



Talento Joven y Empresas: Oportunidades y Desafíos

2024

Elaborado por Junior Achievement Américas y ManpowerGroup





Esta publicación ha sido realizada por ManpowerGroup y Junior Achievement Américas, con desarrollo técnico de sus expertos de evaluación e investigación.

Agosto de 2024.

Todos los derechos reservados. Se autoriza la reproducción de este documento por cualquier medio, total o parcialmente, considerando el siguiente formato de cita:

Junior Achievement Américas/JAA & ManpowerGroup/MP, (2024). Estudio Los jóvenes y el trabajo en América Latina. Desafíos y oportunidades 2024.

Equipo de Investigación

Andrea Vega | ManpowerGroup

Miguel Seminario | Junior Achievement Américas



En Junior Achievement Americas, creemos firmemente que el verdadero potencial de los jóvenes solo puede ser activado cuando les proporcionamos las herramientas adecuadas para enfrentar los desafíos de un entorno laboral en constante cambio. El estudio “Talento Joven y Empresas: Oportunidades y Desafíos 2024” destaca la necesidad urgente de unir esfuerzos con empresas y gobiernos para construir un futuro donde cada joven pueda alcanzar su máximo potencial. Este es nuestro compromiso; inspirar y preparar a los jóvenes para liderar y emprender en un mundo en constante evolución, cultivando una generación de jóvenes líderes y empresarios que estén bien preparados para navegar y moldear el futuro, siempre cambiante y lleno de oportunidades.

Noël Zemborain

Presidente de Junior Achievement Américas

Millones de personas confían en ManpowerGroup para encontrar un trabajo y miles de empresas nos permiten apoyarles con su estrategia de Talento. Nuestro propósito es seguir creando empleo digno y significativo en un ambiente de diversidad, equidad e inclusión para generar economías más prósperas. El estudio “Talento Joven y Empresas: Oportunidades y Desafíos 2024” es parte de nuestro trabajo conjunto con Junior Achievement para fomentar la empleabilidad de los jóvenes en LATAM y conocer la realidad que enfrentan en su incorporación al mercado laboral. Cada dos años se encuesta a jóvenes y organizaciones con la finalidad de tener una visión completa de los retos para ambas partes y emitir recomendaciones.

Mónica Flores Barragán

Presidente de ManpowerGroup LATAM



Índice

- Índice..... 4
- Introducción..... 5
- Premisas..... 5
- Descripción de la muestra 6
 - Características de los jóvenes encuestados..... 6
 - Características de las empresas encuestadas..... 7
 - Hallazgos clave | Jóvenes..... 8
- Principales resultados por país..... 14
 - Oportunidades y desafíos en **Guatemala** 14
 - Oportunidades y desafíos en **México** 20
 - Oportunidades y desafíos en **Argentina** 26
 - Oportunidades y desafíos en **Perú**..... 32
 - Oportunidades y desafíos en **Paraguay**..... 38
 - Oportunidades y desafíos en **Honduras**..... 44



Introducción

ManpowerGroup y Junior Achievement Américas presentan este estudio que tiene como objetivo conocer los desafíos y oportunidades que afrontan los jóvenes de 18 a 29 años para integrarse al mercado laboral en la región. También busca mostrar la perspectiva de las empresas en la contratación, atracción y retención del talento joven.

Es un estudio que se realiza cada 2 años y la recolección de información para esta tercera edición se llevó a cabo entre enero y mayo de 2024: se consideraron las observaciones de 13.362 jóvenes y 590 empresas, en 14 países de América Latina.

Los resultados aquí planteados están dirigidos a tomadores de decisión, educadores, dirigentes de empresas, gobiernos, escuelas, universidades y otras entidades. Y, en especial, a personas que se desempeñan en las áreas de Recursos Humanos.

La evidencia recolectada pretende mejorar las acciones y políticas del mercado laboral, habilitando caminos de cada actor en juego. La recopilación de datos detallados y el análisis de las tendencias laborales buscan proporcionar una visión integral de la situación actual y proponer recomendaciones concretas para acortar la brecha entre la oferta y la demanda laboral.

Premisas

Las premisas que se tuvieron en cuenta son:

- La escasez de oportunidades laborales para los jóvenes en América Latina es un desafío persistente y multifacético que requiere atención urgente. Es crucial comprender las barreras y factores que limitan su acceso al empleo formal y satisfactorio.
- Los jóvenes reportan dificultades para encontrar trabajo debido a factores como experiencia insuficiente, escaso conocimiento de idiomas extranjeros y falta de las habilidades adecuadas, tanto técnicas como socioemocionales.
- Las empresas, por su parte, enfrentan retos en la atracción y retención de la fuerza laboral joven.

Estos dos elementos generan un desajuste en el mercado, afectando la productividad y forzando a muchos jóvenes a ingresar al sector informal, lo que impacta negativamente en sus condiciones de vida y proyección, así como en el crecimiento económico de la región.

- Según la Organización Internacional del Trabajo (OIT), la tasa de desempleo ha caído por debajo de los niveles anteriores a la pandemia (OIT, 2024)¹.
- La misma institución destaca la brecha de habilidades y la falta de experiencia como barreras significativas que impiden a los jóvenes acceder a empleos de calidad (OIT, 2023)².

¹ Organización Internacional del Trabajo (2024). Perspectivas Sociales y del Empleo en el Mundo: Tendencias 2024.

² Organización Internacional del Trabajo (2023). Panorama Laboral 2023 América Latina y el Caribe.



Descripción de la muestra

En la recolección de la información se garantizó la anonimidad de los participantes y organizaciones.

Las preguntas se centraron en la dificultad para encontrar empleo, las razones percibidas para no ser contratados, el tipo de empleos buscados y los factores que influyen en la elección de un empleo.

En el caso de las empresas, se recopiló información sobre las dificultades para contratar jóvenes, los puestos más demandados, las habilidades requeridas, la rotación de personal juvenil y las principales razones de renuncia.

Características de los jóvenes encuestados

La muestra se compone por 65% de mujeres y 35% de varones.

En cuanto a los países estudiados, se describe la siguiente distribución: México (15%), Guatemala (15%), Argentina (13%), Honduras (13%), Perú (12%) Paraguay (12%). De esos países se hace, luego del análisis general, una observación detallada.

Se observa que el 47% de los encuestados estudia. El 23% no trabaja actualmente, el 11 % tiene dedicación exclusiva a un empleo, y un 13 % combina sus estudios con un empleo a tiempo completo o parcial. Un 3% de los encuestados son emprendedores.

El nivel educativo de los participantes varía considerablemente. Un 26% ha iniciado, pero no completado la educación superior universitaria, mientras que el 23% ha alcanzado el nivel de bachillerato. Por otro lado, un 16 % ha completado su educación superior universitaria, lo que sugiere que está porción de encuestados ha alcanzado altos niveles de educación formal.

En cuanto a la composición familiar, casi la mitad de los encuestados (42%) vive con ambos padres, un 32% vive con uno solo de sus padres, el 9% vive con su pareja y el 8% vive solo.

Respecto de la experiencia laboral de los participantes, un 35% de los encuestados declara no tenerla, lo cual es un factor crítico al considerar las barreras para acceder al empleo. Un 28% tiene menos de un año, lo que indica que una parte significativa está en las primeras etapas de su carrera profesional. Además, el 23% de los encuestados cuenta con entre uno y tres años de experiencia laboral, y el 15% tiene más de tres años, lo que demuestra una diversidad en el nivel de preparación y habilidades adquiridas.

En esta muestra, el 1% de jóvenes declara no tener acceso al empleo y no haber buscado empleo en los últimos 12 meses.



Características de las empresas encuestadas

Se contactaron 590 empresas para analizar las dinámicas del mercado laboral juvenil desde la perspectiva de los empleadores.

Las organizaciones encuestadas se clasificaron de acuerdo con su tamaño y sector de actividad, proporcionando una visión integral y representativa de la situación actual.

A nivel de distribución por país, Perú 25%, Argentina 20%, México 16%, Honduras 14%, Uruguay 12%, y otros países componen el 13% restante.

Los sectores de las empresas se distribuyen así: 26% corresponde a Bienes y Servicios de Consumo, 10% a Manufactura, 9% a Tecnologías de la Información, 8% a Servicios de Comunicación, 8% a Transporte, Logística y Automotriz, 7% Finanzas y Bienes Raíces, 7% Consultoría, y 25 % a otros sectores.

El grupo "otros" está compuesto por Ciencias de la Vida y la Salud, Educación, Organizaciones Sin Fines de Lucro, Agroindustria, Energía, Gobierno, y Marketing y Publicidad.

El 14% de las empresas encuestadas corresponde a microempresas, aquellas con entre 1 y 9 empleados. Las pequeñas empresas, que emplean entre 10 y 49 trabajadores, representan el 20% del total. Las medianas, con una planilla de entre 50 y 249 empleados, constituyen el 24% de la muestra. Finalmente, las grandes empresas, aquellas con más de 250 empleados, conforman el 42% de las organizaciones consultadas.

Principales resultados a nivel regional

Presentamos los hallazgos obtenidos a partir de las respuestas de jóvenes y empresas encuestados en 14 países de América Latina.

La primera sección se enfoca en los jóvenes, explorando las diversas áreas de interés laboral, las herramientas utilizadas para buscar empleo, los factores más importantes en la elección de un trabajo y las expectativas salariales. Además, se abordan las principales dificultades que enfrentan para encontrar oportunidades laborales, las razones por las que se han insertado en áreas laborales no deseadas y los motivos por los que renuncian a sus empleos.

La segunda sección está dedicada a las empresas. Se examinan las prácticas de contratación de jóvenes, las áreas en las que se buscan más vacantes, los medios de promoción de estas vacantes, y los rangos salariales ofrecidos. Asimismo, se identifican las principales dificultades que enfrentan las empresas para encontrar y retener talento joven, los factores clave para atraer a este grupo y las tasas de rotación laboral.

La visión integral da un panorama completo de las dinámicas y los retos en el mercado laboral de la región, ofreciendo valiosas perspectivas para formular políticas y estrategias de empleo para jóvenes y empresas.



Hallazgos clave | Jóvenes

¿En qué áreas prefieren buscar trabajo?

El 66% de los encuestados declara haber buscado en más de un área en los últimos 12 meses. El 28% menciona que el área de Ventas y Atención al Cliente ha sido la más recurrente en sus búsquedas. En segundo lugar, el 11% reporta que el área de Marketing y Publicidad ha sido la más frecuente y, por último, el 10% indica que el área de Recursos Humanos ha sido la tercera más recurrente en sus búsquedas.

Al momento de realizar búsqueda de trabajo, los jóvenes se concentran en dos o más áreas. Las más frecuentes son Ventas y Atención al cliente, seguida por Marketing y Publicidad.

¿Cuáles son las herramientas de búsqueda más utilizadas?

El 84% de los encuestados reporta que ha empleado redes sociales como LinkedIn, Facebook y Reddit para sus procesos de búsqueda laboral. El 59% menciona que ha buscado empleo a través de referidos, como familiares y amigos. Además, el 49% ha recurrido a los sitios web de las empresas de su interés para buscar oportunidades laborales. Asimismo, el 34% ha utilizado portales o bolsas de trabajo como Indeed y Glassdoor.

Por otro lado, el 28% de los encuestados indica que ha buscado empleo mediante agencias gubernamentales, mientras que el 26% ha asistido a ferias de empleo para encontrar oportunidades. Un 26% ha utilizado anuncios de prensa, ya sea impresos o en línea, así como anuncios en centros de trabajo o sucursales. El 20% ha buscado directamente en bolsas de trabajo de universidades y, finalmente, el 19% ha recurrido a agencias de reclutamiento (por ejemplo: ManpowerGroup).

¿Cuáles son los 3 factores más importantes para elegir un empleo para los jóvenes?

El 29% de los encuestados identifica que el factor más importante en la búsqueda de empleo es un salario competitivo. El 17% considera que un horario y días laborales flexibles son cruciales. El 16% señala el crecimiento profesional como factor relevante. Además, otro elemento importante mencionado por los encuestados es la ubicación accesible.

Por otro lado, el factor de formación se considera el menos importante, ya que menos del 1% de los encuestados lo identifica como relevante.

¿Cuáles son las expectativas salariales de los jóvenes?

El 48% de los encuestados espera recibir el salario mínimo. Por otro lado, el 39% espera recibir entre 1 y 3 veces el valor del salario mínimo. Finalmente, el 13% de los encuestados espera recibir más de 4 salarios mínimos.

En concordancia a lo expuesto, se pueden identificar dos apreciaciones principales para el grupo encuestado asociadas al nivel educativo y experiencia laboral: por una parte, se observa que existe un 36% de los encuestados que reporta menos de 1 año de experiencia laboral hasta ninguna experiencia laboral, y aspiran al salario mínimo. Respecto al nivel educativo, quienes tienen educación superior tienen expectativa de recibir un salario de 1 a 3 veces el salario mínimo (25%), mientras que quienes tienen educación media/secundaria completa aspiran al salario mínimo (28%).



¿Qué dificultades perciben a la hora de encontrar trabajo?

El 90% de los jóvenes declara que ha tenido dificultades en encontrar trabajo. El 63% de los encuestados declara que su principal dificultad ha sido la falta de experiencia. El 41% indica que la incompatibilidad del horario laboral con sus tiempos personales ha sido su mayor obstáculo. El 36% menciona que la edad como requisito fue una dificultad principal.

Al analizar estas dificultades según la situación laboral de los encuestados (desempleados, empleados o estudiantes), se evidencia que la principal barrera es la falta de experiencia. Además, al considerar el nivel educativo, se observa que quienes tienen educación superior incompleta presentan esta barrera en mayor proporción comparado con otros participantes.

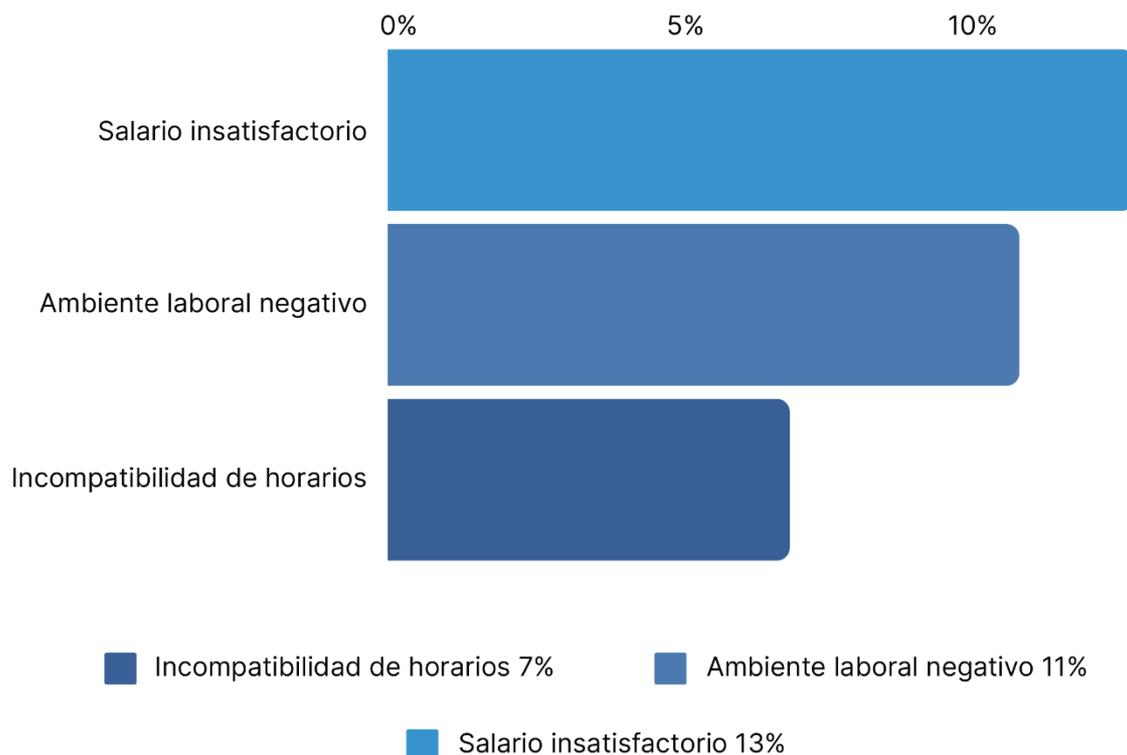
¿Por qué razones los jóvenes se insertan en áreas laborales que no son de su interés?

El 37% de los jóvenes ha trabajado en un área que no era de su interés en algún momento de su vida.

Las razones principales de esta situación son variadas. Primero, el 25% de estos jóvenes declara que se vieron obligados a hacerlo por necesidades económicas urgentes. Además, el 17% indica que la falta de experiencia laboral los empujó a aceptar empleos fuera de su campo de interés. Otro 15% menciona la escasez de oportunidades en su área como un factor determinante, mientras que el 12% atribuye esta situación al miedo al desempleo.

¿Por qué renuncian a su trabajo?

El 24% de los encuestados declara que ha renunciado a un trabajo en los últimos 12 meses. El 13% menciona que el salario insatisfactorio ha sido uno de los motivos principales. El 11%, que un ambiente laboral negativo ha sido una causa destacada. El 7% menciona problemas para conciliar el trabajo con la vida personal.





Hallazgos clave | Empresas

¿Cómo es la contratación de jóvenes en América Latina?

La gran mayoría de las empresas y organizaciones en América Latina ha incorporado jóvenes en los últimos 12 meses, y un 88% lo ha hecho con jóvenes de entre 18 y 29 años.

De ellas, 43% empresas grandes (más de 250 empleados), 26% medianas (50 a 249 empleados), 19% pequeñas (10 a 49 empleados) y 12% microempresas (1 a 9 empleados).

En esta línea, el 84% de las organizaciones planea continuar con esta tendencia y contratar a más jóvenes en los próximos 12 meses. Al desagregarlas, observamos que, 45% empresas grandes, 25% medianas, 19% pequeñas y 11% microempresas.

¿En qué áreas están buscando más jóvenes para sus vacantes las empresas de América Latina?

El 15% de las organizaciones en América Latina tiene vacantes disponibles en el área de Ventas y Atención al Cliente. De estas, el 51% pertenece a empresas grandes, 23% a medianas empresas, 16% a empresas pequeñas y 10% a microempresas.

El 11% de las organizaciones en América Latina tiene vacantes disponibles en el área de Finanzas y Bienes Raíces. El 53% son ofrecidas por grandes empresas, el 30% por medianas, el 13% por pequeñas y el 4% restante por microempresas.

El 9% de las organizaciones en América Latina tiene vacantes disponibles en el área de Transporte, Logística y Automotriz. De estas vacantes, el 63% son ofrecidas por grandes empresas, el 24% por medianas empresas, el 8% por pequeñas empresas y el 5% restante por microempresas.

¿Cuáles son los principales medios de promoción de vacantes en América Latina?

El 22% de las empresas y organizaciones en América Latina utiliza redes sociales para promover vacantes dirigidas a jóvenes de entre 18 y 29 años. De estas empresas, el 41% son grandes, el 29% son medianas, el 18% son pequeñas y el 12% restante son microempresas.

El 16% de las organizaciones en América Latina prefiere el método de referidos para promocionar vacantes. Entre estas empresas, el 40% son grandes, el 22% son medianas, el 23% son pequeñas y el 15% son microempresas.

El 14% de las organizaciones opta por publicar las vacantes en el sitio web de la empresa. De estas empresas, el 47% son grandes, el 27% son medianas, el 18% son pequeñas y el 8% restante son microempresas.

¿Cuál es el rango de sueldos en las vacantes para los jóvenes de entre 18 y 29 años en América Latina?

El 59% de las vacantes para jóvenes en América Latina ofrece un rango salarial de 1 a 3 salarios mínimos.

Las grandes empresas representan el 42% de estas vacantes, seguidas por las medianas (26%) y las pequeñas empresas (21%). Las microempresas contribuyen con el 11%.



Además, el 22% de las vacantes se ofrece con el salario mínimo. Las grandes empresas representan el 34% de estas vacantes, seguidas por las pequeñas empresas (23%), las microempresas (22%) y las medianas empresas (21%).

Por otro lado, el 15% de las vacantes proporciona un salario de 4 a 6 salarios mínimos, mientras que un 4% ofrece más de 7 salarios mínimos. Las grandes empresas dominan con el 52% de estas vacantes, seguidas por las medianas empresas (19%) y las pequeñas empresas (20%). Las microempresas contribuyen con el 9%.

Atracción o retención del talento joven. ¿A qué dificultad se enfrentan más las empresas en América Latina?

El 60% de las organizaciones encuestadas encuentra una dificultad mayor en la retención del talento joven que en la atracción. En este sentido, el 44% de las empresas que presentan dificultades en la retención del talento joven son empresas grandes, el 27% son medianas, el 12% pequeñas y el 17% son microempresas.

¿Cuáles son las principales dificultades de las empresas de América Latina para contratar talento joven en la región?

El 20% de las empresas en América Latina reporta problemas con la falta de habilidades blandas. De estas, 40% corresponde a empresas grandes, 28% medianas, 19% pequeñas y 13% microempresas.

El 18% de las empresas menciona la falta de experiencia del talento joven como un desafío. 42% de estas son empresas grandes, 21% medianas, 21% pequeñas empresas y 16% son microempresas.

Por otro lado, el 16% de los jóvenes busca un salario y/o beneficios superiores a los ofrecidos. Las grandes empresas reportan esta preferencia en un 40%, las medianas en un 25%, las pequeñas empresas en un 22% y las microempresas en un 13%.

¿Qué ofrecen las empresas y organizaciones en América Latina para atraer talento joven en la región?

Los 3 factores clave que ofrecen las empresas en América Latina para atraer talento joven son:

1. Oportunidades de crecimiento profesional (12%). El 44% de las empresas que ofrecen este beneficio son grandes empresas, el 24% mediana empresa, el 20% pertenece a las empresas pequeñas y el 12% forma parte de las microempresas.
2. Salario competitivo (11%). Quienes más otorgan este beneficio son las grandes empresas (43%), seguidas por las medianas (27%), las pequeñas empresas (19%) y las microempresas (11%).
3. Buen clima laboral (9%). Las grandes empresas reportan este beneficio en un 38%, las medianas en un 23%, las pequeñas en un 23% y las microempresas en un 16%.



¿Cuál es la tasa de rotación de jóvenes de 18 a 29 años en las empresas de América Latina?

La distribución de la rotación laboral de jóvenes de 18 a 29 años en organizaciones de América Latina se presenta de la siguiente manera:

El 45% de las empresas tiene una rotación laboral baja (menos del 10%). De este universo, el 34% corresponde a grandes empresas, 29% a medianas empresas, 24% a empresas y 13% a microempresas.

El 42% presenta una rotación media (entre 10% y 50%): esto corresponde 49% a grandes empresas, 21% a medianas, 17% a pequeñas y 13% a microempresas.

El 13% experimenta una rotación laboral alta, (más del 50%): grandes empresas 30%, medianas 25%, pequeñas 16% y microempresas 29%.

¿Por qué renuncian los jóvenes según los empleadores?

El 17% de las empresas señala que el motivo es la búsqueda de más experiencia y desarrollo profesional. De estas empresas, 44% son grandes, 23% medianas, 19% pequeñas y 14% microempresas.

El 14% acusa un salario insatisfactorio. En este punto, 44% empresas grandes, 23% empresas medianas, 18% empresas pequeñas y 15% microempresas.

El 11% de las empresas informa que los jóvenes renuncian por falta de interés en el trabajo. El 36% de las empresas grandes se enfrenta a ese desafío, seguido por el 26% para las empresas pequeñas, el 21% para las empresas medianas y el 17% para las microempresas.

Conclusiones

A partir de los hallazgos generales a nivel regional identificamos 3 elementos principales que podrían contribuir a cerrar la brecha entre las percepciones de los jóvenes y las empresas.

1. Desajuste en el uso de herramientas digitales (búsqueda y convocatoria)

El 84% de jóvenes reporta usar redes sociales (LinkedIn, Facebook, Reddit) para buscar empleo, pero solo el 22% de las empresas usa redes sociales para ofrecer empleo.

Es un porcentaje bajo y poco predominante entre las organizaciones encuestadas. Este punto enciende una alarma, ya que la proporción de jóvenes es 4 veces mayor a las empresas, lo que evidencia un desajuste en cómo los jóvenes se informan de las oportunidades laborales versus cómo las empresas difunden sus vacantes.

Es crucial que las empresas mantengan una presencia activa en estas plataformas, compartiendo oportunidades laborales y participando en conversaciones relevantes para atraer talento.

2. Desajuste en la orientación a la búsqueda de oportunidades laborales por parte de jóvenes

Las empresas ofertan vacantes en Ventas y Atención al Cliente (15%), Finanzas y Bienes raíces (11%), y Transporte, Logística y Automotriz (9%) versus la orientación de jóvenes que se da en las áreas de Ventas y Atención al Cliente (28%), Marketing y Publicidad (11%) y Recursos Humanos (10%).



En este punto, se observa que los jóvenes solo se están enfocando en 1 de 3 áreas con oportunidades laborales.

Es crucial que los jóvenes diversifiquen y se aproximen a las áreas que se están demandando para que puedan conocer y mejorar sus potenciales oportunidades de inserción laboral.

3. Desajuste en la retención del talento y calidad de vida

La retención de jóvenes es un desafío mayor para las empresas. Un 60% afirma que es más difícil retener a jóvenes. De acuerdo con los jóvenes los motivos de renuncia se deben a un salario insatisfactorio (13%) y a un ambiente laboral negativo (11%).

Es altamente recomendable evaluar las condiciones laborales para este público e identificar oportunidades de mejora en relación con las condiciones salariales, el clima y el trato en el espacio de trabajo, y el balance entre el horario laboral y la vida personal.

Orientaciones para dinamizar el mercado laboral en América Latina

Diversificar las estrategias de reclutamiento

Las estrategias de reclutamiento tendrían que enfocarse en promover las oportunidades y el crecimiento que se pueden dar en las áreas de alta demanda.

Por otro lado, es crucial implementar programas públicos y educativos que preparen y certifiquen a los jóvenes en las áreas de alta vacancia, como también implementar rutas de orientación de los campos más demandados por las empresas, enfocadas en encaminar a los jóvenes a estas áreas antes de que elijan sus carreras. Ampliar las habilidades técnicas, la experiencia y mostrar el campo de oportunidad no solo incrementarán el interés y las alternativas de empleo para los jóvenes, sino que también fortalecerán la competitividad y el crecimiento sostenible de las empresas en la región.

Ampliar y fortalecer canales de reclutamiento

Es crucial que las empresas mantengan una presencia activa en plataformas como LinkedIn, Facebook y Reddit, compartiendo oportunidades laborales y participando en conversaciones relevantes para atraer talento.

Por otro lado, los referidos son una fuente importante para los jóvenes en su búsqueda de empleo: las empresas pueden crear y fomentar programas de referidos para aprovechar este canal.

Aunque son menos populares entre los jóvenes, es crucial que las empresas mantengan actualizadas sus vacantes en sus sitios web y portales de empleo, así como participar en eventos de reclutamiento y colaborar con agencias especializadas puede ampliar el alcance de las oportunidades laborales.

Expansión del tejido y redes de oportunidad para jóvenes

Ofrecer prácticas y pasantías permite que los jóvenes adquieran experiencia relevante en sus áreas de interés, facilitando transiciones más eficientes hacia el ámbito laboral. En este contexto, es crucial generar alianzas entre empresas e instituciones educativas para adaptar los programas académicos a la demanda del mercado. Esta estrategia podría ayudar a los jóvenes a obtener la experiencia necesaria y a impulsar su crecimiento profesional.



Principales resultados por país

A continuación, se analiza el mismo escenario en un grupo muestral de 6 países: **Guatemala, México, Argentina, Perú, Paraguay y Honduras**.³

Oportunidades y desafíos en Guatemala

Para jóvenes

¿En qué áreas se enfocan más los jóvenes para su búsqueda laboral?

El 59% de los encuestados del país declara que en los últimos 12 meses ha buscado trabajo en diversas áreas. El área de búsqueda más frecuente entre los jóvenes encuestados es Ventas y Atención al Cliente, con un 35% de preferencia, seguida por 14% de Marketing y Publicidad y de otro 14% enfocado en Recursos Humanos.

En esta línea se identifica que el 55% de los jóvenes encuestados solo estudia y que el 33% declara que se encuentra sin empleo actualmente.

En función a las preferencias por las áreas se identifica que, tanto estudiantes como jóvenes en situación de desempleo, prefieren el área de Ventas y Atención al Cliente. Para los jóvenes que declaran ser estudiantes, quienes cuentan con educación media/secundaria completa presentan mayor predisposición a la búsqueda en esta área.

¿Qué herramientas usan para buscar empleo?

Con relación a las herramientas de búsqueda se identifica que el 80% de jóvenes reporta que ha usado redes sociales. En segundo lugar, se identifica que han recurrido a familiares y amigos (63%). En tercer lugar, la web de la empresa (49%). Por otra parte, se identifican otras herramientas como ferias de empleo (36%), anuncios de prensa (27%), presencial en anuncios impresos en el centro de trabajo, sucursales u oficinas (27%), portales de empleo (26%) y agencias gubernamentales de empleo (24%).

En este sentido, se evidencia que la mayoría de los jóvenes emplean de 1 a 5 herramientas para buscar empleo, destacándose en mayor medida las redes sociales como preferencia.

¿Cuáles son los 3 factores más importantes para elegir un empleo para los jóvenes?

Con relación a los factores más importantes para la elegir un empleo, se identifica que el 37% de los jóvenes prioriza el salario competitivo en primer lugar. En segundo lugar, se identifica que es el horario flexible (19%) y el crecimiento profesional como tercer elemento (16%). Al analizar la priorización de motivos en el ordenamiento de los encuestados, se evidencia que la mayoría prioriza estas 3 áreas en el mismo orden.

Por otra parte, una categoría que se llega a manifestar como factor importante es la ubicación accesible, por lo que para el presente país se evidencia que la distancia entre la residencia y el lugar de trabajo es un elemento relevante.

³ Se detalla la realidad de oportunidades y desafíos de estos 6 países, ya que estos países llegaron a un mínimo de muestra que permite describir las oportunidades y desafíos propios que afrontan.



¿Cuáles son las expectativas salariales de los jóvenes?

Un 58% de jóvenes encuestados aspira a tener el salario mínimo, frente a un 30% que espera tener entre 1 y 3 veces el mínimo. El 29% de los jóvenes encuestados sin experiencia laboral aspira al salario mínimo. Por otra parte, se identifica que un 29% que tiene menos de 1 año de experiencia laboral aspira a tener el salario mínimo.

Cuando se analiza por situación educativa, se identifica que quienes son estudiantes presentan una mayor tendencia a buscar vacantes que ofrezcan este tipo de salario (62%).

¿Cuáles son las dificultades que han enfrentado para encontrar oportunidades laborales los jóvenes?

El 90% de los jóvenes encuestados manifiesta que ha enfrentado al menos una dificultad para aplicar a un puesto de trabajo.

El 66% de los encuestados expresa que su principal dificultad ha sido la falta de experiencia. También mencionan la incompatibilidad entre su vida y los horarios laborales (42%). Una tercera dificultad es la edad como requisito (37%). Como cuarta dificultad, la escasez de ofertas en el área de interés de los jóvenes encuestados (30%). Finalmente, la falta de conocimiento sobre cómo buscar empleo (29%) es otra de sus principales barreras.

¿Por qué razones los jóvenes se han insertado en áreas laborales que no han sido de su interés?

Se identifica que el 30% de los jóvenes ha tenido que trabajar en un área que no ha sido de su interés.

De este grupo, el 19% lo ha hecho por experimentar necesidades económicas urgentes. En segundo lugar, se ubica la falta de experiencia laboral en el área de interés como dificultad (15%). En tercer lugar, la escasez de oportunidades laborales en el campo profesional (14%). Un cuarto motivo es el potencial temor de afrontar el desempleo, con 10% de jóvenes que manifiesta esta razón.

Al considerar la variable experiencia, se identifica que el 60% de jóvenes que presentan menos de 1 año de experiencia son quienes presentan mayor tendencia a insertarse en un área laboral que no es de su interés.

¿Cuáles son los motivos por los que han renunciado los jóvenes?

Se identifica que un 17% de los jóvenes encuestados ha renunciado a sus trabajos.

Entre los principales motivos están: el salario insatisfactorio (17%), el ambiente laboral negativo (14%), la dificultad para conciliar el trabajo con la vida personal (13%) y la dificultad para conciliar el estudio y el trabajo (11%). Finalmente, el 10% menciona que ha renunciado porque quiere tener una mayor variedad de experiencias y desarrollo personal.

Al considerar la experiencia laboral, se identifica que quienes tienen 1 año de experiencia laboral en promedio hasta máximo 3 años son quienes más han renunciado.



Para empresas

¿Cómo es la contratación de jóvenes en Guatemala?

En los últimos 12 meses, el 83% de las empresas encuestadas en Guatemala contrató a jóvenes de entre 18 y 29 años. De estas empresas, el 50% son grandes (más de 250 empleados), el 26% son medianas (50 a 249 empleados), el 17% son pequeñas (10 a 49 empleados) y el 7% restante son microempresas (1 a 9 empleados).

Asimismo, el 76% de las organizaciones en Guatemala planea contratar a más jóvenes en los próximos 12 meses. De estas empresas, el 56% son grandes, el 24% son medianas, el 16% son pequeñas y el 4% restante son microempresas.

¿En qué áreas están buscando las empresas de Guatemala a más jóvenes para sus vacantes?

El 19% de las empresas en Guatemala tienen vacantes disponibles en el área de Ventas y Atención al Cliente; de estas, el 72% pertenece a empresas grandes, el 21% pertenece a medianas empresas y el 7% restante pertenece a pequeñas empresas.

El 12% de las vacantes se encuentra en el área de Finanzas y Bienes Raíces. El 61% de estas vacantes son ofrecidas por grandes empresas, el 33% por empresas medianas y el 6% restante por pequeñas.

El 10% de las vacantes se encuentra en el área de Tecnologías de la Información. De estas vacantes, el 74% las ofrecen grandes empresas, el 13% medianas y el 13% restante pequeñas empresas.

¿Qué medios promueven vacantes en Guatemala?

El 22% de las organizaciones en Guatemala utiliza redes sociales para promover vacantes de empleo dirigidas a jóvenes de entre 18 y 29 años. De estas empresas, el 53% son grandes, el 24% son medianas, el 16% son pequeñas y el 7% restante son microempresas.

El 19% de las organizaciones recurre al método de referidos. De estas empresas, el 56% son grandes, el 17% son medianas, el 21% son pequeñas y el 6% restante son microempresas.

El 13% de las organizaciones utiliza el sitio web de la empresa para publicar vacantes. De estas empresas, el 54% son grandes, el 26% son medianas, el 11% son pequeñas y el 9% restante son microempresas.

¿Cuál es el rango de sueldos en las vacantes para los jóvenes de entre 18 y 29 años en Guatemala?

El 57% de las vacantes para jóvenes en Guatemala se encuentran entre 1 y 3 salarios mínimos. Las grandes empresas representan el 56% de estas vacantes, seguidas por las medianas empresas (22%), las pequeñas empresas (20%) y las microempresas (2%).

Además, el 25% de las vacantes ofrece el salario mínimo. Las grandes empresas representan el 36% de estas vacantes, las medianas empresas el 29%, las pequeñas empresas el 14% y las microempresas el 21%.

Por otro lado, el 16% de las vacantes se sitúa entre 4 y 6 salarios mínimos. Las grandes empresas dominan con el 54% de estas vacantes, siguen las medianas empresas con 13%, las pequeñas empresas con 20% y las microempresas contribuyen con un 13%.



¿A qué se enfrentan más las empresas en Guatemala: a la dificultad de atracción o la retención del talento joven?

El 72% de las organizaciones en Guatemala considera que es más difícil retener al talento joven que atraerlo. En cuanto al tamaño de las empresas que enfrentan dificultades, el 60% son empresas grandes, el 21% son empresas medianas, el 12% son empresas pequeñas y el 8% son microempresas.

¿Cuáles son las principales dificultades a las que se enfrentan las empresas de Guatemala para encontrar talento joven?

El 21% menciona la falta de experiencia. Las grandes empresas reportan este desafío en un 51%, las medianas en un 23%, las microempresas en un 8% y las pequeñas empresas en un 18%.

Por otro lado, el 21% de las empresas menciona que otro problema que tienen es que los candidatos buscan mayores salarios y/o mejores beneficios de los ofrecidos. Las grandes empresas informan esto en un 41%, las medianas en un 32%, las microempresas en un 5% y las pequeñas empresas en un 22%.

El 14% señala horarios laborales incompatibles. Las grandes empresas reportan este problema en un 63%, las medianas en un 23% y las pequeñas empresas en un 14%. No hay microempresas que reporten este inconveniente.

¿Cuáles son los 3 factores clave que ofrecen las organizaciones en Guatemala para atraer el talento joven?

El 11% menciona que ofrecen oportunidades de crecimiento profesional. Quienes más otorgan este beneficio son las grandes empresas con un 54%, seguidas de las medianas con un 27%, las pequeñas empresas con un 14% y las microempresas con un 5%.

El 10% ofrece un salario competitivo. Las grandes empresas ofrecen este beneficio en un 50%, las medianas en un 32%, las pequeñas en un 13% y las microempresas en un 5%.

Finalmente, el 10% destaca la reputación de la empresa. Las grandes empresas reportan este beneficio en un 49%, las medianas en un 24%, las pequeñas en un 16% y las microempresas en un 11%.

¿Cuál es la tasa de rotación de jóvenes de 18 a 29 años en las empresas de Guatemala?

El 46% de las empresas tiene una rotación baja (menos del 10%). El 45% corresponde a grandes empresas, 21% a medianas, 24% a pequeñas y 10% a microempresas.

El 42% presenta una rotación media (entre el 10% y el 50%). El 60% corresponde a grandes empresas, el 20% a medianas, el 13% a pequeñas y el 7% a microempresas.

El 33% tiene una rotación alta (más del 50%). El 56% son grandes empresas, 33% son medianas, 11% son pequeñas.



¿Cuáles son las 3 principales razones que han detectado las empresas por las que los jóvenes de Guatemala renuncian?

El 15% busca más experiencia y desarrollo profesional. El 52% de las empresas grandes se enfrenta a ese desafío, seguido por el 21% de empresas pequeñas, el 15% de las empresas medianas y las microempresas con el 12%.

El 14% señala un salario insatisfactorio. El 65% de las empresas grandes se enfrenta a ese desafío, seguido por el 16% de las empresas medianas, el 13% para las empresas pequeñas y las microempresas con el 6%.

El 12% indica falta de interés en el trabajo. El 42% de las empresas grandes se enfrenta a ese desafío, seguido por el 23% de las empresas medianas, el 23% para las empresas pequeñas y las microempresas con el 12%.

Conclusiones para la realidad laboral en Guatemala

Para el presente contexto, se pueden resaltar las tendencias en las percepciones y prácticas laborales de ambos grupos. Desde la perspectiva de los jóvenes, la principal área de búsqueda laboral es Ventas y Atención al Cliente (35%), con una significativa predisposición al uso de redes sociales (80%) y la influencia de familiares y amigos (63%) para encontrar empleo. El factor más importante para ellos al elegir un empleo es un salario competitivo (37%). Las principales dificultades que enfrentan incluyen la falta de experiencia (66%) y la incompatibilidad de horarios (42%).

Por parte de las empresas, un 83% ha contratado jóvenes en el último año y un 76% planea hacerlo en los próximos 12 meses. La promoción de vacantes se realiza a través de redes sociales (22%) y referidos (19%). Las áreas con más vacantes disponibles son Ventas y Atención al Cliente (19%) y Finanzas y Bienes Raíces (12%). La principal dificultad que encuentran las empresas es la falta de experiencia de los candidatos (21%), seguido de la demanda de mayores salarios y/o beneficios (21%).

En conclusión, los jóvenes enfrentan desafíos en encontrar oportunidades adecuadas que se alineen con sus expectativas salariales y necesidades de flexibilidad, y las empresas en atraer y retener talento joven debido a la falta de experiencia y las expectativas salariales de los candidatos.

Orientaciones para dinamizar el mercado laboral en Guatemala

Creación de programas de pasantías y prácticas profesionales

La falta de experiencia es un problema recurrente para los encuestados. En este sentido, son fundamentales programas de formación como pasantías y prácticas profesionales que permitan reducir la brecha de la experiencia.

Flexibilidad laboral para la atracción

Un porcentaje significativo de jóvenes busca conciliar su vida con la dinámica laboral. Frente a esta realidad, es necesario adoptar políticas laborales flexibles. Oportunidades de tiempo parcial o por proyecto pueden facilitar la inserción laboral de jóvenes, conciliando con otras responsabilidades como el estudio.



Diversificación de medios de intermediación laboral

El fortalecimiento de portales de empleo y ferias laborales, así como el uso mejorado de redes sociales (utilizadas por el 80% de los jóvenes para buscar empleo) y sistemas de referidos (utilizados por el 63%) son medidas importantes para mejorar la visibilidad y accesibilidad de las vacantes laborales.

Por otra parte, es relevante revisar y ajustar las escalas salariales para ofrecer salarios competitivos, ya que el 37% de los jóvenes prioriza un salario competitivo al elegir un empleo, mientras que el 58% aspira al menos al salario mínimo. Además, ofrecer beneficios adicionales como seguros de salud, planes de desarrollo profesional y bonos por desempeño puede aumentar la atracción y retención de talento.

Procesos de selección y contratación

También es crucial alinear las expectativas de los jóvenes con las oportunidades laborales disponibles. Para eso se sugiere mejorar la transparencia en los procesos de selección y contratación, proporcionando retroalimentación clara y constructiva, y asegurando descripciones de puestos de trabajo claras y detalladas, incluyendo expectativas de rendimiento y oportunidades de crecimiento.



Oportunidades y desafíos en México

Para jóvenes

¿En qué áreas se enfocan más los jóvenes para su búsqueda laboral?

Se identifica que el 42% de los jóvenes ha estado buscando empleo durante los últimos 12 meses. El 27% ha desarrollado búsquedas en vacantes asociadas a la rama de Ventas y Atención al Cliente, 11% en el área de Finanzas y Bienes Raíces y, en tercer lugar, se ubican las Ciencias de Salud y las Ciencias Sociales, ambas con un 11%.

¿Qué herramientas usan más para buscar empleo?

El 83% de los jóvenes mexicanos emplea redes sociales para buscar empleo, seguido del 62% que recurre a su red de contactos como amigos y familiares y, en tercer lugar, se identifica que el 38% busca vacantes en el sitio web de la empresa. Por otra parte, buscar anuncios impresos en centros de trabajo, sucursales o en línea son herramientas también empleadas por los jóvenes encuestados en ese país (31%).

Al considerar la edad, se identifica que quienes son menores de 19 años buscan más activamente en las redes sociales en relación con el resto. Por otra parte, al considerar la experiencia laboral, se identifica que los jóvenes que no cuentan con experiencia son quienes tienen mayor predisposición a usar las redes sociales.

Finalmente, se identifica que los jóvenes emplean en promedio 3 herramientas para buscar empleo.

¿Cuáles son los 3 factores más importantes para elegir un empleo para los jóvenes?

Al indagar los factores más importantes para elegir un empleo, se identifica que los jóvenes encuestados para el presente contexto reconocen que el salario competitivo es el primer factor para destacar (32%). En segundo lugar, se identifica el horario y días laborales flexibles (20%) y, como tercer factor, el crecimiento profesional (15%). Además, se puede identificar que la ubicación accesible es un elemento relevante para considerar.

Considerando la experiencia laboral del encuestado, se puede identificar que estos 3 factores tienen una mayor alineación con quienes aún no poseen experiencia laboral. Asimismo, el factor ubicación accesible tiene una presencia marcada para este tipo de encuestado.

¿Cuáles son las expectativas salariales de los jóvenes?

Con relación a la expectativa salarial se puede identificar que los jóvenes tienen una preferencia de optar por el salario mínimo al momento de hacer sus procesos de búsqueda laboral (44%). Seguido de esta tendencia, se identifica que también se tiene preferencia por búsquedas de ofertas laborales que evidencien salarios hasta 3 veces el salario mínimo.

Al considerar la edad, los jóvenes de entre 18 y 21 años presentan una tendencia a esperar recibir desde el salario mínimo hasta 3 veces el salario mínimo. Por otra parte, al considerar la experiencia laboral, se identifica que esta tendencia también se vincula con quienes tienen hasta menos de 1 año de experiencia laboral.



¿Cuáles son las dificultades que han enfrentado para encontrar oportunidades laborales los jóvenes?

El 83% de los jóvenes declara que ha tenido dificultades para encontrar oportunidades laborales en el mercado. De este grupo, al menos el 60% ha experimentado un promedio de 4 dificultades.

La dificultad más destaca es la falta de experiencia (60%), la falta de horarios laborales compatibles con la rutina de los jóvenes (47%), el requisito de edad que se explicita en oportunidades laborales (34%), el nivel de escolaridad o falta de conocimientos (26%), la falta de competencia de idiomas requerida para el puesto (25%) y, finalmente, la falta de ofertas en el área de interés de los jóvenes (25%).

Al considerar la experiencia laboral, se llega a identificar que quienes no tienen ninguna experiencia laboral son quienes afrontan la mayor carga de barreras, este aspecto contrasta con quienes tiene más de 1 año de experiencia laboral. Se identifica que quienes son estudiantes presentan las barreras de poder insertarse en el mercado laboral. Finalmente, al considerar el género, las mujeres son quienes presentan en mayor medida las barreras.

¿Por qué razones los jóvenes se han insertado en áreas laborales que no han sido de su interés?

Con relación a la inserción laboral de los jóvenes en áreas que no han sido de interés, se identifica que el 28% de los jóvenes encuestados ha trabajado en un área que no ha sido de su interés. Al identificar los principales motivos de esto, se evidencia que han tenido que ajustarse a esos puestos por: necesidades económicas (18%), falta de experiencia laboral requerida (13%), escasez de oportunidades en el campo laboral (10%) y porque las tareas desempeñadas en el puesto actual difieren de las tareas esperadas (8%).

¿Cuáles son los motivos por los que han renunciado los jóvenes?

El 20% de los jóvenes encuestados ha renunciado a un puesto de trabajo el último año. El principal motivo es el salario insatisfactorio (13%), seguido de un ambiente laboral negativo (10%) y por la dificultad de conciliar el trabajo con la vida personal (8%). Se identifica que quienes más han renunciado por este motivo tienen de 1 a 3 años de experiencia laboral.

Para empresas

¿Cómo es la contratación de jóvenes en México?

En los últimos 12 meses, la mayoría (89%) de las organizaciones en México contrató a jóvenes de entre 18 y 29 años. De estas empresas, el 56% son grandes (más de 250 empleados), el 13% son medianas (50 a 249 empleados), el 20% son pequeñas (10 a 49 empleados) y el 11% restante son microempresas (1 a 9 empleados).

Asimismo, la mayoría de las organizaciones en México (86%) tiene planes de contratar a jóvenes en los próximos 12 meses. De estas empresas, el 55% son grandes, el 11% son medianas, el 24% son pequeñas y el 10% restante son microempresas.

¿En qué áreas están buscando las empresas de México a más jóvenes para sus vacantes?

El 13% de las vacantes en México se encuentra en el área de Ventas y Atención al Cliente. De estas vacantes, el 50% son ofrecidas por grandes empresas, el 15% por medianas empresas, el 30% por pequeñas empresas y el 5% restante por microempresas.



El 11% de las vacantes en México se encuentra en el área de Transporte, Logística y Automotriz. El 70% de estas vacantes las ofrecen grandes empresas, el 18% por medianas empresas, el 6% por pequeñas y el 6% restante por microempresas.

El 9% de las vacantes en México se encuentra en el área de Manufactura. De estas vacantes, el 86% son ofrecidas por grandes empresas, el 7% por medianas empresas y el 7% por microempresas.

¿Cuáles son los principales medios de promoción de vacantes en México?

El 18% de las empresas en México utiliza redes sociales para promover vacantes de empleo dirigidas a jóvenes de entre 18 y 29 años. De estas empresas, el 56% son grandes, el 13% son medianas, el 22% son pequeñas y el 9% restante son microempresas.

El 14% de las empresas en México se apoya en referidos para cubrir vacantes. De estas empresas, el 58% son grandes, el 10% son medianas, el 20% son pequeñas y el 12% restante son microempresas.

El 13% de las empresas en México utiliza portales de empleo para publicar vacantes. El 55% son grandes, el 15% son medianas, el 25% son pequeñas y el 5% restante son microempresas.

¿Cuál es el rango de sueldos en las vacantes para los jóvenes de entre 18 y 29 años en México?

El 52% de las vacantes para jóvenes en México se encuentra entre 1 y 3 salarios mínimos. Las grandes empresas representan el 44% de estas vacantes, seguidas por las pequeñas empresas (26%), las microempresas (15%) y las medianas empresas (15%).

El 25% de las vacantes se encuentra entre 4 y 6 salarios mínimos. Las grandes empresas dominan con el 55% de estas vacantes, seguidas por las pequeñas empresas (30%), las medianas empresas (10%) y las microempresas (5%).

Por último, el 11% de las vacantes ofrece más de 7 salarios mínimos. Las grandes empresas representan el 50% de estas vacantes, seguidas por las pequeñas empresas (40%) y las medianas empresas (10%). Las microempresas no están representadas en este grupo.

¿A qué se enfrentan más las empresas en México: a la dificultad de atracción o la retención del talento joven?

El 63% de las organizaciones en México considera que es más difícil retener al talento joven que atraerlo. Por su parte, el 55% de las empresas que presenta dificultades en la retención del talento joven son empresas grandes, el 18% son empresas medianas, el 9% empresas pequeñas y el 18% son microempresas.

¿Cuáles son las principales dificultades a las que se enfrentan las empresas de México para encontrar talento joven?

El 19% menciona la falta de habilidades blandas. Las empresas grandes reportan este problema en un 44%, las medianas en un 15%, las pequeñas empresas en un 32% y las microempresas en un 9%.

Otro 19% indica que los candidatos buscan mayores salarios y/o mejores beneficios que los ofrecidos. Las grandes empresas mencionan esta preferencia en un 55%, las medianas en un 14%, las pequeñas empresas en un 17% y las microempresas en un 14%.



El 16% de las empresas señala que la dificultad que reportan los jóvenes son horarios laborales no compatibles. Las grandes empresas enfrentan este desafío en un 55%, las medianas en un 19%, las pequeñas empresas en un 13% y las microempresas en un 13%.

¿Cuáles son los 3 factores clave que ofrecen las organizaciones en México para atraer el talento joven?

El 10% de las empresas ofrece un salario competitivo. Las grandes empresas otorgan este beneficio en un 59%, las medianas en un 11%, las pequeñas empresas en un 23% y las microempresas en un 7%.

Otro 10% de las empresas brinda oportunidades de crecimiento profesional. Las grandes empresas ofrecen este beneficio en un 55%, las medianas en un 12%, las pequeñas en un 26% y las microempresas en un 7%.

Finalmente, el 8% de las empresas destaca la seguridad social como un factor clave. Las grandes empresas brindan este beneficio en un 50%, las medianas en un 15%, las pequeñas en un 26% y las microempresas en un 9%.

¿Cuál es la tasa de rotación de jóvenes de 18 a 29 años en las empresas de México?

La tasa de rotación laboral de jóvenes de 18 a 29 años en organizaciones de México se distribuye de la siguiente manera: el 36% tiene una tasa baja (menos del 10%). De ese universo, el 61% son grandes empresas, el 8% medianas, el 23% pequeñas y el 8% microempresas.

El 51% de las empresas tiene una tasa media (entre el 10% y el 50%). Se distribuye 49% grandes empresas, 19% medianas, 24% pequeñas empresas y 8% microempresas.

El 13% tiene una tasa alta (más del 50%). Esto corresponde 45% a grandes empresas, 22% a pequeñas empresas y 33% a microempresas.

¿Cuáles son las 3 principales razones que han detectado las empresas por las que los jóvenes de México renuncian?

Las principales razones de renuncia de los jóvenes en México se distribuyen de la siguiente manera: el 19% busca más experiencia y desarrollo profesional. El 60% de las empresas grandes se enfrentan a ese desafío, seguido por el 20% de las empresas pequeñas, el 13% de las empresas medianas y el 7% de las microempresas.

El 16% menciona falta de interés en el trabajo. El 55% de las empresas grandes se enfrentan a ese desafío, seguido por el 23% de las empresas pequeñas y el 11% de las empresas medianas y microempresas.

El 14% señala falta de equilibrio entre vida y trabajo. El 50% de las empresas grandes se enfrentan a ese desafío, seguido por el 27% de las empresas pequeñas, el 13% de las empresas medianas y el 10% microempresas.

Conclusiones para la realidad laboral en México

El mercado laboral en México presenta desafíos significativos para los jóvenes, quienes enfrentan una alta competencia y dificultades para encontrar empleo adecuado a sus expectativas y necesidades. En este contexto, se observa que las empresas reportan la necesidad de cubrir puestos en las áreas de Ventas y Atención al Cliente (13%), Transporte, Logística y Automotriz (11%), y Manufactura (9%).



Sin embargo, los jóvenes se orientan principalmente hacia áreas como Ventas y Atención al cliente (27%), Finanzas y Bienes Raíces, Ciencias de la Salud y Ciencias Sociales (11% cada una). Este desajuste entre las áreas de interés de los jóvenes y las demandas del mercado laboral es evidente.

Las redes sociales son la herramienta más utilizada por los jóvenes para buscar empleo (83%), seguidas por recomendaciones de amigos y familiares (62%) y sitios web de las empresas (38%). Los jóvenes menores de 19 años y aquellos sin experiencia laboral dependen más de las redes sociales, utilizando en promedio 3 herramientas para su búsqueda de empleo.

Por otro lado, las empresas utilizan una variedad de herramientas para promover vacantes, incluyendo redes sociales (18%), referidos (14%) y portales de empleo (13%). Esta diferencia en el uso de herramientas puede llevar a que los esfuerzos de las empresas no se consoliden adecuadamente en sus canales de promoción de vacantes.

En cuanto a las barreras para ingresar al mercado laboral, el 83% de los jóvenes enfrenta dificultades para encontrar empleo, principalmente por la falta de experiencia (60%), incompatibilidad de horarios (47%), requisitos de edad (34%) y elementos relacionados con la escolaridad y conocimientos (26%). A pesar de estas barreras, el 28% de los jóvenes se ha insertado en áreas que no son de su interés para mantenerse vinculados al mercado laboral, principalmente por necesidades económicas (18%) o falta de experiencia requerida en el sector o puesto deseado (13%). Esto contribuye a los problemas de retención (63%) que experimentan las empresas.

La problemática de retención y rotación puede relacionarse con que el 20% de los jóvenes ha renunciado a un trabajo, principalmente por salarios insatisfactorios (12%).

A pesar de estos desafíos, la mayoría de las empresas ha contratado a jóvenes en los últimos 12 meses (89%) y tiene la intención de seguir haciéndolo (86%) el próximo año.

Orientaciones para dinamizar el mercado laboral en México

Alineación de formación y demanda laboral

Para abordar el desajuste entre las habilidades de los jóvenes y las necesidades del mercado laboral en México, es crucial establecer colaboraciones más estrechas entre instituciones educativas y empresas. Según los datos, el 60% de los jóvenes enfrenta dificultades debido a la falta de experiencia, mientras que el 26% señala la incompatibilidad de sus conocimientos con los requerimientos laborales actuales. Implementar programas de capacitación y reentrenamiento podría ser clave, especialmente en sectores como Ventas y Atención al Cliente (27% de orientación de los jóvenes) y Finanzas y Bienes Raíces (11%).

Fortalecimiento de herramientas de búsqueda de empleo

Considerando que el 83% de los jóvenes mexicanos usa redes sociales para buscar empleo, el 62% recurre a su red de contactos y el 38% busca oportunidades en los sitios web de las empresas de su interés, las organizaciones deben integrar estos medios para promocionar sus vacantes.

Esto incluye iniciar programas de referidos, promocionar sus vacantes a través de redes sociales, e implementar un espacio en su página web destinado únicamente a la postulación de oportunidades laborales y recepción de CV. Al hacerlo, se mejorará significativamente la visibilidad de los puestos de trabajo ofrecidos y se facilitará la conexión entre empleadores y jóvenes talentos.



Reducción de barreras para la inserción laboral

Las barreras como la falta de experiencia y la incompatibilidad de horarios continúan siendo obstáculos significativos para los jóvenes que buscan ingresar al mercado laboral. Implementar

programas estructurados de pasantías y prácticas profesionales podría mitigar estas dificultades, proporcionando a los jóvenes la oportunidad de adquirir experiencia práctica relevante. Además, flexibilizar los requisitos de contratación, considerando la edad requerida para los puestos, podría ampliar las oportunidades de empleo para esta demografía.

Mejora de condiciones laborales y retención de talento

La retención de talento joven es crucial. Dado que el principal motivo de renuncia por parte de los jóvenes es el salario insatisfactorio, implementar políticas salariales competitivas y transparentes es esencial para atraer y retener a jóvenes talentosos. Además, desarrollar planes de carrera claros y accesibles puede fomentar un entorno laboral más satisfactorio y atractivo para esta generación.

En este sentido, las empresas tienen que cimentar sus flujos y políticas de crecimiento profesional considerando 2 elementos: (i) salario escalable en función del ascenso y el puesto y (ii) líneas de crecimiento profesional, mediante la cual se pueda visibilizar el proceso formativo y desarrollo que un joven puede tener en la organización.

Fomento del emprendimiento juvenil

Con un enfoque en el 28% de jóvenes que han aceptado trabajos fuera de sus áreas de interés, provocado principalmente por necesidades económicas urgentes, es fundamental apoyar el espíritu empresarial juvenil. Esto puede lograrse mediante la implementación de programas de apoyo financiero y capacitación para emprendedores jóvenes, así como la provisión de incentivos fiscales y financieros para startups y pequeñas empresas que contraten a jóvenes talentos. Esta ruta podría ayudar a fomentar el desarrollo de habilidades y potencialmente la inserción de los jóvenes en áreas y sectores que respondan más al interés y la necesidad del mercado local.

Promoción de la diversidad en las estrategias de reclutamiento

Para mejorar la eficacia de los esfuerzos de reclutamiento, es esencial que las empresas utilicen una gama diversa de canales de promoción de vacantes, incluyendo redes sociales y referidos personales. Colaborar de manera más estrecha con bolsas de trabajo universitarias también puede facilitar el acceso de los jóvenes a oportunidades laborales relevantes, fortaleciendo así la conexión entre empleadores y jóvenes talentos.



Oportunidades y desafíos en Argentina

Para jóvenes

¿En qué áreas se enfocan más los jóvenes para su búsqueda laboral en Argentina?

El 80% de los jóvenes encuestados declara que ha buscado trabajo en los últimos 12 meses. Respecto a las áreas donde buscan trabajo, el 43 % de los jóvenes lo ha hecho en Ventas y Atención al Cliente. En segundo lugar, en las áreas de Marketing y Publicidad al igual que Tecnología y Desarrollo de Software, con un 18%. En tercer lugar, en Diseño Gráfico y Multimedia con un 11%.

¿Qué herramientas usan más los jóvenes para buscar empleo en Argentina?

Al consultar sobre las herramientas que emplean para la búsqueda laboral, se identifica que el 90% de los jóvenes usan las redes sociales, como LinkedIn o Facebook. Por otra parte, se identifica que el 69% recurre a familiares y amigos. En tercer lugar, el 51% de los jóvenes consulta los sitios web de las empresas en las que se encuentran interesados.

Por otra parte, se registra que el uso de portales de empleo es una herramienta recurrente, ya que el 40% de jóvenes menciona que los ha consultado. Finalmente, se identifica que el 30% de jóvenes encuestados emplea búsquedas por anuncios en periódicos (impresos o en línea) o anuncios impresos en el centro de trabajo, sucursales u oficinas, con un 30% igual que el anterior.

En promedio, se identifica que al menos el 60% de los jóvenes emplea 5 herramientas para buscar empleo de manera activa.

¿Cuáles son los 3 factores más importantes para elegir un empleo para los jóvenes en Argentina?

El salario competitivo es un elemento que destaca para los jóvenes encuestados. Se materializa como primer factor (28%) y como segundo factor (12%). Con relación al tercer factor, el 15% de los jóvenes menciona el crecimiento profesional.

Para este grupo, elementos como la ubicación accesible y el clima laboral podrían considerarse como tercer factor al elegir un puesto de trabajo, ya que presentan proporciones positivas.

¿Cuáles son las expectativas salariales de los jóvenes en Argentina?

Con relación a las expectativas salariales, se identifica que los jóvenes presentan una mayor propensión a buscar vacantes desde 1 a 3 veces el salario mínimo (88%). Con relación a este punto, se puede identificar que quienes presentan menos de 1 año de experiencia laboral hasta nula experiencia laboral son quienes presentan una mayor tendencia a proyectar expectativas salariales hasta 3 veces el salario mínimo del país.

Se identifica que los jóvenes que buscan en el área de Ventas y Atención al Cliente tienen mayor expectativa del salario mínimo; en esta línea, quienes son estudiantes presentan mayor tendencia a este tipo de expectativas.



¿Cuáles son las dificultades que han enfrentado para encontrar oportunidades laborales los jóvenes en Argentina?

El 93% de los jóvenes encuestados reporta que ha tenido problemas para insertarse en el mercado laboral.

Al identificar las principales dificultades, se puede reconocer que se debe a la falta de experiencia (72%), a la incompatibilidad entre el horario laboral y la vida personal (48%), a la escasez de ofertas en el área de interés de los jóvenes (43%), a la edad que se explicita como requisito para las vacantes (39%), a la falta de conocimiento sobre cómo buscar empleo (34%) y, finalmente, a la falta de redes de contactos profesionales como barrera para insertarse en el mercado (27%).

¿Por qué razones los jóvenes se han insertado en áreas laborales que no han sido de su interés?

Se identifica que un 72% de los jóvenes encuestados ha tenido que insertarse en un área laboral que no es de su interés, sea por necesidades económicas urgentes (32%), por falta de experiencia (23%), o por la escasez de oportunidades en su campo.

Por otra parte, al considerar la edad, se identifica que quienes son menores de 21 años han decidido insertarse laboralmente en un área que no es de su interés por experimentar necesidades económicas urgentes o por no tener la experiencia laboral requerida.

¿Cuáles son los motivos por los que han renunciado los jóvenes?

El 28% de los jóvenes encuestados ha tenido que renunciar a su puesto de trabajo. El principal es el salario insatisfactorio (18%). El segundo motivo es la dificultad para conciliar el trabajo con la vida personal (13%). El tercer motivo es debido a que los jóvenes buscan más experiencia y desarrollo profesional (11%). Al considerar el rango de edad, se puede identificar que los jóvenes que tienen entre 18 a 25 años son quienes más declaran tener esta dificultad.

Para empresas

¿Cómo es la contratación de jóvenes en Argentina?

En los últimos 12 meses, la mayoría (88%) de las organizaciones consultadas en Argentina contrató a jóvenes de entre 18 y 29 años. De estas empresas, 41% son grandes (más de 250 empleados), 32% son medianas (50 a 249 empleados), 12% son pequeñas (10 a 49 empleados) y 15% son microempresas (1 a 9 empleados).

Además, la mayoría (81%) de las organizaciones en Argentina tiene planes de contratar a jóvenes en los próximos 12 meses. De estas empresas, 45% son grandes, 31% son medianas, 9% son pequeñas y 15% son microempresas.

¿En qué áreas están buscando las empresas de Argentina a más jóvenes para sus vacantes?

El 14% de las vacantes en Argentina corresponde al área de Ventas y Atención al Cliente. El 48% de estas vacantes las ofrecen grandes empresas, el 26% medianas empresas y el 26% microempresas, No se contabilizaron vacantes disponibles en pequeñas empresas.

El 13% de las vacantes en Argentina está en el área de Finanzas y Bienes Raíces. En cuanto al tamaño empresarial, el 65% de estas vacantes son ofrecidas por grandes empresas, el 29% por medianas empresas, y el 6% por microempresas (sin vacantes disponibles en pequeñas empresas).



El 11% de las vacantes en Argentina se encuentra en el área de Ingeniería. El 40% de estas vacantes las ofrecen grandes empresas, 33% medianas empresas, 7% pequeñas y 20% microempresas.

¿Cuáles son los principales medios de promoción de vacantes en Argentina?

El 21% de las empresas en Argentina utiliza redes sociales para promover vacantes de empleo dirigidas a jóvenes de entre 18 y 29 años. De estas empresas, 44% son grandes, 30% son medianas, 8% son pequeñas y 18% son microempresas.

El 19% de las empresas en Argentina se apoya en referidos. De estas empresas, 41% son grandes, 29% son medianas, 14% son pequeñas y 16% son microempresas.

El 13% de las empresas en Argentina utiliza bolsas de trabajo de universidades. De estas, 53% son grandes, 29% son medianas, 5% son pequeñas y 13% son microempresas.

¿Cuál es el rango de sueldos en las vacantes para los jóvenes de entre 18 y 29 años en Argentina?

El 62% de las vacantes para jóvenes en Argentina se encuentra entre 1 y 3 salarios mínimos. El 37% de las empresas que ofrecen este rango de salarios para jóvenes son grandes empresas, seguidas por 34% de medianas empresas, 18% de las microempresas y 11% las pequeñas empresas.

El 19% de las vacantes se encuentra entre 4 y 6 salarios mínimos. Las grandes empresas dominan con el 61% de estas vacantes, seguidas por las pequeñas empresas (13%), las medianas empresas (13%) y las microempresas (13%).

El 14% de las vacantes ofrece el salario mínimo. Las grandes empresas representan el 31% de estas vacantes, seguidas por las medianas empresas (23%), las microempresas (23%) y las pequeñas empresas (23%).

Atracción o retención del talento joven. ¿A qué se enfrentan más las empresas en Argentina?

El 61% de las organizaciones en Argentina considera que es más difícil retener al talento joven que atraerlo. De quienes consideran esto, 37% de estas son empresas grandes, 35% son medianas, 12% son microempresas y 16% son pequeñas empresas.

¿Cuáles son las principales dificultades a las que se enfrentan las empresas de Argentina para encontrar talento joven?

Las 3 principales dificultades a las que se enfrentan las empresas en Argentina para encontrar talento joven son: la falta de experiencia (20%). De este porcentaje, 30% son grandes empresas, 35% son medianas, 16% pequeñas y 19% son microempresas.

La falta de habilidades blandas ocupa el segundo lugar con 20%. Este porcentaje se compone en 41% de grandes empresas, 24% medianas, 14% pequeñas y 21% microempresas.

Finalmente, el 18% señala que los candidatos buscan mayores salarios y/o mejores beneficios que los ofrecidos. Las grandes empresas mencionan esta preferencia en un 44%, las medianas en un 28%, las pequeñas en un 14% y las microempresas en un 14%.



¿Cuáles son los 3 factores clave que ofrecen las organizaciones en Argentina para atraer el talento joven?

El 13% de las empresas menciona la relación laboral formal. Las grandes empresas reportan este beneficio en un 50%, las medianas en un 24%, las pequeñas empresas en un 13% y las microempresas en un 13%.

El 12% de las empresas señala el crecimiento profesional como un factor clave. Las grandes empresas otorgan este beneficio en un 43%, las medianas en un 32%, las pequeñas en un 6% y las microempresas en un 19%.

Finalmente, el 11% de las empresas destaca el clima laboral como un factor importante. Las grandes empresas reportan este beneficio en un 44%, las medianas en un 26%, las pequeñas en un 15% y las microempresas en un 15%.

¿Cuál es la tasa de rotación de jóvenes de 18 a 29 años en las empresas de Argentina?

El 47% tiene una tasa baja (menos del 10%) con la siguiente composición: 41% grandes empresas, 25% medianas, 21% pequeñas empresas y el 13% de las microempresas.

El 39% tiene una tasa media (entre el 10% y el 50%). Este universo se compone 43% por grandes empresas, 38% por medianas empresas, 3% por pequeñas empresas y 16% por microempresas.

El 14% tiene una tasa alta (más del 50%). Corresponde 24% a grandes empresas, 17% a medianas, 17% a pequeñas y 42% a microempresas.

¿Cuáles son las 3 principales razones que han detectado las empresas por las que los jóvenes de Argentina renuncian?

El 17% busca más experiencia y desarrollo profesional. En este punto, el 44% de las empresas grandes se enfrenta a ese desafío, el 34% de las empresas medianas, el 10% de las empresas pequeñas y el 12% de las microempresas.

El 12% menciona falta de interés en el trabajo. El 32% de las microempresas se enfrenta a ese desafío, seguido por el 29% de las empresas grandes, el 21% de las empresas pequeñas y el 18% de las empresas medianas.

El 11% señala un salario insatisfactorio como motivo principal. El 40% de las empresas medianas se enfrenta a ese desafío, seguido por el 26% de empresas grandes, el 19% de empresas pequeñas y el 15% de microempresas.

Conclusiones para la realidad laboral en Argentina

En Argentina, las empresas han mostrado una tendencia activa en la contratación de jóvenes. En los últimos 12 meses, el 88% de las empresas contrató a jóvenes de entre 18 a 29 años. En cuanto a las vacantes disponibles, las áreas en donde mayormente buscan a jóvenes son Ventas y Atención al Cliente (14%), Finanzas y Bienes Raíces (13%), Ingeniería (11%), Manufactura (9%) y Transporte, Logística y Automotriz (8%). La mayoría de las vacantes para jóvenes ofrecen entre 1 y 3 salarios mínimos (62%).

Sin embargo, se observa un desajuste entre la oferta de las empresas y las áreas en las que los jóvenes buscan empleo. Mientras que el 43% de los jóvenes orienta sus búsquedas laborales hacia empleos en Ventas y Atención al Cliente, otros campos de interés incluyen Marketing y



Publicidad, Tecnología y Desarrollo de Software (18%), y Diseño Gráfico y Multimedia (11%). Este desajuste podría deberse a que los jóvenes están buscando oportunidades laborales en estas áreas fuera del mercado laboral nacional.

En la búsqueda de empleo, los jóvenes utilizan una amplia gama de herramientas. Las redes sociales son la principal opción para el 90% de ellos, seguidas por el apoyo de familiares y amigos (69%), sitios web de empresas (51%), portales de empleo (40%) y anuncios en periódicos o centros de trabajo (30%). En promedio, los jóvenes emplean al menos 5 herramientas para buscar empleo activamente. Esta preferencia se alinea en parte con las estrategias de las empresas, que también utilizan redes sociales y referidos para promover vacantes. No obstante, las bolsas de trabajo en universidades no son tan utilizadas por los jóvenes, lo que sugiere la necesidad de que las empresas consideren sitios web de empleo y anuncios más tradicionales para difundir sus vacantes.

La tasa de rotación laboral de jóvenes es mayormente baja (47%) o media (39%). Las principales razones de renuncia que han detectado las empresas incluyen la búsqueda de más experiencia y desarrollo profesional (17%), falta de interés en el trabajo (12%) y salarios insatisfactorios (11%). Estas razones de renuncia concuerdan con que el 28% de los jóvenes dejó sus empleos. Además, el 61% de las empresas considera que es más difícil retener al talento joven que atraerlo. Los jóvenes priorizan un salario competitivo como el principal factor al elegir un empleo (28%), seguido del crecimiento profesional (15%). Otros factores importantes son el clima laboral y la accesibilidad de la ubicación.

En términos salariales, la mayoría de las vacantes para jóvenes ofrece entre 1 y 3 salarios mínimos (62%). Esto coincide con las expectativas salariales de los jóvenes, quienes buscan vacantes que ofrezcan desde el salario mínimo hasta 3 veces su valor, especialmente aquellos con poca o nula experiencia laboral.

Con relación a la dificultad de encontrar el puesto y el trabajo ideal por ambas partes, el 93% de los jóvenes reporta problemas para encontrar empleo, siendo la falta de experiencia la principal barrera (72%), seguida por la incompatibilidad horaria (48%) y la escasez de ofertas en su área de interés (43%). Además, la edad requerida para las vacantes, la falta de conocimientos sobre cómo buscar empleo y la carencia de redes de contactos profesionales también son obstáculos significativos. Más de la mitad de los jóvenes encuestados (55%) declaran que han tenido que trabajar en áreas fuera de su interés, principalmente debido a necesidades económicas urgentes (32%), falta de experiencia (23%) y escasez de oportunidades en su campo (17%).

Las empresas argentinas también enfrentan dificultades para encontrar talento joven. Entre las principales dificultades, se encuentran: la falta de experiencia por parte de los candidatos jóvenes (20%), carencia de habilidades blandas (20%) y expectativas salariales altas de los candidatos (18%). Para atraer talento, las empresas destacan la importancia de establecer relaciones laborales formales (13%), ofrecer oportunidades de crecimiento profesional (12%) y mantener un buen clima laboral (11%).

Orientaciones para dinamizar el mercado laboral en Argentina

Mejorar la conexión entre la educación y el mercado laboral

Al considerar que la mayoría de los jóvenes reporta que el principal problema para insertarse en el mercado laboral es la falta de experiencia, es urgente fomentar alianzas estratégicas entre instituciones educativas y empresas para generar prácticas profesionales que permitan adquirir la experiencia necesaria antes de graduarse, facilitando su transición eficiente al mercado laboral.



Ampliar y diversificar los canales de búsqueda de empleo

Considerando que el 90% de los jóvenes utiliza redes sociales para buscar empleo y que un 51% recurre a los sitios web de las empresas, es esencial mejorar y promocionar el uso de plataformas digitales. No obstante, se deben incrementar los portales de empleo y bolsas de trabajo universitarias, infrautilizados por los jóvenes, o mejorar la infraestructura para que puedan emplearse. Por otra parte, el poder utilizar ferias de empleo y fortalecer las bolsas de trabajo en universidades permitirá facilitar el contacto directo entre jóvenes y empleadores.

Fomentar la capacitación de habilidades blandas y técnicas

El 20% de las empresas señala que la falta de habilidades blandas es una de las dificultades principales para encontrar talento joven, por eso es necesario desarrollar programas de capacitación en estas áreas complementarias a las habilidades técnicas. Ofrecer cursos y talleres de actualización en áreas de alta demanda laboral, como Tecnología, Marketing Digital y Desarrollo de Software, aumentaría la empleabilidad de los jóvenes en sectores emergentes.

Ajustar las expectativas laborales y facilitar la inserción laboral

El principal motivo de renuncia entre los jóvenes es la dificultad de lograr un equilibrio entre la vida personal y el trabajo. Es relevante fomentar una cultura empresarial que permita a los jóvenes conciliar el trabajo con otras actividades, como los estudios o la vida personal, promoviendo la participación en actividades recreativas y el tiempo con familiares y amigos.

Facilitar la inserción laboral de jóvenes sin experiencia es otro aspecto clave. Crear programas específicos de primer empleo que ofrezcan incentivos a las empresas para contratar a jóvenes sin experiencia ayudaría a reducir la brecha de falta de experiencia. Esto es relevante porque la falta de experiencia es la principal barrera para el 72% de los jóvenes. Establecer programas de mentoría y coaching también sería beneficioso, ayudando a los jóvenes a desarrollar sus carreras y adaptarse al entorno laboral.

Incentivar la contratación y retención

Con un 61% de las organizaciones considerando que es más difícil retener al talento joven que atraerlo, las empresas deben enfocarse en establecer relaciones laborales formales, ofrecer oportunidades de crecimiento profesional (una demanda del 15% de los jóvenes) y mantener un buen clima laboral. Esto contribuiría a reducir la rotación laboral y atraer talento joven de manera más efectiva.



Oportunidades y desafíos en Perú

Para jóvenes

¿En qué áreas se enfocan más los jóvenes para su búsqueda laboral?

Durante los últimos 12 meses, el 64% de jóvenes ha estado de manera activa en procesos de búsqueda laboral. En promedio, se identifica que el 13% de los jóvenes se ha enfocado de buscar vacantes en el área de Ventas y Atención al Cliente. En segundo lugar, se identifica que Marketing y Publicidad es un área en la que los jóvenes se enfocan (11%). Finalmente, Recursos Humanos es un área que también despierta interés (10%).

Al considerar el rango de edad, se identifica que jóvenes menores de 19 años presentan una mayor predisposición a buscar oportunidades laborales en el área de Ventas y Atención al Cliente. En esta línea, esta concentración se da para jóvenes que presentan desde menos de 1 año de experiencia hasta ninguna experiencia laboral.

¿Qué herramientas usan más para buscar empleo?

Se reconoce que el 85% de los jóvenes encuestados emplea redes sociales para identificar oportunidades laborales. Asimismo, se identifica que el 59% de jóvenes busca empleo a través de familiares y amigos y el 48% lo realiza por el sitio web de las empresas que le interesan. En esta línea, se identifica que el 34% emplea portales de empleo como Monster, CareerBuilder para poder identificar oportunidades laborales. Se pueden identificar otros tipos de herramientas que destacan: un 29% emplea agencias gubernamentales de empleo y un 27% de jóvenes emplea las ferias de empleo para poder identificar oportunidades laborales. Otra herramienta que destaca se asocia a que el 26% de jóvenes emplea anuncios en periódicos, sean impresos o en línea, al igual que anuncios impresos en el centro de trabajo, sucursales u oficinas de la empresa (26%).

¿Cuáles son los 3 factores más importantes para elegir un empleo para los jóvenes?

Con relación a los principales motivos el 30% identifica el salario como primer factor para elegir un empleo, seguido por los horarios flexibles con un 17% de preferencia. Finalmente, el crecimiento profesional es el tercer factor para los jóvenes al momento de elegir un empleo (16%).

¿Cuáles son las expectativas salariales de los jóvenes?

Con relación a las expectativas salariales, se identifica que el 48% espera recibir al menos el salario mínimo. Por otra parte, el 39% espera recibir entre 1y 3 veces el salario mínimo. Finalmente, el 13% espera recibir desde 4 veces el sueldo mínimo hasta 7 veces el valor de este.

Al considerar los años de experiencia laboral, se puede identificar que quienes tienen entre 1 a 3 años de experiencia laboral esperan recibir la misma correspondencia en el salario mínimo, de 1 a 3 veces el valor de este. Considerando el intervalo de edad de 18 a 29 años, se puede identificar que existe una mayor concentración de expectativa salarial del mínimo hasta 3 veces su valor.



¿Cuáles son las dificultades que han enfrentado para encontrar oportunidades laborales los jóvenes?

El 90% de los encuestados declara que ha tenido dificultades para encontrar oportunidades laborales. El 63% menciona que se debe a la falta de experiencia. En segundo lugar, se menciona que se debe a que el horario laboral no es compatible con el estilo de vida del encuestado (48%).

Por otra parte, se hace mención del requisito de la edad (35%), la escasez de ofertas en el área de interés de los encuestados (34%), los salarios y prestaciones deficientes (26%), la falta de conocimiento sobre cómo buscar empleo (24%), la falta de redes de contacto profesionales, la dificultad de movilidad geográfica (24%) y la falta de competencia en idiomas (24%).

Se puede inferir que al menos el 70% ha experimentado un promedio de 5 dificultades.

¿Por qué razones los jóvenes se han insertado en áreas laborales que no han sido de su interés?

Se identifica que el 37% ha tenido dificultades para encontrar vacantes que sean de interés. Con relaciones a los motivos, el 49% menciona que se ha debido por necesidades económicas. El 44% de los jóvenes menciona que se debe a la falta de experiencia laboral.

¿Cuáles son los motivos por los que han renunciado los jóvenes?

Para el presente contexto se identifica que el 23% de encuestados ha tenido que renunciar a su puesto de trabajo en los últimos meses. Los motivos que han fomentado esta conducta han sido el salario insatisfactorio (11%), búsqueda de una mayor variedad de experiencias y desarrollo personal a igual que un ambiente laboral negativo (10%).

Al considerar la experiencia laboral de los encuestados, se puede identificar que quienes tienen entre 1 y 3 años de experiencia laboral son quienes se han movilizado en mayor medida por este motivo. Al considerar el género, se identifica que no existe distinción por estos motivos en general.

Para empresas

¿Cómo es la contratación de jóvenes en Perú?

En los últimos 12 meses, la mayoría (87%) de las organizaciones en Perú contrató a jóvenes de entre 18 y 29 años. De estas empresas, el 26% son grandes (más de 250 empleados), el 11% son medianas (50 a 249 empleados), el 26% son pequeñas (10 a 49 empleados) y el 37% restante son microempresas (1 a 9 empleados).

Además, la mayoría (76%) de las organizaciones en Perú tiene planes de contratar a jóvenes en los siguientes 12 meses. De estas empresas, el 27% son grandes, el 11% son medianas, el 23% son pequeñas y el 39% restante son microempresas.

¿En qué áreas están buscando las empresas de Perú a más jóvenes para sus vacantes?

El 14% de las vacantes en Perú se encuentra en el área de Marketing y Publicidad. En tamaño empresarial, el 19% de estas vacantes las ofrecen grandes empresas, el 27% medianas empresas, y el 27% pequeñas empresas y microempresas.

Además, el 14% de las vacantes en Perú está en el área de Ventas y Atención al Cliente. El 46% de estas vacantes las ofrecen grandes empresas, el 18% las pequeñas y el 36% las microempresas.



Finalmente, el 11% de las vacantes en Perú se encuentra en el área de Transporte, Logística y Automotriz. En tamaño empresarial, el 45% de estas vacantes las ofrecen grandes empresas, el 11% medianas empresas, el 22% pequeñas y el 22% microempresas.

¿Cuáles son los principales medios de promoción de vacantes en Perú?

El 27% de las empresas en Perú utiliza redes sociales para promover vacantes dirigidas a jóvenes de entre 18 y 29 años. De estas empresas, el 25% son grandes, el 13% son medianas, el 25% son pequeñas y el 37% restante son microempresas.

El 18% de las empresas en Perú se apoya en referidos para cubrir vacantes. De estas empresas, el 26% son grandes, el 11% son medianas, el 21% son pequeñas y el 42% restante son microempresas.

El 13% de las empresas en Perú utiliza el sitio web de la empresa para publicar vacantes. De estas empresas, el 30% son grandes, el 7% son medianas, el 30% son pequeñas y el 33% restante son microempresas.

¿Cuál es el rango de sueldos en las vacantes para los jóvenes de entre 18 y 29 años en Perú?

El 46% de las vacantes para jóvenes en Perú ofrece el salario mínimo. Las microempresas representan el 55% de estas vacantes, seguidas por las grandes empresas (18%), las pequeñas empresas (16%) y las medianas empresas (11%).

El 41% de las vacantes se encuentra entre 1 y 3 salarios mínimos. Las grandes empresas dominan con el 30% de estas vacantes, seguidas por las microempresas (32%), las pequeñas empresas (32%) y las medianas empresas (6%).

El 10% de las vacantes se encuentra entre 4 y 6 salarios mínimos. Las grandes empresas representan el 37% de estas vacantes, seguidas por las pequeñas empresas (38%) y las medianas empresas (25%), mientras que las microempresas no representan vacantes en este rango salarial.

Atracción o retención del talento joven. ¿A qué dificultad se enfrentan más las empresas en Perú?

El 56% de las organizaciones en Perú considera que es más difícil retener al talento joven que atraerlo. Por su parte, el 24% de las empresas que presentan dificultades en la retención del talento joven son empresas grandes, el 17% son empresas medianas, el 38% son microempresas y el 21% son pequeñas empresas.

¿Cuáles son las principales dificultades a las que se enfrentan las empresas de Perú para encontrar talento joven?

El 23% menciona la falta de experiencia. Las grandes empresas reportan este problema en un 20%, las medianas en un 8%, las pequeñas empresas en un 20% y las microempresas en un 52%.

El 17% indica la falta de habilidades blandas. Las grandes empresas mencionan esta carencia en un 31%, las medianas en un 3%, las pequeñas en un 28% y las microempresas en un 38%.

Finalmente, el 14% señala horarios laborales no compatibles como un problema principal. Las grandes empresas reportan este desafío en un 33%, las medianas en un 13%, las pequeñas en un 8% y las microempresas en un 46%.



¿Cuáles son los 3 factores clave que ofrecen las organizaciones en Perú para atraer el talento joven?

El 14% de las empresas ofrece oportunidades de crecimiento profesional. Las grandes empresas reportan este beneficio en un 33%, las medianas en un 10%, las pequeñas empresas en un 23% y las microempresas en un 34%.

El 12% de las empresas menciona un buen clima laboral. Las grandes empresas ofrecen este factor en un 23%, las medianas en un 6%, las pequeñas en un 29% y las microempresas en un 42%.

Finalmente, el 12% de las empresas destaca la necesidad de ofrecer un salario competitivo. Las grandes empresas reportan este beneficio en un 29%, las medianas en un 11%, las pequeñas en un 20% y las microempresas en un 40%.

¿Cuál es la tasa de rotación de jóvenes de 18 a 29 años en las empresas de Perú?

La tasa de rotación laboral de jóvenes de 18 a 29 años en organizaciones de Perú se distribuye de la siguiente manera: el 40% tiene una tasa baja (menos del 10%). En este primer grupo, el 20% son grandes empresas, el 13% son medianas, el 30% son pequeñas y el 37% son microempresas.

En segundo término, un 39% de las empresas declara tener una tasa de rotación media (entre el 10% y el 50%). Aquí el 38% son grandes empresas, 3% son medianas empresas, 21% son pequeñas empresas y 38% son microempresas.

Por último, un 21% informa tener una tasa de rotación alta (más del 50%). El 6% son grandes empresas, 25% son medianas, 13% son pequeñas y 56% son microempresas.

¿Cuáles son las 3 principales razones que han detectado las empresas de Perú por las que los jóvenes renuncian?

El 17% busca más experiencia y desarrollo profesional. El 42% de las microempresas se enfrenta a ese desafío, seguido del 25% de las empresas grandes, el 19% de las empresas pequeñas y el 14% de las empresas medianas.

El 12% menciona un salario insatisfactorio. El 44% de las microempresas se enfrenta a ese desafío, seguido del 24% de las empresas pequeñas y el 16% de las empresas grandes y medianas.

El 11% indica el deseo de cambiar de industria como motivos principales. El 48% de las microempresas se enfrenta a ese desafío, seguido del 26% de las empresas grandes, el 17% de las empresas pequeñas y el 9% de las empresas medianas.

Conclusiones para la realidad laboral en Perú

En el caso del mercado laboral en Perú, se identifica que en los últimos 12 meses el 87% de las empresas ha contratado a jóvenes. En esta línea, la intención de contratación a este público se mantiene en un 76%. Las áreas donde se concentran mayores oportunidades laborales para jóvenes son Marketing y Publicidad (14%), Ventas y Atención al Cliente (14%), y Transporte, Logística y Automotriz (11%), destacando las empresas medianas y grandes que requieren más puestos en estos sectores.



No obstante, la orientación a identificar oportunidades en el mercado por parte de los jóvenes se está dando en las áreas de Ventas y Atención al Cliente (13%), Marketing y Publicidad (11%) y Recursos Humanos (10%). Aunque existe una sinergia en 2 de las 3 áreas, el área de Transporte, Logística y Automotriz no es explorada por los jóvenes como nicho de oportunidades.

Con relación a los medios mediante los cuales se da la difusión de las vacantes, se identifica que las empresas emplean redes sociales (27%), contactos y referidos (18%) y sitios web corporativos (13%). Los jóvenes emplean en mayor medida las redes sociales como herramienta para la búsqueda laboral (85%). Además, recurren a través de familiares y amigos (59%) y consultan el sitio web de la empresa en la que buscan insertarse (48%). Si bien, ambos actores utilizan los mismos canales, el uso de estas herramientas es mayoritario por parte de jóvenes.

En esta línea, también se identifica que una fuente o herramienta notable para la búsqueda laboral son las agencias gubernamentales (29%) y ferias de empleo (27%). Esas dos últimas son herramientas poco empleadas por las empresas para difundir sus vacantes.

Respecto a la retención del talento, se identifica que el 56% de empresas percibe problemas. Asimismo, también tienen dificultades para atraer el talento que necesitan por la poca experiencia de los jóvenes (23%), la carencia de habilidades blandas (17%) y los horarios laborales no compatibles (14%). Este hallazgo se asocia con las problemáticas declaradas por los jóvenes, la dificultad de insertarse por la falta de experiencia (63%) que muchas veces los lleva a insertarse en puestos de trabajo que no son de su interés.

Por otra parte, se identifica que existe un desligue entre lo que buscan los jóvenes y lo que ofrecen las empresas. Por un lado, los jóvenes buscan tener horarios flexibles (17%), tener oportunidades de crecimiento profesional (16%), al igual que una ubicación accesible, y renuncian por salarios insatisfactorios (11%); mientras que las empresas ofrecen crecimiento profesional (14%), clima laboral (12%) y salario competitivo (12%). Sin embargo, esta estrategia contrasta con lo que buscan los jóvenes al momento de ingresar al mercado laboral y con los motivos que podrían generar su desvinculación. Los jóvenes priorizan tener horarios flexibles, lo que también podría ayudar a mitigar el problema de la inaccesibilidad de la ubicación laboral para ellos.

Orientaciones para dinamizar el mercado laboral en Perú

Fomento de la exploración de nichos no tradicionales

Si bien las áreas de Ventas y Atención al Cliente, y Marketing y Publicidad tienen la mayor concentración de oferta y demanda, se revela que existe un nicho poco aprovechado por parte de los jóvenes que es el área de Transporte, Logística y Automotriz. En este sentido, se recomienda incentivar a los jóvenes a explorar oportunidades en esta área. Las universidades y centros de formación podrían desarrollar programas especializados y campañas informativas para destacar las oportunidades y beneficios de trabajar en este sector.

Mejora de los canales de difusión de vacantes con otras fuentes

Las empresas podrían aumentar su presencia en los jóvenes si emplean otro tipo de herramientas de difusión; por ejemplo, las agencias gubernamentales, como los centros de empleo, y las ferias de empleo pueden llevar a aumentar la presencia de vacantes demandadas para los jóvenes. En este sentido, se captaría el talento de manera más amplia y efectiva. En esta línea, se estaría fomentando la colaboración entre empresa y agencias gubernamentales para diversificar los canales de difusión.



Compatibilidad de horarios laborales y beneficios atractivos

Existe un desacuerdo entre lo que buscan los jóvenes y lo que ofrecen las empresas en términos de horarios laborales y beneficios. Las empresas podrían considerar la implementación de los horarios flexibles y ofrecer beneficios que se alineen más con las expectativas de los jóvenes, como oportunidades de crecimiento profesional y trabajo híbrido o teletrabajo para mitigar los problemas de ubicación poco accesible.

Promoción de oportunidades de crecimiento profesional más enfocados

Aunque existe una práctica de ofrecer crecimiento profesional como principal beneficio, esto no es un factor principal para los jóvenes. Las empresas deben de comunicar de manera más efectiva las oportunidades de desarrollo que van a tener en la organización, mostrando beneficios concretos.



Oportunidades y desafíos en Paraguay

Para jóvenes

¿En qué áreas se enfocan más los jóvenes para su búsqueda laboral?

El 68% de los jóvenes encuestados ha presentado una búsqueda activa de oportunidades laborales durante los últimos 12 meses. Se han centrado en el área de Ventas y Atención al Cliente (38%), Recursos Humanos (12%) y Finanzas y Bienes Raíces (12%).

En promedio se puede identificar que el 93% de los jóvenes del país ha concentrado su búsqueda laboral en 3 áreas. Por otra parte, al considerar la experiencia laboral, se identifica una mayor proporción de jóvenes con menos de 1 año y optan por buscar oportunidades en el área de Ventas y Atención al Cliente.

¿Qué herramientas usan más para buscar empleo?

En relación con las herramientas para la búsqueda laboral, se identifica que el 79 % de jóvenes emplea redes sociales, el 48 % realiza la búsqueda mediante figuras de confianza como lo son familiares y amigos y el 45 % emplea ferias de empleo. Además, el 38% emplea agencias gubernamentales de empleo. Existe una disposición para consultar anuncios, sea por periódicos en línea o impresos (24%) o anuncios impresos en el centro trabajo, sucursales u oficinas donde buscan insertarse (24%).

Se identifica que al menos el 78% de los jóvenes se centra en usar 5 herramientas al momento de buscar empleo.

¿Cuáles son los 3 factores más importantes para elegir un empleo para los jóvenes?

Para los jóvenes encuestados, se identifican que existen 3 factores relevantes para elegir un empleo. El primer factor que resalta es el horario y días laborales flexibles que se puedan tener (21%). Por otra parte, se identifica el crecimiento profesional como segundo factor (15%). En tercer lugar, se identifica el crecimiento profesional (13%).

Al considerar la experiencia laboral, se identifica que quienes tienen mayor predisposición a elegir el horario y días laborales flexibles y crecimiento profesional son quienes tienen entre 1 y 3 años experiencia laboral. Al considerar el rango de edad, se identifica que quienes tienen de 26 a 30 años son quienes tienen una predisposición mayor a elegir horarios y días flexibles, al igual que crecimiento profesional.

¿Cuáles son las expectativas salariales de los jóvenes?

Las expectativas salariales de los jóvenes encuestados en el país evidencian una orientación a buscar oportunidades laborales que presenten o cubran el salario mínimo (59%). En segundo lugar, se identifica que existe una orientación a buscar empleos que tienen de 1 a 3 veces el salario mínimo en el país.

En línea con los hallazgos, se identifica que quienes no tienen experiencia laboral tienen mayor tendencia a elegir el salario mínimo y son quienes tienen entre 22 y 25 años.

¿Cuáles son las dificultades que han enfrentado para encontrar oportunidades laborales los jóvenes?

El 88% de jóvenes declara que ha tenido dificultades para insertarse en el mercado laboral durante los últimos 12 meses. Con relación a las principales dificultades, se identifica que la principal ha sido la falta de experiencia requerida para el puesto (48%).



En segundo lugar, se identifica un agrupamiento para los encuestados que son el horario laboral no compatible, la escasez de ofertas en el área de interés y la edad requerida para el puesto de trabajo; estas 3 opciones presentan el mismo peso de importancia (36%).

En tercer lugar, se identifica que la falta de redes de contactos profesionales que permitan acercar oportunidades ha sido un problema para el 26% de jóvenes encuestados. Por otra parte, se identifica que el 23% de jóvenes declara que la dificultad de movilidad geográfica para desplazarse al puesto de trabajo ha sido una barrera para ellos. En quinto lugar, se identifica que el salario y prestaciones salariales deficientes es un tema para considerar como barrera.

En esta línea, se puede identificar que el 70% de jóvenes encuestados en el país declara que enfrenta un promedio de 4 barreras para insertarse en mercado laboral. Al considerar la experiencia laboral, se identifica que quienes tienen menos de 1 año de experiencia laboral y quienes tienen entre 22 y 25 años son quienes presentan mayores dificultades.

¿Por qué razones los jóvenes se han insertado en áreas laborales que no han sido de su interés?

Se identifica que el 35% de jóvenes encuestados ha tenido que insertarse en un área que no ha sido de interés. Entre los principales motivos, se identifica que ha sido por necesidades económicas urgentes (26%), por falta de experiencia (16%), escasez de oportunidades en su campo (15%) y desajustes entre la expectativa del puesto y la realidad (11%).

Quienes tienen menos de 1 año a 3 años son quienes en mayor proporción han tenido que insertarse en un área sin interés por necesidades económicas. En esta línea, al considerar la edad, se identifica que quienes tienen entre 22 a 30 años son quienes también han tenido que insertarse por este motivo. Adicionalmente, se identifica que son quienes en mayor proporción presentan una composición familiar que incluye a una de las figuras paternas.

¿Cuáles son los motivos por los que han renunciado los jóvenes?

El 28% de jóvenes que ha renunciado a su trabajo en los últimos 12 meses identifica que el principal motivo ha sido tener un salario insatisfactorio (16%), un ambiente laboral negativo (14%) y dificultades para conciliar el trabajo con la vida personal (11%).

Para empresas

¿Cómo es la contratación de jóvenes en Paraguay?

La mayoría (93%) de las organizaciones en Paraguay contrató a jóvenes de entre 18 y 29 años en los últimos 12 meses. Los sectores principales fueron Bienes y Servicios de Consumo (31%), Finanzas y Bienes Raíces (15%) y Manufactura (12%). En cuanto al tamaño de las empresas, el 39% son grandes (más de 250 empleados), el 49% son medianas (50 a 249 empleados), y tanto las pequeñas empresas (10 a 49 empleados) como las microempresas (1 a 9 empleados) representan el 6% cada una.

Además, la mayoría (87%) de las organizaciones en Paraguay tiene planes de contratar a jóvenes en los siguientes 12 meses. En cuanto al tamaño de las empresas que planean contratar, el 39% son grandes, el 48% son medianas, el 8% son pequeñas y el 5% restante son microempresas.



¿En qué áreas están buscando las empresas de Paraguay a más jóvenes para sus vacantes?

El 16% de las vacantes en Paraguay corresponde al área de Marketing y Publicidad. En tamaño empresarial, el 47% de estas vacantes las ofrecen grandes empresas, el 40% medianas empresas y el 13% pequeñas empresas.

Además, el 15% de las vacantes en Paraguay está en el área de Finanzas y Bienes Raíces. El 29% de estas vacantes las ofrecen grandes empresas, el 64% medianas empresas y el 7% pequeñas empresas.

Finalmente, el 14% de las vacantes en Paraguay se encuentra en el área de Recursos Humanos. En cuanto a tamaño empresarial, el 47% de estas vacantes las ofrecen grandes empresas, el 38% medianas empresas y el 15% pequeñas empresas.

¿Cuáles son los principales medios de promoción de vacantes en Paraguay?

El 34% de las empresas en Paraguay utiliza redes sociales para promover las vacantes de empleo dirigidas a jóvenes de entre 18 y 29 años. De estas empresas, el 38% son grandes, el 52% son medianas, el 7% son pequeñas y solo el 3% restante son microempresas.

El 31% de las empresas en Paraguay emplea su propio sitio web para promover las vacantes de empleo. De estas empresas, el 42% son grandes, el 49% son medianas, el 7% son pequeñas y solo el 2% restante son microempresas.

El 11% de las empresas en Paraguay se apoya en referidos para promover las vacantes de empleo. De estas empresas, el 36% son grandes, el 32% son medianas, el 16% son microempresas y otro 16% son pequeñas empresas.

¿Cuál es el rango de sueldos en las vacantes para los jóvenes de entre 18 y 29 años en Paraguay?

En Paraguay, el 75% de las vacantes para jóvenes se encuentra entre 1 y 3 salarios mínimos. En cuanto a la distribución por tipo de empresa, el 43% pertenece a grandes empresas, el 49% a medianas empresas, el 2% a microempresas, y el 6% a pequeñas empresas.

El 23% de las vacantes ofrece el salario mínimo. Además, el 30% de estas vacantes pertenece a grandes empresas, el 35% a medianas empresas, el 20% a microempresas y el 15% a pequeñas empresas.

Finalmente, el 1% de las vacantes está entre 4 y 6 salarios mínimos. Todas estas vacantes están en medianas empresas.

Atracción o retención del talento joven. ¿A qué se dificultades se enfrentan más las empresas en Paraguay?

El 59% de las organizaciones en Paraguay considera que es más difícil retener al talento joven que atraerlo. Por su parte, el 37% de las empresas que presentan dificultades en la retención del talento joven son empresas grandes, el 51% son empresas medianas, el 5% son microempresas y el 7% son pequeñas empresas.



¿Cuáles son las principales dificultades a las que se enfrentan las empresas de Paraguay para encontrar talento joven?

El 26% menciona la falta de habilidades blandas. Las grandes empresas reportan este problema en un 34%, las medianas en un 60%, las pequeñas empresas en un 3% y las microempresas también en un 3%.

El 24% indica la falta de habilidades duras. Las grandes empresas mencionan esta carencia en un 31%, las medianas en un 63% y las pequeñas en un 6%.

Finalmente, el 12% señala la falta de experiencia como desafío principal. Las grandes empresas reportan este problema en un 48%, las medianas en un 24%, las pequeñas en un 16% y las microempresas en un 12%.

¿Cuáles son los 3 factores clave que ofrecen las organizaciones en Paraguay para atraer el talento joven?

El 17% menciona que ofrece un salario competitivo. Quienes más otorgan este beneficio son las grandes empresas con un 36%, seguidas de las medianas con un 56%, las pequeñas empresas con un 4% y las microempresas con un 4%.

El 12% señala la importancia de brindar horarios y días laborales flexibles. Las grandes empresas ofrecen este factor en un 35%, las medianas en un 56%, las pequeñas en un 3% y las microempresas en un 6%.

Finalmente, el 10% destaca la necesidad de ofrecer oportunidades de crecimiento profesional. Las grandes empresas otorgan este beneficio en un 54%, las medianas en un 32%, las pequeñas en un 7% y las microempresas en un 7%.

¿Cuál es la tasa de rotación de jóvenes de 18 a 29 años en las empresas de Paraguay?

Las organizaciones de Paraguay exhiben un 71% de tasa de rotación baja (menos del 10%). Este universo se distribuye de la siguiente manera: 26% son grandes empresas, 64% son medianas empresas, 8% son pequeñas empresas y 2% son microempresas.

El 26% de las empresas declara tener una tasa media (entre el 10% y el 50%). Entre ellas, 71% grandes empresas, 6% medianas, 6% pequeñas y 17% microempresas.

Solo un 3% tiene una tasa de rotación alta (más del 50%). Corresponde a 50% de grandes empresas, y 50% de microempresas.

¿Cuáles son las 3 principales razones que han detectado las empresas por las que los jóvenes de Paraguay renuncian?

Las razones de renuncia de los jóvenes en Paraguay se distribuyen de la siguiente manera: el 16% menciona el deseo de cambiar de industria. El 41% de las empresas grandes y de las medianas se enfrentan a ese desafío, seguido por el 11% de las empresas pequeñas y el 7% de las microempresas.

El 12% señala la falta de equilibrio entre vida y trabajo. El 50% de las empresas medianas, el 36% de las empresas grandes, el 9% de las empresas pequeñas y el 5% de las microempresas se enfrentan a este desafío.



El 12% busca oportunidades laborales con modalidad de trabajo en línea. El 33% de las empresas grandes, el 57% de las empresas medianas, el 5% de las empresas pequeñas y el 5% de las microempresas se enfrentan a este desafío.

Conclusiones para la realidad laboral en Paraguay

En Paraguay, la búsqueda laboral de los jóvenes se concentra predominantemente en las áreas de Ventas y Atención al Cliente, Recursos Humanos y Finanzas y Bienes Raíces. Un 68% de los jóvenes buscó empleo en el último año, enfocándose en 2 áreas específicas. Para encontrar empleo, recurren mayoritariamente a sus redes de contacto, seguidas por los sitios web de las empresas, ferias de empleo y anuncios en periódicos o lugares de trabajo.

Al elegir un empleo, los jóvenes priorizan tener horarios y días flexibles y crecimiento profesional. En cuanto a sus expectativas salariales, la mayoría espera recibir al menos el salario mínimo, especialmente aquellos menores de 19 años. Sin embargo, enfrentan múltiples dificultades para encontrar empleo.

3 de 10 jóvenes se ven obligados a aceptar trabajos que no son de interés. Los motivos son: necesidades económicas (26%), falta de experiencia (16%), escasez de oportunidades en su campo (15%) y desajustes entre la expectativa del puesto y la realidad (11%).

Las empresas en Paraguay muestran una alta tasa de contratación de jóvenes de entre 18 y 29 años, con la mayoría planeando continuar contratando en el próximo año. Las áreas con más vacantes son Marketing y Publicidad, Finanzas y Bienes Raíces y Recursos Humanos. Las empresas promueven estas vacantes principalmente a través de redes sociales, los sitios web de las empresas y a través de referidos.

En cuanto a los salarios, la mayoría de las vacantes para jóvenes ofrecen entre 1 y 3 salarios mínimos. Las empresas enfrentan más dificultades para retener talento joven que para atraerlo, señalando la falta de habilidades blandas, la carencia de habilidades duras y la falta de experiencia por parte de los jóvenes como sus principales desafíos para encontrar talento joven.

Para atraer talento joven, las empresas ofrecen salarios competitivos, horarios flexibles y crecimiento profesional. A pesar de esto, las razones más comunes para la renuncia de jóvenes incluyen el deseo de cambio de industria, desequilibrio entre vida y trabajo y búsqueda de oportunidades laborales que ofrezcan teletrabajo.



Orientaciones para dinamizar el mercado laboral en Paraguay

Fomento del uso de redes profesionales

Los jóvenes recurren mayoritariamente a sus redes de contacto para buscar empleo, ya que se reconoce esta herramienta como vía principal. En este sentido, las empresas, además de emplear las redes sociales y los sitios web de las empresas, deberían explorar estrategias que impliquen referidos como punto focal para difundir la convocatoria o para identificar perfiles idóneos.

Oportunidades formativas internas y equilibrio

Por parte de las empresas, se reporta que, si bien hay una oferta de elementos para los jóvenes, enfrentan motivos de renuncia asociados al deseo de cambiar de industria, desequilibrio entre vida y trabajo, así como búsqueda de oportunidades laborales. Estas podrían ser combatidas si se consideraran experiencias formativas internas en la empresa que inviten al colaborador joven a tener periodos de rotación por distintos equipos. Asimismo, considerando la percepción de desequilibrio entre la vida y el trabajo, declaración que dialoga con la percepción de los jóvenes, es relevante que las empresas mejoren sus culturas y prácticas para que esta falencia no lleve a que los jóvenes renuncien.



Oportunidades y desafíos en Honduras

Para jóvenes

¿En qué áreas se enfocan más los jóvenes para su búsqueda laboral?

Se identifica que el 58% de jóvenes encuestados ha buscado empleo en los últimos 12 meses. Las áreas en las que más se han enfocado han sido las de Ventas y Atención al cliente (50%), y Finanzas y Bienes Raíces a igual que Marketing y Publicidad (16%). Se puede identificar que el 70% de los jóvenes encuestados en el país ha centrado su búsqueda laboral en solo estas dos áreas.

¿Qué herramientas usan más para buscar empleo?

El 66% de los jóvenes emplea sus redes de contacto como amigos y familiares, el 45% recurre a los sitios web de las empresas en la que tiene interés insertarse, el 30% lo hace a través de ferias de empleo, 27% usa los anuncios en periódicos (impresos o en línea) o anuncios impresos en el centro de trabajo, sucursales u oficinas. Finalmente, el 34% reconoce que las ferias gubernamentales de empleo son un medio para la búsqueda.

Finalmente, se identifica que al menos el 70% de los participantes emplea 4 herramientas en promedio para buscar empleo.

¿Cuáles son los 3 factores más importantes para elegir un empleo para los jóvenes?

El primer factor que se considera es poder tener un salario competitivo (33%). En segundo lugar, se identifica que tener un horario y días flexibles que calcen con su estilo de vida (17%). En tercer lugar, se reconoce el crecimiento profesional con un 16%.

¿Cuáles son las expectativas salariales de los jóvenes?

Con relación a las expectativas salariales se identifica que el 65% de los jóvenes espera recibir el salario mínimo en los puestos que aplica. Al considerar la edad, se identifica que quienes tienen menos de 19 años son quienes presentan una mayor orientación al salario mínimo. Al considerar el área de búsqueda, se identifica que quienes aplican a puestos del área de Ventas y Atención al Cliente son quienes proyectan más recibir este monto de remuneración.

¿Cuáles son las dificultades que han enfrentado para encontrar oportunidades laborales los jóvenes?

Se identifica que el 88% de los jóvenes ha presentado dificultades para encontrar oportunidades laborales. En esta línea, la principal dificultad ha sido la edad como requisito (38%), le sigue el horario laboral no compatible con los tiempos (32%), la escasez de ofertas en el área de interés (29%), la falta de conocimiento sobre cómo buscar empleo (26%) y el no tener redes de contactos profesionales (21%). Por otra parte, se reconoce que el nivel de escolaridad o conocimientos es un elemento que ha frenado a los jóvenes a encontrar oportunidades laborales (21%), así como la movilidad geográfica (19%).

En promedio, el 75% de los jóvenes ha presentado una media de 5 dificultades para encontrar oportunidades laborales en el mercado laboral del país.



¿Por qué razones los jóvenes se han insertado en áreas laborales que no han sido de su interés?

El primer motivo corresponde a necesidades económicas urgentes (21%). En segundo lugar, se reconoce la falta de experiencia como una de las razones principales (14%), en tercer lugar, la escasez de oportunidades en su campo con (14%) y, en cuarto, el miedo al desempleo como motivo por el cual se han insertado en un campo fuera de su interés (13%).

¿Cuáles son los motivos por los que han renunciado los jóvenes?

El 16% de los jóvenes ha renunciado a un puesto de trabajo durante el último año. Se identifica que el salario insatisfactorio es el principal motivo (10%), seguido de un ambiente laboral negativo (8%), y debido a las dificultades de conciliar el trabajo con la vida personal (7%).

Para empresas

¿Cómo es la contratación de jóvenes en Honduras?

La mayoría de las organizaciones en Honduras (89%) contrató a jóvenes de entre 18 y 29 años en los últimos 12 meses. En cuanto al tamaño de las empresas, el 22% son grandes (más de 250 empleados), el 31% son medianas (50 a 249 empleados), el 36% son pequeñas (10 a 49 empleados) y el 11% restante son microempresas (1 a 9 empleados).

Además, la mayoría (88%) tiene planes de contratar a jóvenes en los siguientes 12 meses. En cuanto al tamaño de las empresas que planean contratar, el 25% son grandes, el 29% son medianas, el 38% son pequeñas y el 8% restante son microempresas.

¿En qué áreas están buscando las empresas de Honduras a más jóvenes para sus vacantes?

El 16% de las vacantes corresponde al área de Ventas y Atención al Cliente. En tamaño empresarial, el 24% de estas vacantes las ofrecen grandes empresas, el 24% medianas empresas, el 42% pequeñas empresas y el 10% microempresas.

Además, el 12% de las vacantes está en el área de Finanzas y Bienes Raíces. En cuanto al tamaño empresarial, el 47% de estas vacantes son ofrecidas por grandes empresas, el 6% por medianas empresas, y el 47% por pequeñas empresas.

Por otro lado, el 12% de las vacantes está dirigido al área de Transporte, Logística y Automotriz. En tamaño empresarial, el 53% de estas vacantes las ofrecen grandes empresas, el 40% medianas empresas y el 7% microempresas.

¿Cuáles son los principales medios de promoción de vacantes en Honduras?

El 25% de las empresas utiliza redes sociales para promover las vacantes de empleo de jóvenes de entre 18 y 29 años. De estas empresas, el 23% son grandes, el 27% son medianas, el 44% son pequeñas y el 6% restante son microempresas.

El 23% de las empresas se apoya en referidos para promover las vacantes de empleo de jóvenes de entre 18 y 29 años. De estas empresas, el 17% son grandes, el 26% son medianas, el 46% son pequeñas y el 11% restante son microempresas.



El 11% de las empresas emplea el sitio web de la empresa para promover las vacantes de empleo. De estas empresas, el 21% son grandes, el 32% son medianas, el 42% son pequeñas y el 5% restante son microempresas.

¿Cuál es el rango de sueldos en las vacantes para los jóvenes de entre 18 y 29 años en Honduras?

En Honduras, el 52% de las vacantes para jóvenes ofrece entre 1 y 3 salarios mínimos. En cuanto a la distribución por tipo de empresa, el 22% pertenece a grandes empresas, el 31% a medianas empresas, el 16% a microempresas y el 31% a pequeñas empresas.

El 40% de las vacantes ofrece el salario mínimo. Además, el 13% de estas vacantes pertenece a grandes empresas, el 26% a medianas empresas, el 6% a microempresas y el 55% a pequeñas empresas.

Finalmente, el 4% de las vacantes está entre 4 y 6 salarios mínimos. De estas vacantes, el 50% está en grandes empresas y el 50% en medianas empresas.

Atracción o retención del talento joven. ¿A qué desafíos se enfrentan más las empresas en Honduras?

El 58% de las organizaciones en Honduras considera que es más difícil retener al talento joven que atraerlo. Por su parte, el 31% de las empresas que presentan dificultades en la retención del talento joven son empresas grandes, el 26% son empresas medianas, el 14% son microempresas y el 29% son pequeñas empresas.

¿Cuáles son las principales dificultades a las que se enfrentan las empresas de Honduras para encontrar talento joven?

El 19% menciona la falta de habilidades blandas. Las grandes empresas reportan este problema en un 20%, las medianas en un 34%, las pequeñas empresas en un 32% y las microempresas en un 14%.

El 17% indica que los candidatos buscan mayor salario y/o mejores beneficios a los ofrecidos. Las grandes empresas mencionan esta preferencia en un 22%, las medianas en un 26%, las pequeñas en un 41% y las microempresas en un 11%.

Finalmente, el 16% señala la falta de experiencia como desafío principal. Las grandes empresas reportan este problema en un 21%, las medianas en un 19%, las pequeñas en un 41% y las microempresas en un 19%.

¿Cuáles son los 3 factores clave que ofrecen las organizaciones en Honduras para atraer el talento joven?

El 11% menciona la necesidad de ofrecer un salario competitivo. Las grandes empresas reportan este beneficio en un 21%, las medianas en un 31%, las pequeñas empresas en un 36% y las microempresas en un 12%.

Otro 10% señala la importancia del clima laboral. Las grandes empresas ofrecen este factor en un 19%, las medianas en un 22%, las pequeñas en un 40% y las microempresas en un 19%.



Finalmente, otro 10% destaca ofrecer una relación laboral formal como factor clave. Las grandes empresas reportan este beneficio en un 14%, las medianas en un 33%, las pequeñas en un 47% y las microempresas en un 6%.

¿Cuál es la tasa de rotación de jóvenes de 18 a 29 años en las empresas de Honduras?

El 38% tiene una tasa de rotación baja (menos del 10%). De este universo, el 7% corresponde a las grandes empresas, el 33% a las medianas, el 46% a las pequeñas y el 14% a las microempresas.

El 44% tiene una tasa de rotación media (entre el 10% y el 50%). En este caso, el 38% corresponde a grandes empresas, 19% a medianas, 34% a pequeñas y 9% a microempresas.

El 18% tiene una tasa alta (más del 50%). La distribución es: 16% grandes empresas, 38% medianas empresas, 23% pequeñas empresas y 23% microempresas.

¿Cuáles son las 3 principales razones que han detectado las empresas por las que los jóvenes de Honduras renuncian?

El 15% de las empresas menciona la falta de interés en el trabajo. El 49% de las empresas pequeñas, el 20% de las microempresas, 17% de las empresas grandes y 14% de las empresas medianas se enfrentan a este desafío.

El 12% señala la falta de equilibrio entre vida y trabajo. El 31% de las empresas medianas y pequeñas, el 21% de las empresas grandes y el 17% de las microempresas se enfrentan a este desafío.

El 12% indica un salario insatisfactorio como motivo principal. El 32% de las empresas pequeñas, el 25% de las empresas medianas y microempresas, y el 18% de las empresas grandes se enfrentan a este desafío.

Conclusiones para la realidad laboral en Honduras

La contratación de jóvenes en Honduras es alta: el 89% de las empresas ha contratado a jóvenes de entre 18 y 29 años en los últimos 12 meses. Las empresas de diversos tamaños, desde microempresas hasta las grandes tienen planes de seguir contratando.

Las vacantes que ofrecen las empresas se orientan a las áreas de Ventas y Atención al Cliente, Finanzas y Bienes Raíces, y Transporte, Logística y Automotriz. Asimismo, se identifica que los principales medios para difundir las vacantes son: redes sociales, referidos y sitios web de las empresas.

Si bien se reconoce que los jóvenes y las empresas coinciden en 2 de las 3 áreas (Ventas y Atención al Cliente, y Finanzas y Bienes Raíces) de oferta y demanda, se identifica que no se reconocen las oportunidades laborales que tienen los jóvenes en el área de Transporte, Logística y Automotriz.

Por otra parte, se da un desajuste en como los jóvenes buscan las vacantes y cómo las empresas las promocionan. Por un lado, se identifica que las empresas emplean más las redes sociales, referidos y sitio web en contraste con los jóvenes que emplean en mayor medida las redes de contacto, sitios web de las empresas en las que tienen interés, ferias de empleo, anuncios en periódicos y ferias gubernamentales de empleo; en este sentido se puede evidenciar como solo se da un encuentro en menos de 3 estrategias empleadas por los jóvenes.



En cuanto a la elección de empleo, se reconoce que para los jóvenes los factores más importantes son tener un salario competitivo, horarios y días flexibles, y oportunidades de crecimiento profesional. Estas pretensiones entran en tensión con lo que ofrecen las empresas, ya que priman en su oferta salarios competitivos, buen clima y relaciones laborales formales. Como resultado, en 1 de los 3 motivos principales de renuncia, figura el salario insatisfactorio.

Orientaciones para dinamizar el mercado laboral en Honduras

Orientaciones para la búsqueda y promoción de empleo

En este sentido, la sincronización es vital. Por un lado, las empresas pueden intensificar su presencia en ferias de empleo, privadas y gubernamentales, y mejorar la visibilidad de sus vacantes mediante anuncios en periódicos. Por otro, es fundamental que los jóvenes alineen los medios para buscar empleo con herramientas de las empresas para encontrar talento, como el uso de redes sociales para postularse a vacantes de interés.

Diversificación de áreas de búsqueda y promoción

Aunque las áreas de Ventas y Atención al Cliente, y Finanzas y Bienes Raíces, son las más buscadas tanto por los jóvenes como por las empresas, hay una brecha en el reconocimiento de oportunidades en el área de Transporte, Logística y Automotriz. Es relevante que las empresas promuevan activamente oportunidades en estas áreas, resaltando sus beneficios y oportunidades de crecimiento, ya que el 33% de los jóvenes valora un salario competitivo, e incluir estos dos beneficios en las ofertas laborales podría reducir el problema de alta tasa de rotación relacionada con los salarios.



Referencias

Organización Internacional del Trabajo. (2024) Perspectivas Sociales y del Empleo en el Mundo: Tendencias 2024.

Organización Internacional del Trabajo (2023). Panorama Laboral 2023 América Latina y el Caribe.