguna empresa ha entrado o salido del 'top ten' y el mayor movimiento lo ha protagonizado Iberdrola, que ha escalado del noveno al tercer lugar.

### Sector bancario

Destaca la fuerte presencia del sector financiero en el listado, ya que prácticamente ningún banco de ámbito nacional se queda fuera del mismo. Asimismo, las principales cajas de ahorro de cada región figuran entre las cien empresas favoritas para trabajar. Bancaja (puesto 24), ING Direct (31), Caja Navarra (33), Popular (45), Bankinter (46), Kutxa (47), Banesto (50), Sabadell (57) y Caixa Catalunya (77) son algunas de las en-





GRANDES Y CONOCIDAS PARA EL PÚBLICO.

MERCO ANDALUCÍA 2009

# El ranking español

## La Caixa y Microsoft se disputan el primer puesto cada año

tidades que destacan entre las preferencias de los españoles.

Desde que la iniciativa Merco empezara a tomar forma en el año 2000 con un proyecto de investigación universitaria, poco a poco se ha ido consolidando como uno de los monitores de reputación corporativa de referencia, junto a los que publican 'Fortune' y 'Management Today'. Las variables que evalúa el estudio se basan en los resultados económico y financieros de cada empresa, la calidad de la oferta comercial, la reputación interna, la ética y responsabilidad social corporativa, la dimensión internacional de la compañía y su grado de innovación.

Merco en un buen indicador sobre las preferencias de los españoles desde el punto de vista laboral. Así, podría decirse que el perfil ideal de empresa para la población en general es el de una compañía grande (así lo afirman un 70,3% de los encuestados), nacional (69,7%), conocida para el gran público (86,6%), que prime el trabajo en equipo (86,6%), que permita conciliar la vida familiar y profesional por encima de la media (82,6%) y que ofrezca una buena seguridad laboral, aunque el salario no sea demasiado alto (75,3%).

### El sueldo, mejor fijo

Además, un 63,5% desearía un trabajo que a menudo exija desplazarse fuera de la oficina, un 76,8% prefiere una actividad basada en la producción y comercialización de servicios o productos (frente al 23,2% que prefiere acciones de consultoría) y un 55,5% se decanta por un salario fijo y garantizado aunque no sea muy alto (el 44,5% prefiere un sueldo variable por objetivos con posibilidad de ganar más). Las medidas de conciliación laboral son también cada vez más valoradas, siendo la flexibilidad horaria la más deseada (por un 29%), seguida del teletrabajo (16%) y la jornada reducida (11%).

Por otro lado, el informe Merco revela cuáles son los factores prioritarios de los ciudadanos a la hora de decantarse por un trabajo. En este apartado, se establece una distinción entre los trabajadores y los universitarios. Para los primeros, lo más importante (por este orden) son el desarrollo profesional y la promoción interna, el percibir un salario coherente con la función desempeñada, la motivación y el reconocimiento de su labor y la flexibilidad horaria combinada con acciones de conciliación de la vida personal y profesional.

Por su parte, los estudiantes universitarios sitúan como principal prioridad el salario, seguido del desarrollo profesional, el

## Ficha técnica

**Encuesta a población general:** 1.200 casos, con un margen de error de 2,87% y un nivel de confianza del 95,5.

**Encuesta a universitarios:** 1.000 casos, con un margen de error del 3,16% y un nivel de confianza del 95,5.

**Encuesta a antiguos alumnos de escuelas de negocio:** 1.000 casos, con un margen de error del 3,16% y un nivel de confianza del 95,5.

**Encuesta a trabajadores:** 6.900 casos, con un margen de error del 1,16% y un nivel de confianza del 95,5.

**Tipos de entrevista:** 'On line' y telefónica (población general, alumnos de escuelas de negocio y trabajadores) y entrevistas personales (universitarios).

**Benchmarking:** Información procedente de 89 empresas.

**Responsables y expertos en recursos humanos:** Información procedente de 83 expertos y responsables.

**Trabajo de campo:** Entre marzo y junio de 2008.

mantener una buena relación con los mandos inmediatos, la motivación y reconocimiento y, en quinto lugar, los valores éticos y profesionales de la empresa.

El estudio profundiza en las motivaciones de los jóvenes universitarios españoles, que se decantan por Microsoft como la compañía ideal para trabajar. Le siguen tres entidades financieras (Santander, BBVA y La Caixa, por este orden), Sony, Coca-Cola, Telefónica, Inditex, NH Hoteles e IBM. Sin embargo, la respuesta cambia cuando se les pregunta por los sectores más atractivos. En este caso, los estudiantes preferirían encontrar empleo en el ramo de la consultoría, seguido de los medios de comunicación, la banca, las telecomunicaciones y las escuelas de negocio. Sin embargo, ninguna empresa de los dos primeros sectores mencionados ni del último figuran en el 'ranking' de los universitarios.

Los canales de búsqueda de empleo más utilizados por los jóvenes son las páginas web especializadas (las utilizan un 54,1%), los contactos personales (39,5%) y el envío de currículos a empresas concretas (35,1%).

## Consultoría y comunicación, sectores preferidos por los jóvenes

### LOS FACTORES MÁS IMPORTANTES PARA LOS TRABAJADORES

1. Desarrollo profesional y promoción interna.
2. Percibir un salario coherente con la función desempeñada.
3. Motivación y reconocimiento.
4. Flexibilidad de horario y conciliación de la vida personal y profesional.
5. Mantener una buena relación con los mandos inmediatos.
6. Que las oportunidades de desarrollo sean las mismas para hombres y mujeres.
7. Los valores éticos y profesionales de la empresa.
8. La identificación personal con el proyecto empresarial.
9. Que los cargos de alta dirección sean profesionales con buena reputación.
10. Que la empresa tenga una imagen/reputación positiva en la sociedad.

### LOS FACTORES MÁS IMPORTANTES PARA LOS ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS

1. Percibir un salario coherente con la función desempeñada.
2. Desarrollo profesional y promoción interna.
3. Mantener una buena relación con los mandos inmediatos.
4. Motivación y reconocimiento.
5. Los valores éticos y profesionales de la empresa.
6. Que las oportunidades de desarrollo sean las mismas para hombres y mujeres.
7. La identificación personal con el proyecto empresarial.
8. Que la alta dirección esté compuesta por profesionales con buena reputación.
9. Que la empresa tenga una imagen/reputación positiva en la sociedad.
10. Flexibilidad horaria y acciones para conciliar la vida personal y profesional.