**15 de julio - Día Mundial de las Habilidades de la Juventud**

**Fidelización y motivación, principal reto de las empresas españolas para conectar con los perfiles más jóvenes**

* El informe “Conectando las nuevas generaciones con el mundo del empleo. Retos y oportunidades” analiza los principales desafíos de las compañías para atraer y comprometer a las nuevas generaciones.
* Las empresas españolas apuestan por las mejoras en tecnología y por los planes de bienestar como palancas para mejorar la fidelización y la productividad del Talento junior.

**Madrid, 11 de julio de 2024-** Las empresas españolas apuntan que la fidelización y la motivación de los profesionales y el nivel de exigencia en relación con las herramientas tecnológicas son los dos principales retos que se encuentran para conectar con las generaciones más jóvenes, aquellas que llevan menos de 10 años en activo.

Estas son algunas de las conclusiones extraídas del informe “Conectando las nuevas generaciones con el mundo del empleo. Retos y oportunidades” elaborado por Fundación Human Age Institute, iniciativa impulsada por ManpowerGroup, con motivo del Día Mundial de las Habilidades de la Juventud. Mediante una encuesta realizada a 1.050 empresas del todo el territorio nacional y de todos los sectores, se apunta que la conciliación y las expectativas de compensación ocupan el tercer y cuarto lugar entre los retos que deben afrontar actualmente para atraer a las nuevas generaciones.

Las compañías españolas confirman, además, que invertir en mejoras tecnológicas y apostar por el bienestar de los profesionales son los dos elementos clave para mejorar tanto el nivel de fidelización como la productividad de los perfiles más jóvenes. Estrategias prioritarias en las que coinciden también las más de 40.000 empresas de 42 mercados diferentes encuestadas a nivel mundial.

Para **Margarita Álvarez**, directora de Fundación Human Age Institute, “*desarrollar estrategias específicas para atraer y comprometer al Talento junior es clave si queremos impulsar equipos y compañías diversas e inclusivas que ofrezcan oportunidades a todos los perfiles profesionales. La diversidad, entendida en su más amplio sentido, es clave para garantizar la sostenibilidad social de las compañías”.*

**El valor de las competencias *soft***

El informe revela además que 1 de cada 4 compañías (24% en España y 27% a nivel global) identifica la falta de habilidades específicas para desarrollar sus funciones como uno de los principales retos de las empresas con los jóvenes talentos. Dato que vincula de forma evidente con el hecho de que, en la actualidad, el 78% de las compañías a nivel nacional y el 75% a nivel global coincide en el imperante [Desajuste de Talento](https://www.manpowergroup.es/notas-de-prensa/el-desajuste-de-talento-muestra-un-leve-descenso-tras-una-decada-de-crecimiento) entre lo que demandan las compañías y las habilidades técnicas y *soft* de los candidatos.

Precisamente, con el objetivo de contribuir a reducir ese Desajuste de Talento entre los perfiles más jóvenes, Human Age Institute trabaja actualmente en colaboración con Junior Achievement Europa y otros relevantes *partners* europeos en [EMPASS](https://humanageinstitute.org/human-age-institute-liderara-la-fase-inicial-de-empass-un-proyecto-financiado-por-la-union-europea-para-el-desarrollo-de-microcredenciales-en-competencias-soft/), un proyecto de la Comisión Europea que tiene por objetivo desarrollar un programa de microcredenciales para que los jóvenes con estudios de Formación Profesional puedan desarrollarse y certificarse en las competencias *soft* más demandadas para sus perfiles en el mundo del empleo.

Este proyecto con vocación internacional que será primero testado en España, Grecia y Rumanía y que ahora se halla en fase de investigación, ha permitido detectar que la comunicación, el trabajo en equipo, el aprendizaje continuo y la resolución de problemas son las 4 competencias *soft* más demandadas hoy por empresas que contratan perfiles junior.

Por otro lado, las compañías que han participado en esta fase del proyecto, aportando su visión y experiencia, aseguran además que la gestión de conflictos, la responsabilidad, el compromiso y la resolución de problemas son las habilidades más difíciles de encontrar en dichos perfiles.

En sincronía con las empresas, los centros educativos coinciden en que el compromiso es una de las asignaturas pendientes a desarrollar en estos perfiles, destacando además la escucha activa y el pensamiento crítico como otras dos habilidades *soft* que resulta complicado encontrar en los jóvenes durante esta etapa educativa.

**Sobre Human Age Institute**

Human Age Institute es una iniciativa sin ánimo de lucro impulsada por ManpowerGroup que cuenta ya con el apoyo de más de 1.000 empresas y organizaciones que comparten el objetivo de impulsar el Talento como motor de transformación de las organizaciones. Desde su creación en septiembre de 2014, Human Age Institute se ha consolidado como la mayor iniciativa de Talento del país, y evoluciona en 2022 como referente del impulso de políticas S- Sociales, con una nueva propuesta de valor articulada en torno a cinco “huellas” o ámbitos clave relacionados con el empleo: Aprendizaje y Desarrollo; Diversidad e Inclusión; Salud y Bienestar; Compromiso Social; y Empleo Sostenible.

Más información en: [www.humanageinstitute.org](http://www.humanageinstitute.org) y [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 |  | **Human Age Institute**Dpto. ComunicaciónGala Díaz Curiel Tel.: 678 643 113gala.diaz@manpowergroup.es |