**La Generación Z reclama empleos con propósito, planes de carrera y bienestar ante un mercado que no cumple sus expectativas**

* **El 47% de los profesionales de esta generación no descarta dejar su puesto voluntariamente en el corto plazo; sin embargo, es el colectivo que menos confía en sus oportunidades para encontrar un nuevo proyecto que responda a sus expectativas.**
* **Más del 70% de las empresas ya adapta sus políticas para atraer y fidelizar talento joven, facilitando su integración y favoreciendo un impacto positivo en el negocio.**

**Madrid, 8 de mayo de 2025.-**ManpowerGroup ha lanzado el informe *Generación Z y empleo*, un análisis global sobre los retos y oportunidades presentes y futuros de los perfiles más jóvenes del entorno profesional actual. Este colectivo, compuesto por personas nacidas entre 1996 y 2012, representará aproximadamente un tercio de la población activa mundial en 2030 y ya está transformando las dinámicas del mercado laboral.

El informe ofrece una detallada radiografía de una generación que está llamada a ocupar posiciones de liderazgo en los próximos años. Bajo la perspectiva de esta investigación, los cambios demográficos y psicográficos podrían acelerar el ascenso de los líderes Zeta, precedidos por una Generación X (1964-1979) de menor tamaño que ocupa puestos de liderazgo y una generación Millennial atrapada en los cuidados a sus mayores y menores.

Los datos reflejan que los profesionales de la Generación Z se consideran los más propensos (47%) a dejar voluntariamente sus actuales puestos en los próximos seis meses, y también los más proclives a creer (34%) que serán forzados a abandonar sus cargos. Pero, además, son los que menos confían en sus oportunidades para encontrar un nuevo empleo que satisfaga sus necesidades.

La situación financiera de esta generación es otro punto crítico: el 56% declara vivir al día. Y a esto se suma el hecho de que el 52% afirma experimentar altos niveles de estrés en su entorno profesional; una proporción significativamente alta en comparación, por ejemplo, con la generación de los Baby Boomers donde uno de cada tres (33%) coincidieron al realizar esta afirmación.

Casi 9 de cada 10 miembros de la Generación Z buscan compañías con propósito; valoran las políticas de bienestar integral porque, entre otras cosas, son el colectivo profesional que más acusa las cuestiones relacionadas con la salud mental; reclaman planes de *upskilling* y *reskilling* a sus empleadores bajo la firme convicción de que dicha capacitación es la mejor garantía para impulsar su desarrollo profesional y exigen flexibilidad.

Para las organizaciones, el análisis de los retos y aspiraciones de este colectivo enciende la voz de alarma. Necesitan comprender dónde se encuentran hoy esos empleados de la Generación Z, para así tomar medidas específicas con las que mejorar su compromiso con las compañías en las que trabajan. En este contexto, cada vez más empresas están adoptando prácticas para atraer y fidelizar talento, como mejorar las herramientas tecnológicas (78%), las políticas de compensación (74%) o promover la transparencia en el desarrollo profesional (74%).

*“La Generación Z no busca únicamente un trabajo, sino una experiencia laboral con sentido. Nos enfrentamos a una generación que ha accedido al mercado laboral en plena transformación digital y en un contexto marcado por la pandemia, la automatización y la inestabilidad geopolítica”,* afirma Vicenç Álvaro, director de Marketing, Comunicación y Estrategia de Candidato de ManpowerGroup. *“Sus expectativas han cambiado. Quieren un salario competitivo, claro, pero también quieren sentirse escuchados, tener un impacto, acceso a formación continua y disfrutar de flexibilidad real. Las empresas que comprendan esto y actúen en consecuencia no solo atraerán a este talento, sino que garantizarán su sostenibilidad en el tiempo”.*

Además, los Zetas muestran una clara apertura al desarrollo profesional: el 45% está dispuesto a asumir proyectos paralelos o responsabilidades adicionales de forma temporal para ampliar sus competencias.

**Hacia 2030: nuevas formas de liderar y trabajar**

Con la vista puesta en 2030, se espera que la Generación Z acumule una cantidad sin precedentes de habilidades diversas y transferibles. Su familiaridad con los entornos híbridos, la inteligencia artificial y la automatización no solo los posiciona como impulsores naturales del cambio, sino también como guías para las generaciones más senior. Nativos digitales por excelencia, estarán habituados a trabajar en formatos remotos o híbridos, así como en empleos en primera línea donde la tecnología desempeña un papel central. Esta capacidad de adaptación los convierte en un activo clave para las organizaciones que buscan evolucionar hacia modelos más flexibles, tecnológicos y sostenibles.

Sin embargo, la inestabilidad vivida al incorporarse al mercado laboral podría tener consecuencias a medio o largo plazo, con trayectorias marcadas por carencias en el desarrollo inicial. Tal como se advierte en el informe, la Generación Z podría verse afectada por lo que en recursos humanos se describe como “cicatrices” (*scarring*), es decir, efectos negativos en su crecimiento debido a la falta de experiencia o continuidad en los primeros años profesionales.

Conscientes de este desafío, muchas organizaciones están desarrollando programas que combinan formación práctica, acompañamiento en la incorporación y desarrollo de habilidades transversales. Iniciativas como Manpower MyPath o la colaboración con Junior Achievement buscan precisamente capacitar a esta generación para enfrentar con éxito un entorno laboral cambiante.

Adaptar procesos, lenguajes y culturas a esta generación emergente es hoy más urgente que nunca. La Generación Z no puede entenderse únicamente desde etiquetas generacionales: demanda un enfoque más humano, flexible y alineado con las expectativas actuales en torno al empleo. Construir un entorno más inclusivo y sostenible empieza por escuchar activamente a esta nueva generación de profesionales.

**ManpowerGroup**

ManpowerGroup es la compañía líder mundial en soluciones de talento y tecnología. Ayuda a las organizaciones a adaptarse a un mercado del empleo en constante cambio, seleccionando, evaluando, desarrollando y gestionando el talento que necesitan para lograr sus objetivos de negocio. Apoyándose en las últimas herramientas tecnológicas, crea estrategias innovadoras para cientos de miles de empresas cada año, permitiéndoles contar con los profesionales cualificados que necesitan, al mismo tiempo que ofrece un empleo digno y sostenible a millones de personas. A través de sus distintas marcas (Manpower, Experis y Talent Solutions), aporta valor a candidatos y clientes en más de 75 países, como lleva haciendo durante más de 75 años. Además, sus políticas de diversidad, inclusión e igualdad y sus buenas prácticas de negocio son reconocidas por multitud de organizaciones.

Más información en [www.manpowergroup.es](http://www.manpowergroup.es).

**Para más información:**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Agencia de comunicación Indie PR**Cristina Villanueva**Tel.: 687 14 73 60cristina@indiepr.es**Carmen Polo**Tel.: 628 88 79 64cpolo@indiepr.es |  | **ManpowerGroup**Dpto. ComunicaciónGala Díaz Curiel 607 35 33 49gala.diaz@manpowergroup.esJuan Gómez RodríguezTel. 687 51 96 90juan.gomez@manpowergroup.es |