

FIRSTJOB

LAS MEJORES EMPRESAS PARA HACER LA PRÁCTICA PROFESIONAL

El estudio Best Internship Experiences, realizado por FirstJob, recogió la opinión de los practicantes de más de 90 compañías y determinó cuáles son las firmas que ofrecen mejores experiencias para ellos.

POR C. MARÍN Y A. CAMPILAY

Alrededor de 2.800 practicantes de más de 90 empresas participaron de la octava versión del estudio Best Internship Experiences (BIE), que tiene como propósito identificar a las mejores empresas para practicantes en 14 países de Latinoamérica.

En el país, L'Oréal Groupe Chile, Generadora Metropolitana y la Asociación Chilena de Seguridad (ACHS) lideran la medición, mientras que en la categoría BIE NEXT –acotado a compañías con una muestra menor a 15 practicantes– el ranking se encabezó por Ford, Unilever y SAAM.

El estudio considera preguntas cuantitativas que evalúan los niveles de satisfacción de los practicantes –mediante una escala de Likert– en cinco dimensiones: aprendizaje y desarrollo, talento, ambiente laboral, liderazgo y beneficios, cada una con un máximo de 20 puntos. Las empresas reconocidas “cuentan con un programa de prácticas que considera diferentes etapas enfocadas en el crecimiento profesional: programas de inducción, roles con objetivos definidos, acompañamiento y oportunidades de desarrollo”, explica la chief sales officer y cofundadora de FirstJob, Sofía Giraudo. Además, destaca que estas firmas comunican su cultura organizacional en redes sociales e integran a los practicantes

como parte activa de sus equipos, no solo como apoyo operativo.

La medición también revela que, al momento de elegir un lugar para realizar la práctica profesional, los estudiantes priorizan el aprendizaje y desarrollo (32%), seguido por la imagen de la empresa (22%) y el ambiente laboral (15%). “Chile se posiciona entre los cinco países con mejores resultados”, valora Giraudo, y plantea que el alto porcentaje en la primera dimensión refleja que el promedio de las empresas están trabajando estos aspectos porque son relevantes para los practicantes.

Por otra parte, en comparación con otros países de la región, “Chile no destaca en beneficios”, dice la ejecutiva. Esto, asegura, se debe a factores como, por ejemplo, el hecho de que no todas las empresas entregan un “kit de bienvenida”. De hecho, según BIE 2025, 81% de los practicantes en el país no lo reciben. No obstante, los practicantes chilenos sí mencionan beneficios como horarios flexibles, cursos o talleres, trabajo remoto y beneficios de alimentación. En este último punto, el informe muestra que en un 50%

de los casos la empresa provee de casino o comedor, un 36% de las compañías entrega un monto mensual y un 14% no entrega este beneficio.

Otro de los elementos que contempla la medición sobre las condiciones en las cuales se desarrolla la práctica es el código de vestimenta, donde un 50% de las empresas a nivel general fueron identificadas con un código business casual, un 48% mantiene la libre elección y solo un 2% exige ropa formal.

29%
DE LOS PRACTICANTES EN CHILE RECOMENDARÍA LA EMPRESA DONDE HIZO LA PRÁCTICA POR EL APRENDIZAJE Y DESARROLLO OBTENIDO.

RANKING BEST INTERNSHIP EXPERIENCES CHILE 2025

1	L'ORÉAL GROUPE CHILE
2	GENERADORA METROPOLITANA
3	ACHS
4	WOM
5	COOPEUCH
6	ARAMARK
7	BEIERSDORF
8	BUK
9	SEGUROS SURA
10	KPMG
11	HATCH
12	AGROSUPER
13	ALBEMARLE CORPORATION
14	CENCOSUD SCOTIABANK
15	GRUPO SAESA
16	ITAÚ
17	TPS VALPARAÍSO
18	TECK
19	BRASS
20	METRO DE SANTIAGO
21	TRANSELEC
22	SCHNEIDER ELECTRIC
23	WALMART
24	LIDER BCI
25	BANCO BICE
26	EFE TRENES DE CHILE
27	ENAEX
28	NESTLÉ
29	CENCOSUD
30	CCU
31	PARES&ALVAREZ
32	PEDIDOSYA
33	BK SERVICIOS FINANCIEROS
34	CMPC
35	GRUPO BIMBO - IDEAL

Impacto y oportunidades de mejora

Evaluar la experiencia de las prácticas profesionales es importante porque ayuda a “trabajar ejes estratégicos que permitan atraer y retener talento”, señala Giraudo. A su juicio, se trata de un momento clave de la empleabilidad, ya que es el primer contacto de los futuros profesionales con el mundo laboral y una buena práctica entrega herramientas técnicas, trabaja habilidades blandas y proyecta el desarrollo profesional en la empresa, mientras que una mala experiencia puede desincentivar la permanencia en el sector, limitar el aprendizaje y dañar la marca empleadora.

“Hay un interés creciente por mejorar los programas de prácticas”, reconoce la chief sales officer y cofundadora de FirstJob, mientras detalla que actualmente las empresas comprenden que la experiencia de práctica incide en la fidelización, por lo que generan planes estratégicos para reconocer talentos desde el primer contacto.

Así, bajo la mirada de Giraudo, el desafío está en fortalecer los programas de prácticas para transformarlos en experiencias formativas, lo cual, asegura, requiere inversión en capacitación, diseño de roles con propósito, seguimiento y una estrategia clara de marca empleadora.