



TREND GENERACIÓN Z

INFORME

EMPLOYMENT[®]
TRENDS
USIL

2023 Informe Employment Trends USIL
Trend Generación Z

BIENVENIDA

¿Cómo se encuentra el mercado laboral ahora?

Desde la modalidad remota y la aparición del trabajo híbrido, son ahora los colaboradores quienes eligen, y las empresas quienes se adaptan a estos cambios.

La necesidad de ofertar puestos con horarios flexibles y modalidad híbrida es una realidad que muchas empresas van adoptando, además de invertir en la motivación, bienestar y salud mental de sus colaboradores.

Por ello desde USIL, nos hemos interesado en investigar **¿qué panorama presenta la empleabilidad a futuro y qué características tiene esta generación?**

Frente a ello nace **Employment Trends USIL**, una marca registrada que busca, mediante un sistema de investigaciones propio, presentar las principales tendencias de alcance nacional e internacional que tienen impacto en el mercado laboral.

En este informe analizaremos a la Generación Z, tendencia que busca conocer gustos, percepciones y preferencias de los jóvenes nacidos entre el año 1997 y 2012 que están insertándose en el mercado laboral actualmente.

Te invito a conocer los hallazgos más relevantes y sobre todo a enriquecer tu rol como líder o parte de un equipo con jóvenes de esta generación.

Agradezco la participación de nuestros empleadores aliados, quienes han brindado su opinión y estrategias para desarrollar al talento en el presente informe.

Gracias a Mariella Escarcena, Senior People Manager de NTT Data, uno de los 10 principales proveedores mundiales de servicios de TI que opera en más de 50 países.

También destaco la participación de Danitza Campos, CEO de Brand Consulting, especialista en Talento Humano y destacada por contribuir al conocimiento de Recursos Humanos por HR Influencers.



MARIELLA SÁNCHEZ

VP de Talento y Cultura
en la Corporación
Educativa USIL



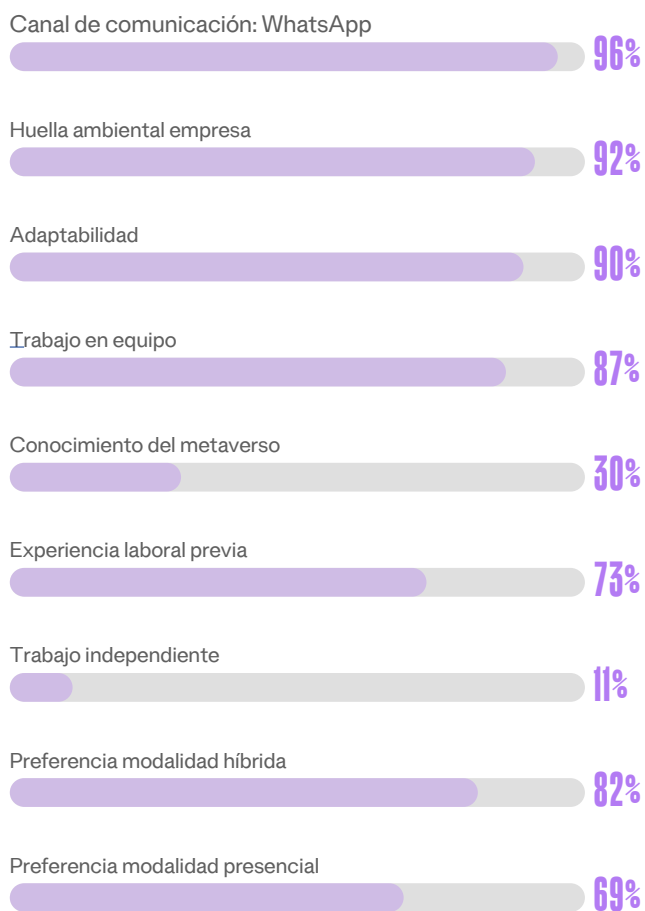
PERFIL DE LA GEN Z QUE PARTICIPÓ EN EL ESTUDIO EMPLOYMENT TRENDS USIL

“

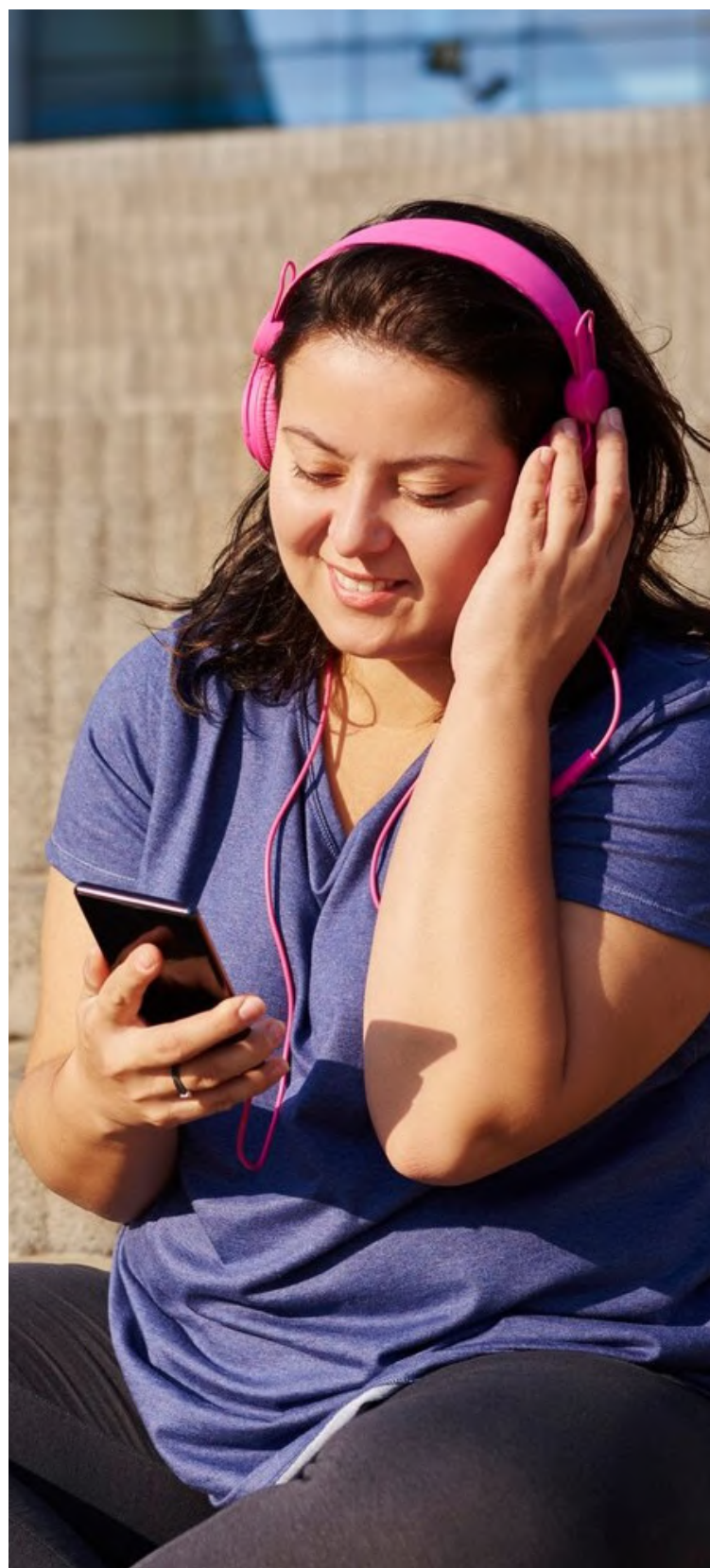
Con respecto a los jóvenes participantes de la Generación Z: participó en un 56% el género femenino y en un 44% el género masculino. Dentro de la investigación el 76% cuenta con experiencia laboral previa y/o actual, lo cuál nos demuestra que dicha generación ya se ha insertado considerablemente en las industrias, facilitando el análisis para nuestra investigación.

”

CARACTERÍSTICAS DE LA GEN Z



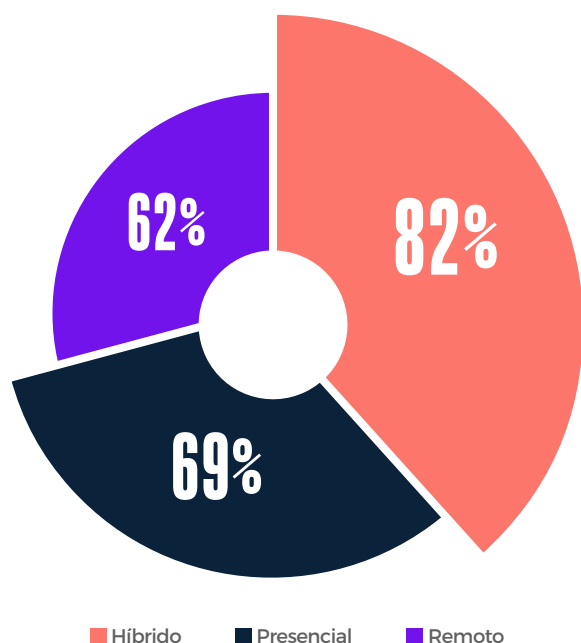
Fuente Employment Trends USIL, 2022.



LA GENERACIÓN Z Y SU ENTORNO LABORAL

La modalidad de trabajo remota dio un giro de 180° a nuestra realidad laboral, el trabajar desde casa despertó realidades positivas y negativas a la vez, pero hoy en día **¿es viable mantener el trabajo remoto para las nuevas generaciones?**

PREFERENCIA DE LA MODALIDAD DE TRABAJO



Fuente Employment Trends USIL



MARIELLA ESCARCENA

Senior People Manager
en NTT DATA



De acuerdo con el estudio **Employment Trends USIL**, **8 de cada 10 jóvenes** de la generación Z prefiere optar por la modalidad híbrida. Además, el 70% prefiere la presencialidad antes que el trabajo remoto.



¿A qué se debe esto?, ¿qué acciones deberían tomar las empresas para poder atraer y retener al talento joven?

En NTTDATA el 35% de nuestros colaboradores pertenece a la Generación Z e indican como una de sus principales valoraciones la modalidad híbrida, que es la modalidad que ofrecemos al 95% de nuestros colaboradores. Los jóvenes, sin embargo, no sólo prefieren tener la facilidad de trabajar desde casa, si no también disfrutan de tener sesiones presenciales para no perder esa conexión social con sus equipos.

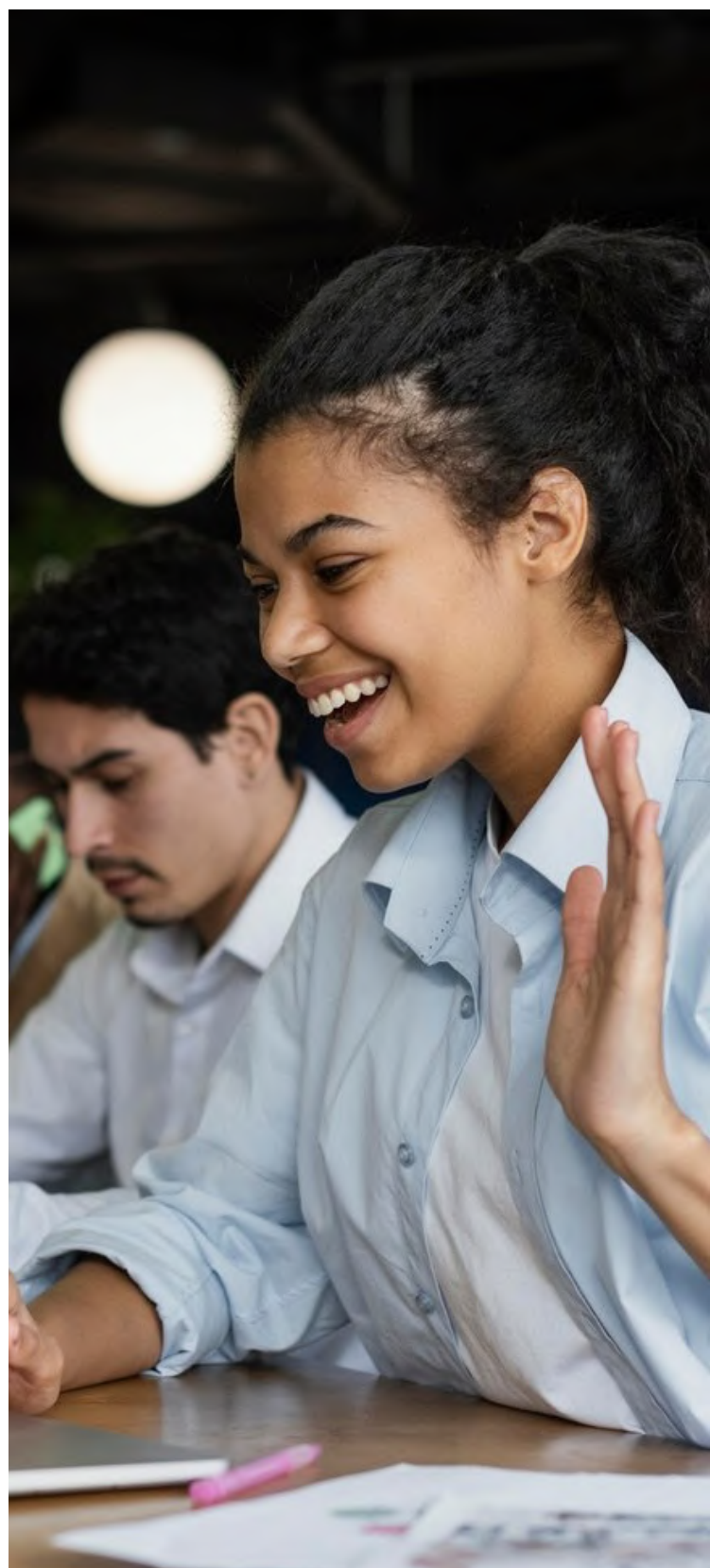
Para poder atraer y retener talento joven, las empresas deben de garantizar el ofrecer un buen ambiente de trabajo en donde los espacios presenciales sean diseñados para la co-creación y el trabajo en equipo. Además de incluir programas de bienestar, actividades de equipo y políticas inclusivas y equitativas.

Los jóvenes de hoy consideran crecer en una compañía donde se les ofrezcan oportunidades de desarrollo, tener la oportunidad de aprender y desarrollar sus habilidades a través de programas de capacitación, mentorías y oportunidades de ascenso. A través del acompañamiento de sus líderes buscan evolucionar profesionalmente.

Finalmente buscan trabajar en una empresa flexible donde se reconozca y se promueva la innovación a través de asignaciones desafiantes y diversas. Y que dichas asignaciones no sólo les brinden la oportunidad de innovar si no la de tener un impacto social o ambiental positivo en su entorno.

MARIELLA ESCARCENA

Senior People Manager
en NTT DATA



LA GENERACIÓN Z Y SU ENTORNO LABORAL

De acuerdo con nuestro estudio, hemos seleccionado los dos factores más relevantes para la generación joven:

“**9 de cada 10 jóvenes** de la Gen Z afirma que renunciaría si es que no le brindan crecimiento profesional dentro de la empresa en la que trabaja.”

“**8 de cada 10 jóvenes** de la generación Z afirman que los beneficios corporativos son primordiales para mantenerlos satisfechos dentro de la empresa, vale decir becas, capacitaciones, descuentos, cuponerías, y todo aquello que permita un provecho en beneficio personal y profesional al colaborador en su trayectoria laboral.”

¿A qué se debe esto?

Analizando las preferencias de esta generación destaco dos. La primera es sentirse valorado y la segunda no menos importante es pertenecer a una marca.

Ambas nos llevan a una estrategia complementaria entre buscar el beneficio personalizado como practica de recursos humanos que no necesariamente pasa por brindarle capacitación o algo material sino darle la oportunidad de asumir retos que hagan crecer al talento.

Sumado a darle visibilidad a la empresa que pertenece, sin importar si es una marca posicionada en el mercado, lo que ellos buscan es cuando alguien googlee el nombre de la empresa a la que pertenecen encuentren posicionamiento que sume a su marca personal.



DANITZA CAMPOS

CEO de Brand
Consulting



Entonces todo esto se aplica de la siguiente manera:

Para atraer al talento se puede implementar un programa de referidos (así dar el poder de convocatoria y recomendación) y para retener dedicarle tiempo a escuchar y cocrear planes de carrera que promuevan fidelizar, adueñándose de los objetivos de la empresa.

Paralelo a ello posicionar la marca empleadora es obligatorio, ahora esta función se incorpora al área de talento, vivimos en una era de experiencias. Nuestro trabajo no queda en hechos internos y reales sino en vender ser una empresa deseada para trabajar.

La habilidad clave es **la comunicación**.

Las personas que nos especializamos en recursos humanos tenemos que potenciar de manera permanente esta habilidad, revisar si los mensajes que transmitimos de manera oral o escrita son realizados con empatía.

Un buen comunicador empieza con escuchar al otro, no para acceder ciegamente a sus pedidos sino para crear una estrategia que permita llegar a un acuerdo.

Esta generación es demandante de atención y a los líderes nos toca supervisar de manera intermitente para generar autonomía sin dejar de lado la orientación.

Considero que es necesario cambiar nuestra mentalidad a: **retención del talento es trabajo de todas las áreas**.

En una empresa todos somos recursos humanos porque nos encontramos gestionando talento todo el tiempo.

Los jóvenes pocas veces renuncian por algún descuido en el área de talento sino por el ambiente en el que se desarrollan.



¿CÓMO LAS EMPRESAS DEBEN IMPACTAR A LA GEN Z?

A esta generación se le impacta siendo cercano y haciéndolo protagonista de su desempeño. Algunas acciones que en mi experiencia funcionan:

Quitando jerarquías verticales, lo que no quiere decir perder autoridad de líder sino la oportunidad de expresar ideas o adquirir responsabilidad de manera puntual.

Desencasillar los puestos, los títulos y funciones del cargo son importantes para esta generación y usar términos en inglés o mostrar una especialización los ayuda a marcar la diferencia para sentirse únicos.

Siendo flexibles al trabajar por objetivos, descubrimos que el trabajo remoto funciona y muy bien para los jóvenes. Saben sacarle provecho a la tecnología y en este espacio encuentran el ansiado equilibrio entre trabajo y vida personal.

Explicándoles qué quieres de ellos, objetivos claros y medibles. Están acostumbrados a tutoriales de cualquier tema que sea nuevo. Cuando no saben la meta se frustran y abandonan el reto.

Mostrar referentes, ellos son seguidores de tendencias por lo que requieren modelos a seguir pero no solo uno. Aquí se descubren los voceros o embajadores, es necesario tener una marca personal posicionada para los líderes.

Beneficios económicos, ahora podemos acceder a diversos convenios ya sea de consumo, salud o educativos. Considero que ver una lista de beneficios les impacta además de un sueldo acorde.

Formar equipos after office, para realizar actividades de recreación ya sean tours culinarios, conciertos, deporte, lectura, cata de vinos o celebración de cumpleaños genera un espacio social que une y desarrolla pertenencia.

Cambiar coaching por mentorías, esta generación disfruta menos de la reflexión y más de la acción.

La cultura organizacional fortalecida por la meritocracia una aliada para gestionar esta generación dentro de la empresa. Los jóvenes tienen muchas demandas y quieren ser escuchados, dale la oportunidad de hablar pero no accedas a todo.

Forma un equipo donde incorpores a varias áreas y evalúen que acciones son viables siempre en busca de la equidad.

DANITZA CAMPOS

CEO Brand
Consulting



EMPLOYMENT[®] TRENDS — USIL

Informe elaborado por la Corporación Educativa USIL.

© 2023 Copyright propiedad de la Corporación Educativa USIL.

