**12 de agosto, Día Mundial de la Juventud**

**Radiografía de los trabajadores de la
Generación Z: valores, seguridad y salud mental**

* **El 86% de los Z busca empleos alineados con sus valores, pero ya no basta con el propósito**
* **El 70% de los jóvenes Z prioriza la estabilidad laboral y horaria al elegir un empleo**
* **Más de la mitad (56%) vive al día y el 52% sufre estrés laboral diario**

**Madrid, 11 de agosto de 2025** – La Generación Z (nacida entre 1996 y 2012) está transformando el mundo del trabajo. Según el Foro Económico Mundial, serán un tercio de la población activa a nivel global en 2030 y su incorporación al mercado laboral plantea nuevos retos para las empresas y les obliga a redefinir las prioridades, expectativas y dinámicas que parecían inamovibles.

El 86% de los jóvenes menores de 30 años busca empleos que estén alineados con sus valores. Pero hay más: a pesar de la extendida creencia, siete de cada diez personas de este colectivo mencionan que la estabilidad de horarios y la estabilidad laboral son factores “muy importantes” al evaluar oportunidades de empleo. La narrativa del talento joven idealista se ha transformado en una demanda mucho más compleja: la de construir un futuro real y tangible que conviva con ese propósito: hoy, el propósito sin estabilidad no basta.

**Una generación entre el idealismo y la urgencia en un contexto de cambio constante**

La Generación Z ha sido moldeada por crisis sucesivas: recesiones económicas, pandemias, inflación, guerras y un mercado laboral volátil han acompañado el comienzo de sus carreras profesionales. En su imaginario laboral coexistían la pasión, la libertad y la flexibilidad. Pero hoy, 7 de cada 10 priorizan la estabilidad laboral y horaria, además del salario, al evaluar una oferta.

El relato del trabajador nómada, *multitasking* y libre se ha desgastado. Para muchos, la promesa de flexibilidad ha acabado siendo sinónimo de inestabilidad emocional y precariedad estructural. Trabajar desde una cafetería puede parecer *cool*, pero no compensa si no sabes si llegarás a fin de mes. El propósito sin garantías no llena la nevera. Y la flexibilidad sin estructura no calma la ansiedad, resume el estudio.

Sin embargo, el informe de ManpowerGroup revela una paradoja interesante y es que el 47% de los jóvenes se plantea dejar su empleo en los próximos seis meses, a pesar de ser los que menos confían en encontrar un trabajo nuevo que cumpla con sus expectativas.

**Del propósito a la solvencia: el salario vuelve al centro**

Según una encuesta realizada por Deloitte en 2024 sobre la Generación Z y los Millennials, el 56% de los más jóvenes vive al día, cinco puntos más que el año pasado. Mientras afinan su LinkedIn, suman másteres y certificaciones digitales, lidian con alquileres imposibles y un coste de vida creciente. Esta situación está transformando las prioridades: el salario ya no es un tabú, es una necesidad explícita. Pero no se trata solo de números. Lo que demandan es un enfoque integral de bienestar económico.

**El estrés estructural es el otro gran enemigo silencioso**

Pero el malestar no es solo económico. Es emocional. El estudio revela que el 52% de los Zeta sufre grandes niveles de estrés laboral a diario, frente al 33% de los Baby Boomers. No es casualidad, es la soledad digital, la falta de referentes, la presión constante y una incertidumbre crónica que no les da tregua. Como consecuencia, hay una desconexión con las empresas y un nivel de compromiso que ha disminuido, según Gallup, del 40% al 35% desde 2020.

Además, el 43% considera que sus líderes no están a la altura emocional necesaria. Porque la Generación Z no solo espera resultados, sino conexión, empatía y espacios donde expresar el malestar no sea un tabú. No basta con apps de meditación o fruta en la oficina. Quieren una cultura que respete su salud mental de forma estructural, no cosmética.

En contrapartida, los jóvenes siguen apostando por mejorar sus habilidades y un 45% de ellos estaría dispuesto a asumir proyectos adicionales si les aportan nuevos aprendizajes, lo que denominamos proyectos de *upskilling*.

**El nuevo contrato emocional entre la cabeza y el corazón**

ManpowerGroup propone una evolución del paradigma laboral: del “propósito inspirador” al “propósito estructurado”. Es decir, una cultura corporativa que combine visión social con garantías reales, impacto con previsibilidad y valores con una propuesta de compensación competitiva.

Pero ¿qué implica este nuevo contrato? Los Z buscan estabilidad emocional, lo cual requiere de liderazgos cercanos y empáticos por parte de las empresas. También demandan seguridad económica, que se traduce en beneficios integrales y salarios justos. Más allá de lo económico, valoran un propósito real, esperando involucrarse en proyectos con impacto genuino y no solo impulsados por el marketing. Asimismo, necesitan espacios seguros, que promuevan una cultura organizacional que normalice el cuidado personal y el descanso. Finalmente, anhelan un futuro visible, con planes de carrera claro y oportunidades de progresión profesional.

La Generación Z sigue creyendo en un mundo mejor pero ahora entiende que no puede construirlo con ansiedad, estrés y cuentas en rojo. No han perdido el propósito, lo han aterrizado. Libertad no es trabajar desde cualquier lugar. Es saber que mañana también tendrás trabajo y que te permitirá ingresar lo necesario para vivir bien.

**¿Qué empresas marcarán la diferencia?**

Las que entiendan que cuidar del talento joven no es una moda, es una urgencia estratégica y se atrevan a mirar más allá del branding y construir relaciones laborales más honestas, sostenibles y humanas.

Para ello, las organizaciones están reaccionando y están estableciendo estrategias que las ayuden a atraer y fidelizar el talento Z como la mejora de herramientas tecnológicas (78%), bienestar laboral (75%), transparencia en el desarrollo profesional (74%), propósito y valores (74%) y mejoras en la compensación (74%).

No obstante, según detalla el informe de ManpowerGroup, el 40% de los directivos considera que los recién graduados no están preparados para el mundo laboral, destacando su falta de preparación, una ética laboral deficiente o carencias en sus habilidades de comunicación.

**Horizonte 2030: desafíos y oportunidades**

Dentro de 5 años, los Zetas estarán más habituados al trabajo remoto, a la inteligencia artificial y a modelos laborales híbridos. Acumularán habilidades transferibles que les permitirán adaptarse a nuevos roles con agilidad. Sin embargo, también podrían tener “cicatrices laborales” si no reciben el desarrollo adecuado en sus primeros años de carrera.

Esta generación valora la estabilidad, pero también la flexibilidad. 7 de cada 10 priorizan seguridad laboral y de horarios al evaluar oportunidades de empleo. Por ello, las empresas deben ofrecer planes de carrera claros, experiencias de aprendizaje personalizadas y un entorno que combine tecnología con interacción humana genuina.

Aunque se habla mucho de las diferencias generacionales, el informe de ManpowerGroup subraya la importancia de tratar a cada profesional de manera individual. Las empresas deben escuchar activamente a sus empleados para entender sus necesidades reales, evitando generalizaciones.

La Generación Z no seguirá trayectorias vitales tradicionales. Habrá gran diversidad de estilos de vida, estructuras familiares y aspiraciones profesionales. Por tanto, el enfoque debe ser flexible, inclusivo y centrado en las personas.

**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 Havas PR**comunicacion.manpowergroup@havas.com |  | **ManpowerGroup**Dpto. ComunicaciónGala Díaz Curiel 607 35 33 49gala.diaz@manpowergroup.esJuan Gómez RodríguezTel. 687 51 96 90juan.gomez@manpowergroup.es |