

# Conexión z

¿Cómo hacer un  
"match" con el  
talento joven?



# 1. Executive

## Summary



El planeta está en permanente evolución. Los contextos sociales, culturales, económicos y políticos están en transformación constante y a las nuevas generaciones les toca adaptarse a estos enormes cambios. Vivimos en un momento de incertidumbre, que se agravó ya en el 2019 con una pandemia (Covid-19), que acarreó nuevas maneras de vivir y trabajar (teletrabajo, trabajo híbrido...), el auge tecnológico y el uso pleno, esta vez sí, de las plataformas digitales.

La globalización da entrada a un nuevo escenario laboral donde el joven talento tiene acceso a canales muy diversos para poder responder a las ofertas de empleo. Los límites a la información son cada vez menores y esto provoca la necesidad de diferenciarse entre las organizaciones.

En un mundo laboral donde de nuevo todo se está reinventando, donde surgen nuevos conceptos de modelo de negocio y cada vez se necesitan más mecanismos para distinguirse y competir, de pronto se presenta en este escenario una nueva generación que va a provocar mayor incertidumbre en este mundo ya complejo y vertiginoso: **La Generación Z.**

Y en ese mercado laboral cada vez más competitivo y cambiante las organizaciones deben subirse a la ola de la vanguardia y de la innovación para lograr atraer y fidelizar al talento de la Generación Z o Centenials, también conocidos como *zoomers*.

Uno de los principales retos a los que se enfrentan las empresas es conectar con esta generación, tan distinta de sus predecesoras y que, a pesar de enfrentarse a las dificultades de acceso al mercado laboral, su duración en las organizaciones es breve. Hablamos de una generación que ha llegado para desafiar las reglas establecidas por el mundo profesional hasta el momento.

¿Qué pueden hacer las empresas para conectar con el talento joven y fidelizarlo en la organización?

¿Cómo construir una marca empleadora sólida que pueda influir en la percepción y la atracción del talento más precoz de esta generación?

En este documento recogemos los temas que se abordaron durante el evento **#EmployerBrandingDay**, celebrado el 18 de octubre de 2023. Una jornada que contó con la participación de compañías del mercado español y personas influyentes de las áreas de Comunicación y Recursos Humanos y Responsabilidad Social Corporativa.

En esta jornada se presentaron cuatro mesas redondas: la primera dedicada a conocer en profundidad quién es la Generación Z, la segunda trató la Diversidad e inclusión, la tercera versó sobre el Propósito corporativo como palanca para conectar con el talento joven y la cuarta planteó las Estrategias específicas del *Employer branding*.

**«Lo que hace grande a las empresas son las personas. Más allá de los productos, de los procesos, lo que posibilita un negocio son los individuos que trabajan unidos por un mismo propósito».**



## 2. Generación Z, ¿quiénes son?

**Cristina Salvador**, presidenta de Both People & Comms, exploró el universo de la Generación Z, planteando una serie de cuestiones de primer orden para lograr entender quién es esta generación, qué les interesa y qué puede aportar a las organizaciones: ¿Cómo es?, ¿cómo actúa?, ¿qué les atrae?, ¿cómo se les puede acoger desde una visión inclusiva? Así, Cristina Salvador nos descubre las cualidades de esta generación:

**«Nacida entre el año 1995 y el 2010, con Internet bajo el brazo, la Generación Z llega a las organizaciones con una nueva manera de entender el trabajo.** Frente a las generaciones con las que tiene que compartir la jornada laboral (*Baby Boomers, Generación X y Millenials*), esta destaca por su creatividad y una alta formación, competencias digitales nativas, grandes dotes de comunicación y capacidad para trabajar en equipo, además de una gran adaptación al cambio». Clara Gil, especialista en Diversidad, Cultura y Compromiso de Recursos Humanos en PepsiCo, añade: *«Debido a la digitalización, la manera de colaborar de esta generación es muy abierta, no distingue de jerarquías y comparte su opinión con naturalidad».*

# ¿Quieres saber más?

¡Descarga el Paper completo  
en [weareboth.com/content!](https://weareboth.com/content!)

Descubre todo sobre  
*employer branding*  
con un sólo clic.