



## Informe InfoJobs sobre Nuevas generaciones

### Examinando a la generación Z: así desmienten la visión que de ellos se tiene en el mercado de trabajo

- El 52% de los profesionales de la Gen Z se considera colaborativo y muy acostumbrado al trabajo en equipo frente a la visión empresarial que les vincula con el individualismo (37%)
- Así se ve la Gen Z: nativos digitales (69%), innovadores (65%) y activistas (61%)
- La transparencia de salarios y condiciones, un *must-have* para el 61% de los jóvenes de entre 16 y 34 años

**Madrid, 20 de noviembre de 2023.** Cada generación tiene características propias. Los *baby boomers* destacan por priorizar los logros profesionales, el trabajo duro y la competitividad. La generación X es ambiciosa y responsable, y los *millennials* son inconformistas, *multitasking* y autodidactas. Y los últimos en llegar son la generación Z, que hace referencia a aquellas personas nacidas entre los 90 y mediados de los 20, en pleno auge tecnológico, que han crecido usando Internet y los nuevos medios de comunicación. Se les conoce por tener competencias digitales, por sus diversas habilidades y por ser proclives al aprendizaje continuo. Sin embargo, ¿cuáles son sus características reales? ¿Cómo son percibidos dentro del mercado laboral?

En el momento actual, en el que la incorporación de estos jóvenes al mercado de trabajo arroja tantos interrogantes sobre cómo las empresas deben adaptarse para atraerles, aspectos como el propósito y la contribución están más en auge que nunca. Ante esta situación, [InfoJobs](#), plataforma de empleo líder en España, ha realizado la primera edición de la encuesta sobre **Nuevas generaciones en el mercado laboral**, realizada a empresas y población activa, con el objetivo de obtener una radiografía actitudinal de la Gen Z. El estudio recoge, en definitiva, la visión que la propia generación tiene de sí misma, y realiza una comparación de cómo es percibida por otros grupos de edad y por las compañías en las que trabajan, dejando entrever, por lo tanto, las claves y retos que supone la incorporación de los Z en el mercado laboral. En España ya representan casi el 20% de la población (unos 8 millones) y según las estimaciones demográficas, en 2030 esta generación podría suponer el 30% de la fuerza laboral.

En palabras de **Mónica Pérez, directora de Comunicación y Estudios de InfoJobs**: *“El fomento de estilos de vida saludables, el bienestar, la flexibilidad, la conciliación y el ir más allá de los beneficios tradicionales es un patrón que se repite en todos ellos, y a la hora de buscar empleo también. Por lo tanto, aspectos como el proyecto en sí –que sea motivacional y les haga sentirse realizados–, los modelos de trabajo y el propósito de su función y compañía, el nivel de digitalización o las perspectivas de futuro, entre otros, son la clave para esta generación”*.

#### Los estereotipos sobre la Gen Z: individualistas, con poca predisposición a las horas extras y sin apenas vinculación a la empresa

De forma general, cada profesional tiene requisitos individuales, y no todas las personas de una generación se encuentran en una misma situación. Sin embargo, sí que existen una serie de estereotipos que las empresas y la sociedad han creado y que prevalecen –de forma estandarizada– en la visión global que se tiene de la generación Z.

En primer lugar, el individualismo. Según el estudio de InfoJobs, las empresas les puntúan más alto en aspectos como su aportación en competencias digitales (69%) o en nuevas maneras de trabajar (53%) que en otros como ser **colaborativos y estar acostumbrados al trabajo en equipo**, que obtiene un 37% de las menciones. Este porcentaje va muy en línea con las cifras registradas en los trabajadores mayores de 35, quienes lo afirman en un 32%. Sin embargo, el 52% de la Gen Z opina justamente lo contrario.

A este aspecto le sigue la **predisposición de trabajar fuera del horario laboral**. El 67% de las empresas asegura que los profesionales de esta generación tienen una menor predisposición a la realización de horas extra que otros trabajadores, una visión que comparten los mayores de 35 años (52%), mientras que el porcentaje de la propia Gen Z desciende hasta el 42%.

Un tercer estereotipo tiene que ver con su menor **vinculación y compromiso con la empresa**, que para las compañías y los mayores de 35 años obtiene porcentajes del 65% y el 51%, respectivamente, mientras que, de nuevo, la propia generación tiene una visión distinta y se otorga un 39%.

*“Bien es cierto que las aptitudes y actitudes de la Z han cambiado los requisitos de los reclutadores a la hora de contratar, que valoran mucho más otros aspectos, como pueden ser las herramientas vinculadas a la digitalización o las habilidades personales –las conocidas como soft skills–. Por otro lado, los aspectos más valorados por las nuevas generaciones se centran en proyectos motivacionales, propósitos profesionales y personales, comunicación y flexibilidad. Por lo tanto, si se sienten en un entorno cómodo son responsables y comprometidos”,* añade Pérez.

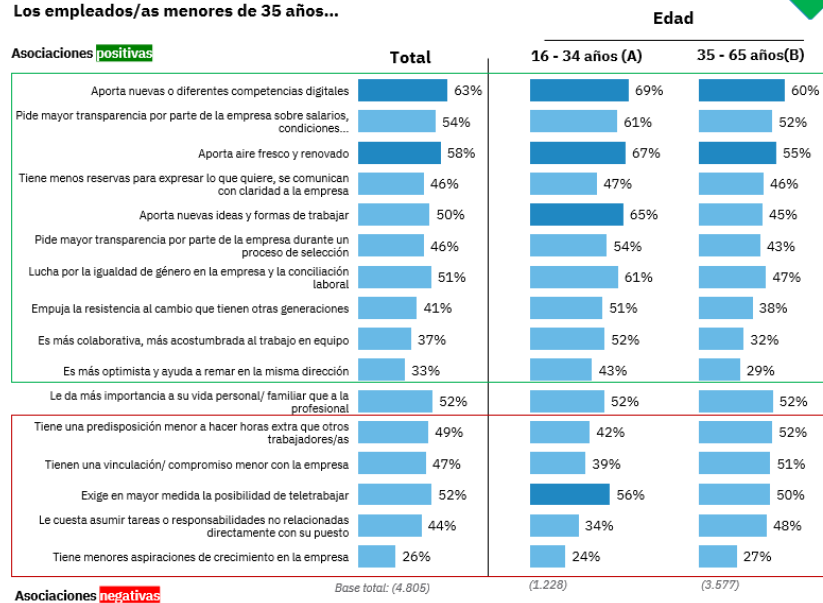


S2. Pensando en los empleados/as de las nuevas generaciones, en concreto los menores de 35 años, ¿hasta qué punto estás de acuerdo con las siguientes frases?

## Opinión sobre la nueva generación de trabajadores



### Los empleados/as menores de 35 años...



## Así se ve la Gen Z: nativos digitales, innovadores y activistas

La generación Z se caracteriza por haber nacido con la tecnología como una parte más de su vida y ser más dependiente de ella. Estos nativos digitales han crecido, además, en el contexto de crisis económica, lo que les hace asociarse con términos como 'innovación' y 'creatividad'. Y así se refleja en el estudio, del que se extrae que los jóvenes de entre 16 y 34 años se definen como **capaces de aportar nuevas o diferentes competencias digitales**, con un 69% (69% registrado en la visión empresarial); **portadores de aire fresco y renovado**, en un 67% (vs. 62% registrado en las empresas); y, por último, con un 65% (vs. 53% de las compañías), como **competentes para proporcionar nuevas ideas y formas de trabajar**.

Más allá de ello, los datos del informe de InfoJobs confirman que el **61% de los trabajadores vinculados a la Gen Z se definen como luchadores de la igualdad de género en la empresa y la conciliación laboral**. Unos datos que coinciden con los proporcionados en el índice de Igualdad Ipsos 2023, en los que se refleja que la generación Z es la que otorga mayor importancia al tema de la desigualdad (55%) frente al 54% de los *millennials*, el 52% en la Gen X y el 48% de los *baby boomers*.

En relación con sus demandas, el 61% de los jóvenes menores de 34 años confirman que la **transparencia de salarios y condiciones** es un requisito primordial. Además de ello, la transparencia también se convierte en un *must-have* para esta generación durante un determinado **proceso de selección**: el 54% de los jóvenes así lo confirman.

Por último, destaca un aspecto que ha tenido especial protagonismo en los últimos años: el **teletrabajo**. Pues, según la Encuesta sobre equipamiento y uso de tecnologías de información y comunicación en los hogares (INE), tiene especial relevancia entre los grupos de población que tan solo comprenden a cierta parte de la generación Z: un 16% de las personas ocupadas de entre 25 y 34 años trabajan desde su hogar. En este sentido, no es de sorprender que el 56% de los jóvenes entre 16-34 años afirme exigir en mayor medida la posibilidad de trabajar en remoto.

# El trabajador/a menor de 35 años...

## ¿Cómo le ven?



Las empresas



**INDIVIDUO:** Le dan más importancia a su vida personal o familiar que profesional



**DIGITAL:** Aporta nuevas o diferentes competencias digitales



**LÍMITE:** Tiene menos predisposición a hacer horas extra



**TRANSPARENCIA:** Pide mayor transparencia por parte de la empresa sobre salarios y condiciones



**VINCULACIÓN:** Tienen una vinculación o compromiso menor con la empresa



**TELETRABAJADOR:** Exige en mayor medida el teletrabajo



Trabajadores >34 años



**DIGITAL:** Aporta nuevas o diferentes competencias digitales



**FRESCO:** Aporta aire fresco y renovado



**TRANSPARENCIA:** Pide mayor transparencia por parte de la empresa sobre salarios y condiciones



**INDIVIDUO:** Le dan más importancia a su vida personal o familiar que profesional



**LÍMITE:** Tiene menos predisposición a hacer horas extra

### \*Nota metodológica del informe:

Los datos de empresa se han extraído con una encuesta online autoadministrada (CAWI) a través de un panel con un cuestionario estructurado de una duración aproximada de 10 minutos. La muestra ha sido de 1.823 responsables de recursos humanos o decisores de la contratación. El margen de error es de +/- 2,3%.

Los datos de población ocupada se han extraído con una encuesta online autoadministrada (CAWI) a través de un panel con un cuestionario estructurado de una duración aproximada de 15 minutos. La muestra ha sido de 4.805 panelistas que componen una distribución proporcional y representativa de la población nacional de 16 a 65 años y guiada por cuotas de sexo, edad y región y ocupación. El margen de error es de +/- 1,4%.

### Sobre InfoJobs

Plataforma líder en España para encontrar las mejores oportunidades profesionales y el mejor talento. En el último año, InfoJobs ha publicado 2,7 millones de posiciones vacantes. Cuenta cada mes con 40 millones de visitas (más del 80% proceden de dispositivos móviles) y 1,2 millones de usuarios únicos mensuales. Gracias a InfoJobs se firma un nuevo contrato de trabajo cada 24 segundos.

InfoJobs pertenece a Adeventa, compañía líder en marketplaces digitales y una de las principales empresas del sector tecnológico del país, con más de 18 millones de usuarios al mes en sus plataformas de los sectores inmobiliario ([Fotocasa](#) y [habitacía](#)), empleo ([InfoJobs](#)), movilidad ([coches.net](#) y [motos.net](#)) y compraventa de artículos de segunda mano ([Milanuncios](#)).

Los negocios de Adeventa han evolucionado del papel al online a lo largo de más de 40 años de trayectoria en España, convirtiéndose en referentes de Internet. La sede de la compañía está en Barcelona y cuenta con una plantilla de 1.100 personas comprometidas con fomentar un cambio positivo en el mundo a través de tecnología innovadora, otorgando una nueva oportunidad a quienes la están buscando y dando a las cosas una segunda vida.

Adeventa tiene presencia mundial en 10 países. El conjunto de sus plataformas locales recibe un promedio de 3.000 millones de visitas cada mes. Más información en [adeventa.es](#)

### Contacto:

InfoJobs: Mónica Pérez Callejo



[prensa@infojobs.net](mailto:prensa@infojobs.net)

Evercom: Andrea Vallejo / Ana Eguren

[infojobs@evercom.es](mailto:infojobs@evercom.es)

T. 93 415 37 05 - 676 86 98 56