argentina.

lovebrand.

en tiempos de amores fugaces una lovebrand deja su huella.

randstad

randstad employer
brand research 2025.

randstad employer brand research 2025.

randstad

partner for talent.

4 empresas más atractivas para trabajar en 2025.

7 resumen ejecutivo.

13 factores principales (drivers).

17 comportamiento ante el cambio de empleo.

23 equidad, IA y motivación & compromiso.

30 anexo.

empresas más atractivas para trabajar 2025.

lovebrand. 2025

1	Samsung
2	Aerolíneas Argentinas
3	HP
4	Arcor
5	YPF
6	Ford
7	Nestlé
8	Unilever
9	Globant
10	Newsan

2024

1	Aerolíneas Argentinas
2	Coca-Cola FEMSA
3	Aeropuertos Argentina
4	Mercedes-Benz
5	Pecom Energía
6	Toyota
7	Volkswagen
8	Arcor
9	Ford
10	Hewlett Packard Enterprise

sectores más atractivos para trabajar 2025.

1. Farmacéutica
2. Industria automotriz
3. Consumo masivo de alimentos
4. Energía
5. ITC
6. Consumo masivo de productos para el cuidado personal
7. Logistica
8. Banca
9. Consumo masivo de bebidas
10. Servicios

resumen ejecutivo.

para los trabajadores, el factor más importante a la hora de elegir un empleador es un salario competitivo y buenos beneficios.

factores (drivers) de la PVE.

El año pasado, los trabajadores en Argentina empezaron a priorizar un buen salario y beneficios sobre un ambiente laboral agradable, que había sido el factor clave en los dos años previos.

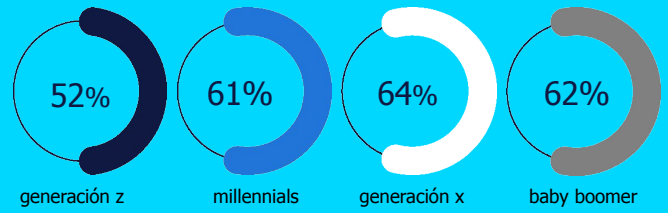
La seguridad laboral es un punto crucial para los empleadores, ya que es uno de los factores más valorados por el talento en un empleador ideal. Para fomentar la retención y reducir las renuncias, es importante que los empleadores destaquen y refuercen la estabilidad laboral como parte de su propuesta de valor.

generaciones.

La percepción del perfil del empleador ideal varía entre las distintas generaciones: mientras que la generación X y los millennials priorizan el salario y los beneficios, la generación Z y los baby boomers le dan mayor importancia a un ambiente de trabajo agradable.

Una buena noticia para los empleadores es que la generación Z valora de forma más positiva la cultura laboral. Sin embargo, todavía hay margen de mejora en lo que respecta a la experiencia de los baby boomers. Una vez más, la generación Z tiene una percepción más favorable del salario y los beneficios, mientras que la generación X y los millennials se mantienen más críticos, lo que deja en claro la necesidad de atender sus inquietudes en cuanto a la compensación.

Las diferencias generacionales aparecen al analizar la importancia de un salario y beneficios atractivos.



segmentación por perfiles.

Si bien el salario y los beneficios siguen siendo la principal prioridad en todos los perfiles, otros factores importantes varían según el puesto de trabajo. Para los perfiles profesionales, tanto el salario como el ambiente de trabajo tienen el mismo peso. En cambio, los perfiles operativos valoran más la equidad, un factor clave en su compromiso y nivel de satisfacción. Por otro lado, los perfiles digitales dan prioridad al desarrollo profesional, incluso por encima de un ambiente laboral agradable, a diferencia de los otros dos tipos de perfiles.

Respecto a cómo perciben a sus empleadores actuales, el perfil digital se muestra más conforme con el equilibrio entre la vida familiar y profesional. Por otro lado, el perfil operativo tiene una percepción mucho más positiva sobre el salario y el ambiente de trabajo que el perfil profesional.

Estas diferencias muestran lo importante que es diseñar estrategias laborales que se ajusten a las prioridades específicas de cada puesto de trabajo.

6 de cada 10 trabajadores valoran de manera positiva a su empleador respecto a la seguridad laboral.

si bien más personas tienen la intención de cambiar de empleo, las cifras de cambio reales no ha variado.

retención y reskilling.

A pesar de que la intención de cambiar de empleo aumentó en un 3%, los cambios reales solo aumentaron en un 1%. Esto indica que, aunque hay más trabajadores que consideran la posibilidad de cambiar de empleo, muchos todavía no se animan a dar el paso. Esta relativa estabilidad es una oportunidad para que las empresas refuercen sus estrategias de retención, aunque el hecho de que aumente la intención de cambiar de empleo podría anticipar un aumento en la rotación del talento. Por esta razón, los empleadores deben actuar a tiempo y responder a las inquietudes para evitar una salida masiva en el futuro.

Las redes sociales siguen siendo el canal más eficiente para quienes lograron cambiar de empleo, lo que refuerza su importancia como herramienta en la movilidad profesional.

Además, el 80 % de quienes integran la fuerza laboral en Argentina considera muy importante el reskilling. Esto demuestra que el aprendizaje continuo y el desarrollo profesional son clave para la retención y la satisfacción de los trabajadores.

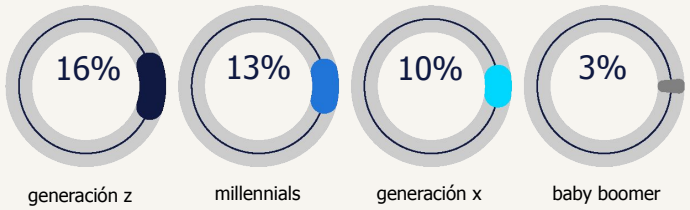
generaciones.

De todas las generaciones, la Z es la más propensa a querer cambiar de empleo. Es una tendencia que los empleadores no pueden pasar por alto.

Aunque la mayoría de las generaciones recurre principalmente a las redes sociales para buscar trabajo, la generación X prefiere apoyarse en sus contactos personales al momento de dar el siguiente paso profesional.

A la hora de buscar empleo, LinkedIn sigue siendo la plataforma favorita de quienes planean dejar a su empleador actual. Es por esto que las empresas deben mantener una presencia fuerte en LinkedIn, sobre todos para atraer a los millennials y a la generación Z, que la utilizan mucho para avanzar en su carrera profesional.

trabajadores que cambiaron de trabajo en los últimos 6 meses.



segmentación por perfiles.

Los perfiles operativos son los que más buscan cambiar de empleo, aunque a la hora de pensar en su empleador ideal, le dan mucha importancia a la estabilidad laboral. Por el contrario, los perfiles profesionales tienden a permanecer más tiempo en sus puestos actuales: la intención de cambiar de empleo es mucho menor entre estos trabajadores.

Considerando la tasa de inflación interanual en Argentina del 276,2% (según informó el INDEC en febrero), no es sorpresa que la principal razón por la cual los trabajadores de todos los perfiles quieran dejar su empleo sea la compensación. Esto es, sobre todo, evidente para el perfil digital, que tiene más posibilidades de recibir ofertas mejor remuneradas. Sin embargo, mejorar el equilibrio entre vida familiar y profesional sigue siendo un factor fundamental para todos los grupos.

Los perfiles digitales están interesados en trabajar en empresas que ofrezcan oportunidades de desarrollo profesional, y son más propensos a dejar su trabajo si este carece de desafíos o interés. Para retenerlos, los empleadores deben mantenerlos comprometidos y buscar formas de garantizar el desarrollo y la satisfacción profesional.

hay consistencia en las evaluaciones sobre equidad.

equidad.

La equidad se posiciona como uno de los principales factores al momento de evaluar a los empleadores, ya que ocupa el tercer lugar. Si bien los puntajes vinculados a este aspecto se mantienen estables, hubo un avance importante en la percepción sobre la igualdad de salarios, ya que subió un 4%. Es probable que este incremento contribuya al buen puntaje general de la equidad.

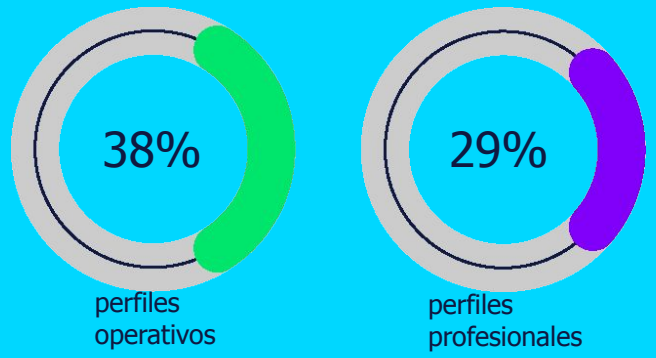
En Argentina, uno de cada cinco trabajadores se identifica como parte de una minoría, y esta cifra se mantiene estable. Las personas que pertenecen a un grupo minoritario enfrentan obstáculos laborales con mayor frecuencia que los que no pertenecen a ellas, y hubo un aumento del 2% en comparación al año pasado. Sin embargo, tienen una percepción más positiva sobre la equidad a la hora de evaluar a sus empleadores: esto indica que hay avances con respecto a la inclusión. Con el fin de seguir avanzando en esta dirección, las empresas deberían reconocer los desafíos específicos y diseñar estrategias que garanticen la equidad para todos los trabajadores.

generaciones.

La generación Z es la que mejor puntúa a sus empleadores en términos de equidad, y destacan especialmente que los líderes son imparciales en cuanto a las oportunidades de reskilling y upskilling de quienes están bajo su dirección. Con una puntuación de 57%, la generación Z marca una diferencia significativa frente al 37% de los millennials.

No se observan grandes variaciones en la identificación con grupos minoritarios entre las distintas generaciones: evidentemente, la proporción de trabajadores que se consideran parte de una minoría se mantiene constante a lo largo del tiempo, sin importar la franja etaria.

mi organización les otorga las mejores oportunidades a los trabajadores que más se las merecen.



segmentación por perfiles.

Es más probable que los perfiles operativos se identifiquen como parte de una minoría que quienes ocupan puestos profesionales, y es probable que por eso le den más importancia a la equidad a la hora de pensar en el perfil de un empleador ideal.

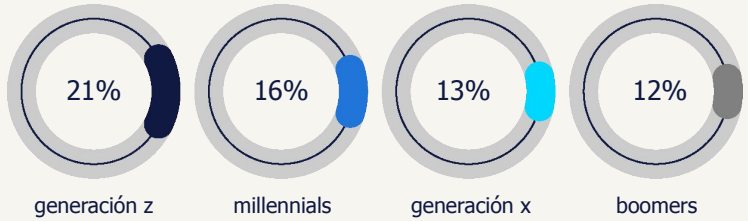
Al analizar las declaraciones sobre la equidad, todos los tipos de perfiles valoran de manera parecida a sus empleadores. Sin embargo, hay una diferencia evidente: los perfiles operativos suelen tener una perspectiva más positiva sobre el hecho de que las mejores oportunidades se les brindan a quienes más las merecen. En cambio, la mayoría de los perfiles profesionales tiene una visión más negativa sobre este tema. Esto sugiere que los operativos quizá se sienten más reconocidos o notan mayor equidad en su entorno de trabajo, mientras que los profesionales podrían pensar que les faltan oportunidades para avanzar.

el uso de la IA permanece estable.

IA.

Si bien la integración de la IA en Argentina sigue siendo baja, su uso creció ligeramente en el último año: pasó del 13% al 15%. Aún así, más de la mitad de los trabajadores anticipa que la IA impactará en sus puestos en el futuro. La percepción general sobre este cambio es positiva: el 60% del talento se siente conforme con el papel que cumple la IA en su entorno laboral, y esto indica que la integración de la IA se percibe como un avance beneficioso para el bienestar laboral.

uso regular de la IA entre las diferentes generaciones.



generaciones.

El uso de la IA en el entorno laboral es más común entre las generaciones jóvenes, y su uso disminuye progresivamente con la edad. De todas formas, el interés por la IA crece en todos los grupos etarios, lo que demuestra una actitud cada vez más abierta hacia esta tecnología.

En cuanto a su impacto, también se observan diferencias generacionales: quienes son más jóvenes esperan un mayor efecto en sus puestos, a diferencia de las generaciones mayores, que consideran que el impacto será de menor intensidad.

Más allá de las diferencias en el uso y las expectativas, la mayoría de las generaciones comparte una actitud positiva y bastante uniforme.

segmentación por perfiles.

Como era de esperarse, quienes trabajan en el ámbito digital usan la inteligencia artificial con mucha más frecuencia que el resto: un 40% la utiliza de forma activa. Esta cifra supera ampliamente a la de los perfiles profesionales (14%) y operativos (12%), probablemente debido a la naturaleza de su trabajo.

El impacto esperado de la IA sigue la misma tendencia: el sector digital es el que más anticipa un gran efecto en su trabajo, seguido por los profesionales y, en menor medida, los operativos.

El 89% de las personas en puestos digitales ve con buenos ojos el impacto de la inteligencia artificial, lo que marca una actitud claramente favorable. Por su parte, el 50% de los perfiles profesionales y el 58% de los operativos también tienen una opinión positiva, aunque en niveles más moderados.

los empleadores argentinos sobresalen en términos de motivación y compromiso.

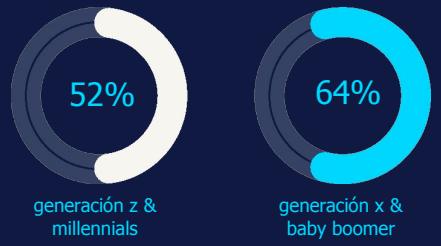
motivación & compromiso.

Más de la mitad (52%) de los trabajadores en Argentina afirman sentirse motivados. Además, el 42% del talento indica que siente incluso más motivación que el año pasado. Este es un dato alentador para los empleadores, ya que la motivación suele traducirse en una menor rotación de empleados.

La estabilidad es el principal factor que fomenta la motivación y el compromiso, seguido por el reconocimiento adecuado. En cambio, el factor que más afecta a la motivación es el querer recibir un salario más alto, seguido por la falta de reconocimiento.

El reconocimiento, o su ausencia, es crucial para la motivación y desmotivación de los trabajadores, por lo que es un tema que los líderes y equipos deben abordar. Mejorar el reconocimiento podría tener un impacto muy positivo y debería fomentarse en todas las empresas para fortalecer el compromiso y la satisfacción en general.

Me siento motivado/comprometido en mi puesto actual.



generaciones.

En comparación con otras generaciones, la generación Z es la menos motivada y comprometida (48%). Sin embargo, todos los grupos de edad registran un porcentaje similar de encuestados que se sienten más motivados que hace un año, lo que indica algunas tendencias positivas compartidas por todas las generaciones.

La estabilidad laboral es el principal factor de motivación para casi todas las generaciones, a excepción de los baby boomers, que atribuyen más valor al reconocimiento y al aprecio de su trabajo. En el caso de la generación Z, más joven y menos motivada, su motivación se debe principalmente a la seguridad laboral (33%), seguida de las opciones de trabajo flexibles (como el trabajo remoto o la flexibilidad horaria) y las oportunidades de crecimiento. Para fomentar la motivación y el compromiso, las empresas deberían potenciar estos aspectos.

En lo referente a los factores que disminuyen el compromiso laboral, se destaca el deseo de un salario más alto, quizá debido a la inestabilidad económica del país. Asimismo, la falta de reconocimiento supone otro motivo de preocupación, que afecta por igual a los trabajadores de todas las generaciones.

segmentación por perfiles.

La motivación varía según el tipo de perfil: quienes trabajan en el sector digital muestran mayor motivación, con un 80%, seguidos por los perfiles operativos y profesionales, ambos con un 61%.

Si bien la estabilidad laboral es el principal motor de motivación para todos, las prioridades cambian según los perfiles: quienes ocupan roles digitales priorizan la flexibilidad, los perfiles operativos valoran más el reconocimiento, y los profesionales se enfocan en las oportunidades crecimiento profesional.

Las causas de la falta de compromiso son muy similares en las funciones profesionales y operativas, y los motivos principales son la búsqueda de un salario más alto y un mayor reconocimiento. Esto significa que, independientemente de la función que desempeñen, las motivaciones principales de los trabajadores son las mismas. Por tanto, las estrategias para mejorar el compromiso se pueden aplicar de forma generalizada en toda la organización. En cambio, las razones que impulsan la motivación son más variadas entre los distintos perfiles.

**El tamaño de la muestra para los factores de desinterés en el ámbito digital es insuficiente para extraer conclusiones significativas.*

principales factores (drivers).

un salario atractivo se ha convertido en el factor más importante a la hora de elegir a un empleador.

Si bien el ambiente de trabajo fue el aspecto más destacado durante los últimos años, en la actualidad el salario ha superado esa preferencia. Este aspecto se percibe con mayor relevancia en las mujeres y la generación X, frente a las generaciones más jóvenes.

cómo interpretar las puntuaciones indexadas arriba:
150: el factor (driver) es considerado un 50% más importante que el promedio
75: el factor (driver) es considerado un 25% menos importante que el promedio

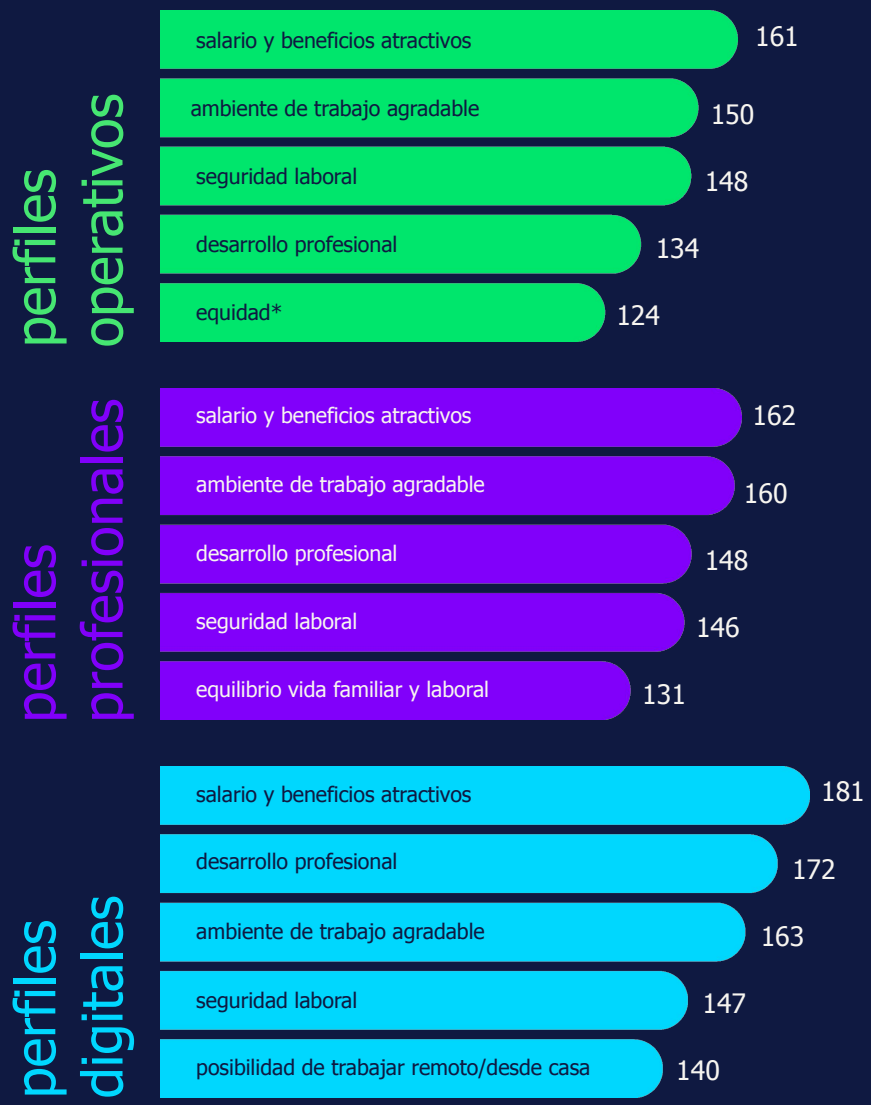
P. Al pensar en el empleador ideal, ¿qué elementos debería tener esta organización sin lugar a dudas?

si bien el salario y los beneficios son la principal prioridad en todos los perfiles, la importancia de los otros factores varía según el puesto.

Los perfiles profesionales le otorgan la misma importancia tanto al salario como al ambiente de trabajo. Sin embargo, a diferencia de los profesionales y el resto de los trabajadores, los perfiles operativos destacan la equidad como un factor clave, lo cual refleja su papel fundamental en la satisfacción y compromiso de estos empleados.

*comenzamos a analizar este factor en 2024: «los empleados ofrecen las mismas oportunidades sin importar la edad, género, etnia, etc.»

P. Al pensar en el empleador ideal, ¿qué elementos debería tener esta organización sin lugar a dudas?



6 de cada 10 trabajadores califica de forma positiva a sus empleadores en temas de seguridad laboral, por lo que se está fortaleciendo la estabilidad laboral.

evaluación del empleador actual.

1. ubicación
2. seguridad laboral a largo plazo
3. equidad
4. buena situación financiera
5. buena reputación
6. trabajo interesante
7. buen equilibrio vida familiar y profesional
8. ambiente de trabajo agradable
9. desarrollo profesional
10. salario y beneficios atractivos

perfil del empleador ideal

1. salario y beneficios atractivos
2. ambiente de trabajo agradable
3. seguridad laboral
4. desarrollo profesional
5. buen equilibrio vida familiar y profesional
6. diversidad e inclusión
7. posibilidad de trabajar de forma remota desde casa
8. buena formación
9. trabajo interesante
10. ubicación

P. ¿Cómo calificarías a tu propio empleador en cada uno de los siguientes criterios, en una escala del 1 («para nada cierto») al 5 («completamente cierto»)?
P. Al pensar en el empleador ideal, ¿qué elementos debería tener esta organización sin lugar a dudas?

La seguridad laboral es un punto clave para la construcción de una marca empleadora y los esfuerzos de retención: no solo los trabajadores la evalúan bien en la actualidad, sino que también aparece entre los aspectos más importantes en un empleador ideal.

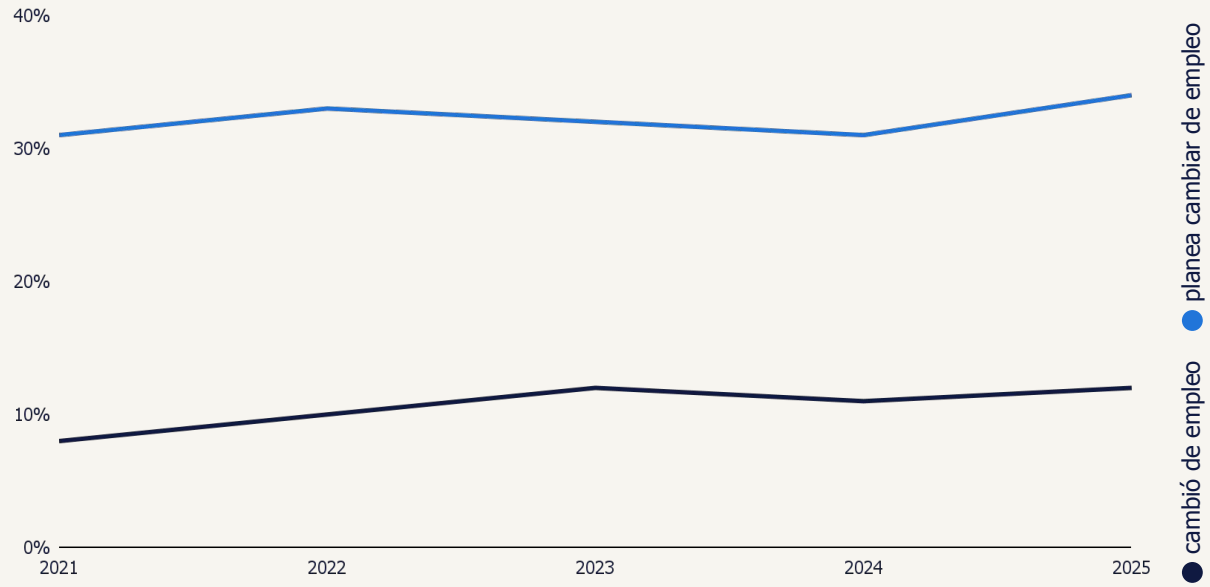
Con respecto al salario, sin embargo, apenas 4 de cada 10 trabajadores sienten que el salario cumple con sus expectativas. Las mujeres y los profesionales, en particular, son los más exigentes en este aspecto. Si bien el salario es la principal prioridad a la hora de pensar en el perfil del empleador ideal, claramente se observa una brecha entre la satisfacción actual y las expectativas futuras.

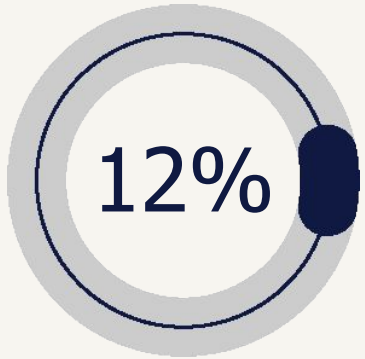
comportamiento ante el cambio de empleo.

en Argentina, el cambio de empleo se mantuvo estable en los últimos años, pero este año la intención de cambiar de empleo aumentó en un 3%.

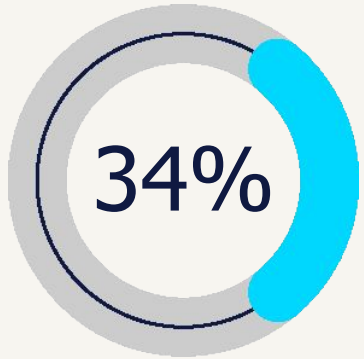
Esto indica que, si bien son más los trabajadores que están contemplando un cambio, es probable que estén dudando de dar el paso.

P. ¿Cambiaste de empleador en los últimos 6 meses?
P. ¿Te gustaría cambiar de empleo en los próximos 6 meses?





cambió de empleador en los últimos 6 meses.

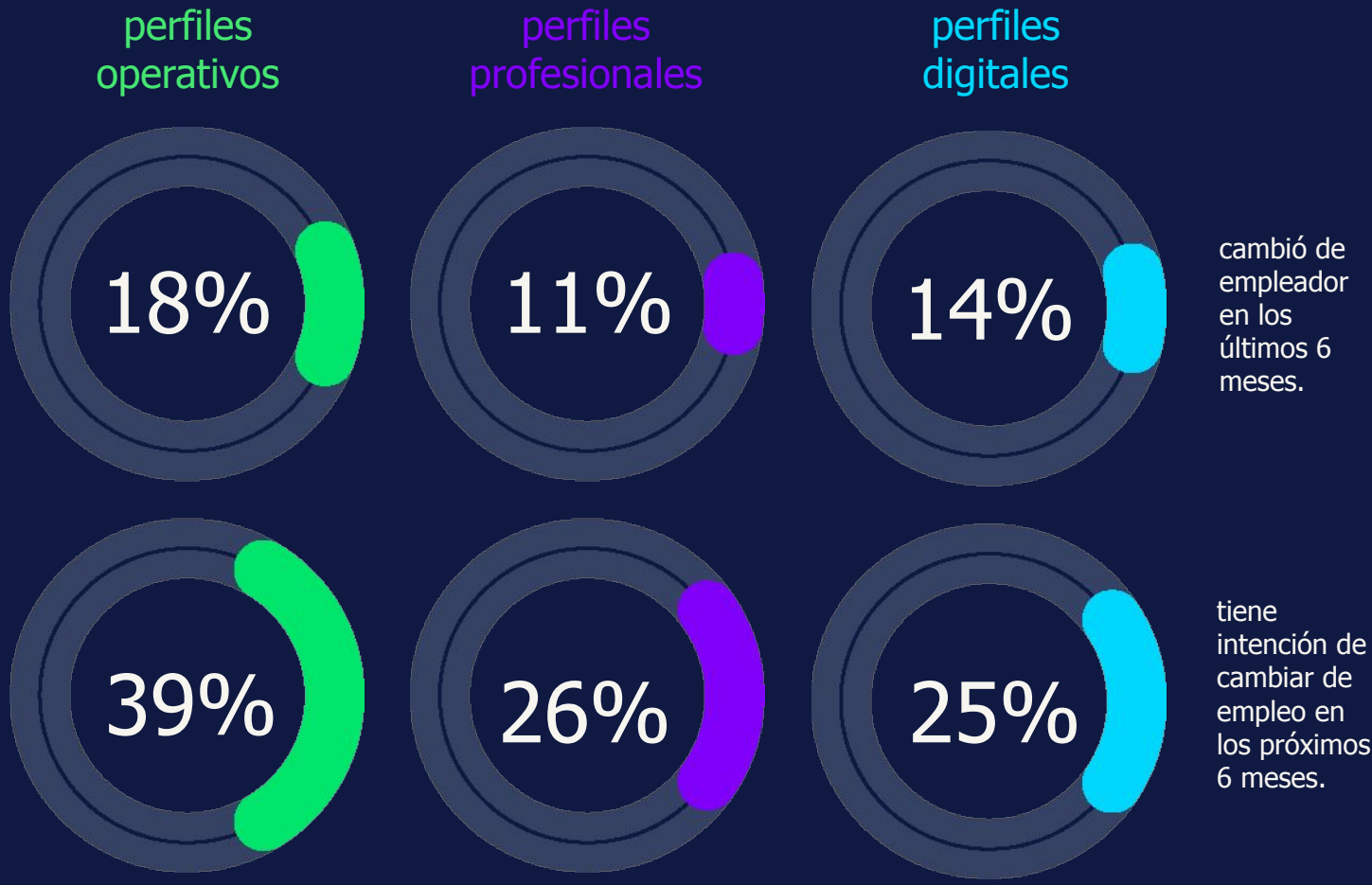


tiene intención de cambiar de empleo en los próximos 6 meses.

En los perfiles operativos, se observa que la rotación de personal y el cambio de empleo son más frecuentes.

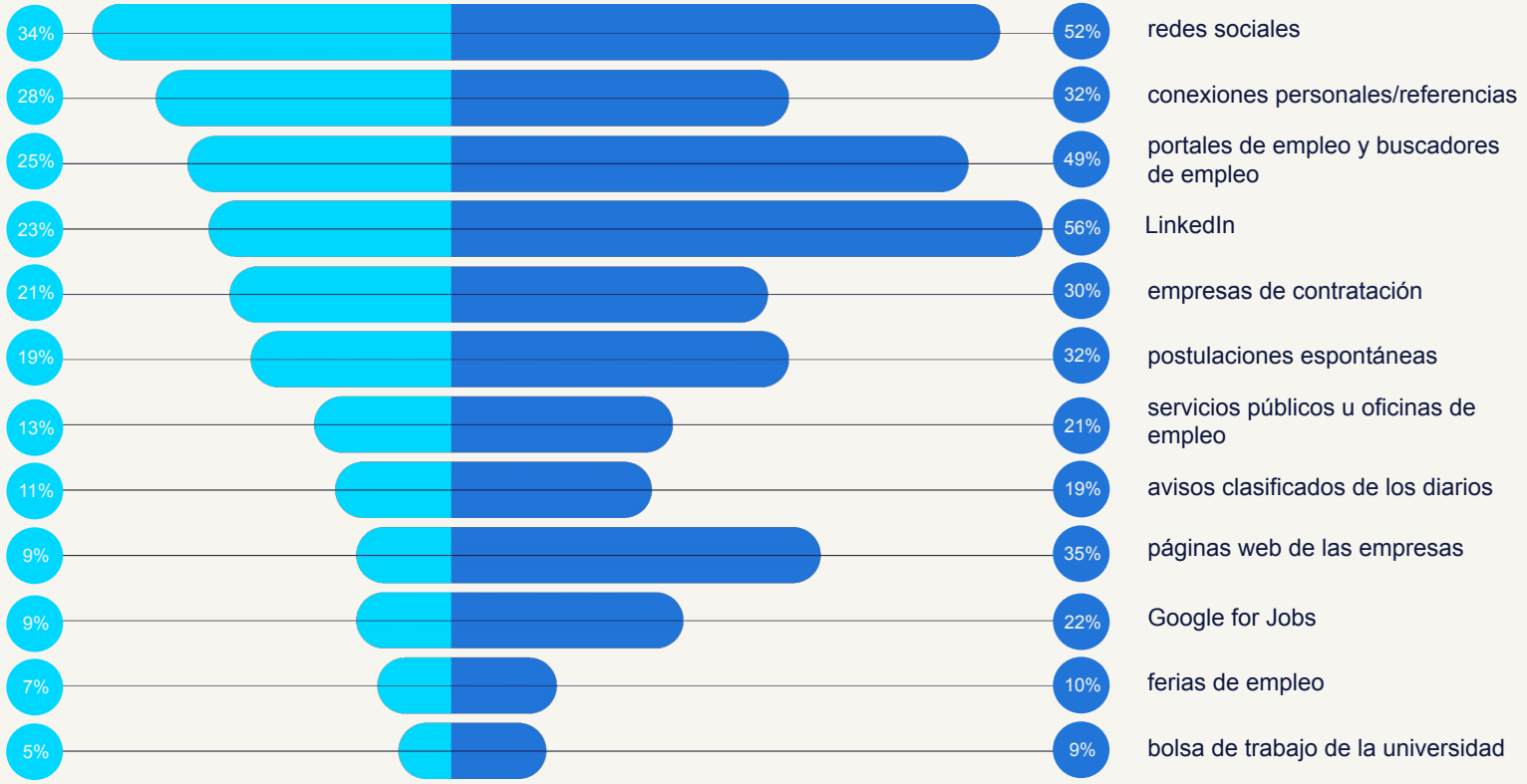
El hecho de que estos trabajadores estén buscando nuevas oportunidades podría estar más relacionado con la naturaleza del trabajo que por la lealtad al empleador.

P. ¿Cambiaste de empleador en los últimos 6 meses?
P. ¿Te gustaría cambiar de empleo en los próximos 6 meses?



las redes sociales siguen siendo el canal más utilizado por quienes están en la búsqueda de empleo en Argentina.

canales para encontrar empleo.



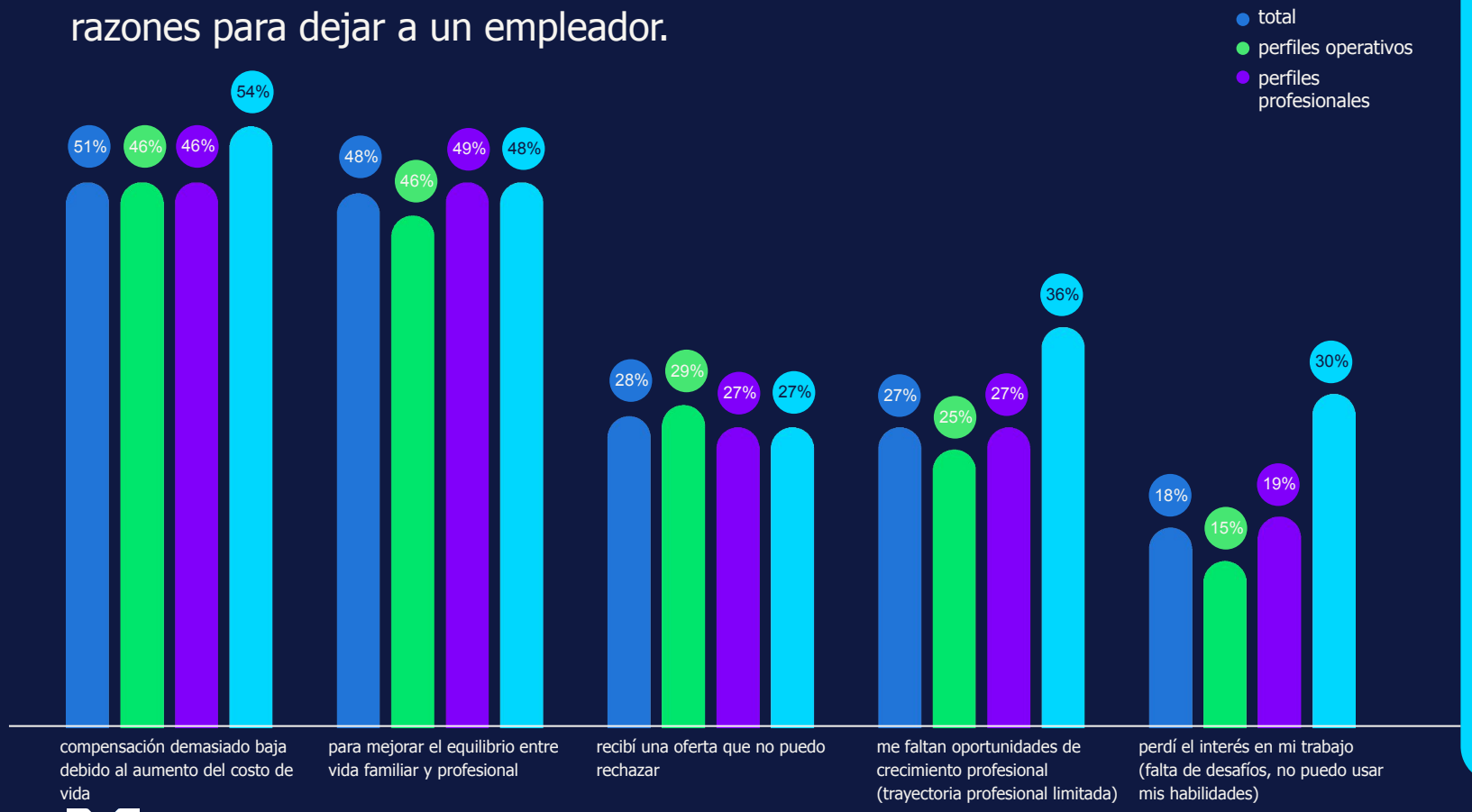
Casi todas las generaciones, excepto la generación X que suele recurrir a las conexiones personales, recurre a las redes sociales para encontrar empleo, y esto es mucho más frecuente entre las mujeres.

LinkedIn es la plataforma más usada entre quienes buscan empleo, especialmente para los millennials, la generación Z y quienes ocupan puestos digitales. En cambio, para conseguir empleo, los baby boomers prefieren recurrir a las conexiones personales.

P. ¿Cuáles de los siguientes canales de búsqueda de empleo utilizaste para buscar trabajo?
P. ¿Mediante cuál de los siguientes canales de búsqueda de empleo encontraste trabajo?

la razón principal por la cual los trabajadores de todos los perfiles dejan a su empleador actual es el hecho de recibir una compensación baja.

razones para dejar a un empleador.



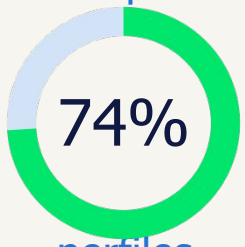
Luego de la baja compensación, en segundo lugar aparece el deseo de mejorar el equilibrio entre vida familiar y profesional. Estas son las dos razones principales, y existe una diferencia muy marcada con respecto a las otras razones.

Para los perfiles profesionales, estos dos factores son igual de importantes: por esta razón, los empleadores deben abordar tanto las cuestiones financieras como también de bienestar para retener al talento en este sector. Por otro lado, los empleadores podrían mejorar las evaluaciones que reciben por parte de los perfiles operativos y digitales si atendieran las preocupaciones relacionadas con el salario.

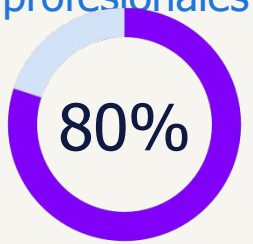
P. ¿Qué tan importante crees que es que tu empresa te ofrezca la posibilidad de reskilling (aprender habilidades de un diferente) para avanzar en tu carrera profesional?

- 5 – me resulta muy importante
- 4
- 3
- 2
- 1 – no me importa en absoluto
- no sé

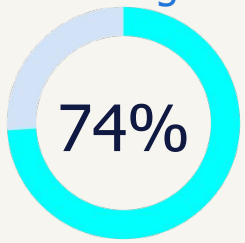
perfiles operativos



perfiles profesionales



perfiles digitales



% de respuestas en las dos categorías más altas: importante & muy importante

4 de cada 5 trabajadores considera que el reskilling es importante, y este aspecto cobra aún más relevancia entre los profesionales en comparación con las demás perfiles.

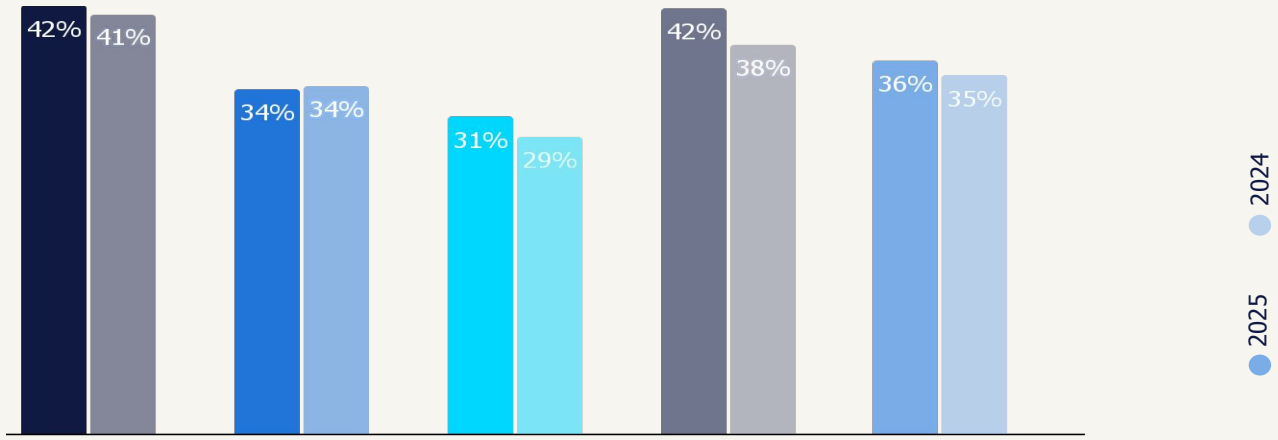
Asimismo, entre quienes tienen la intención de cambiar de empleo, este aspecto se vuelve más relevante (83%).

Además, las mujeres le otorgan más importancia (81%) que los hombres (76%). Esto indica que las empresas deben adaptar sus iniciativas de reskilling para que se ajusten a los desafíos y necesidades que enfrentan las mujeres, sin dejar de lado las iniciativas generales que fomenten la retención del talento.

equidad & IA.

los empleadores mejoraron o lograron estabilidad en los aspectos relacionados con la equidad, especialmente en la percepción de la igualdad salarial.

¿cuál de las siguientes afirmaciones considerás ciertas con respecto a tu empleador actual?



- mi organización valora mis atributos, características, habilidades, experiencias y antecedentes únicos.
- los líderes son justos en cuanto a la contratación o el avance profesional de aquellos que están bajo su dirección.
- mi organización les otorga las mejores oportunidades a los empleados que más se las merecen.
- mi organización garantiza igualdad salarial en las mismas tareas.
- los líderes son imparciales en cuanto a las oportunidades de reciclar y perfeccionar los conocimientos de quienes están bajo su dirección.

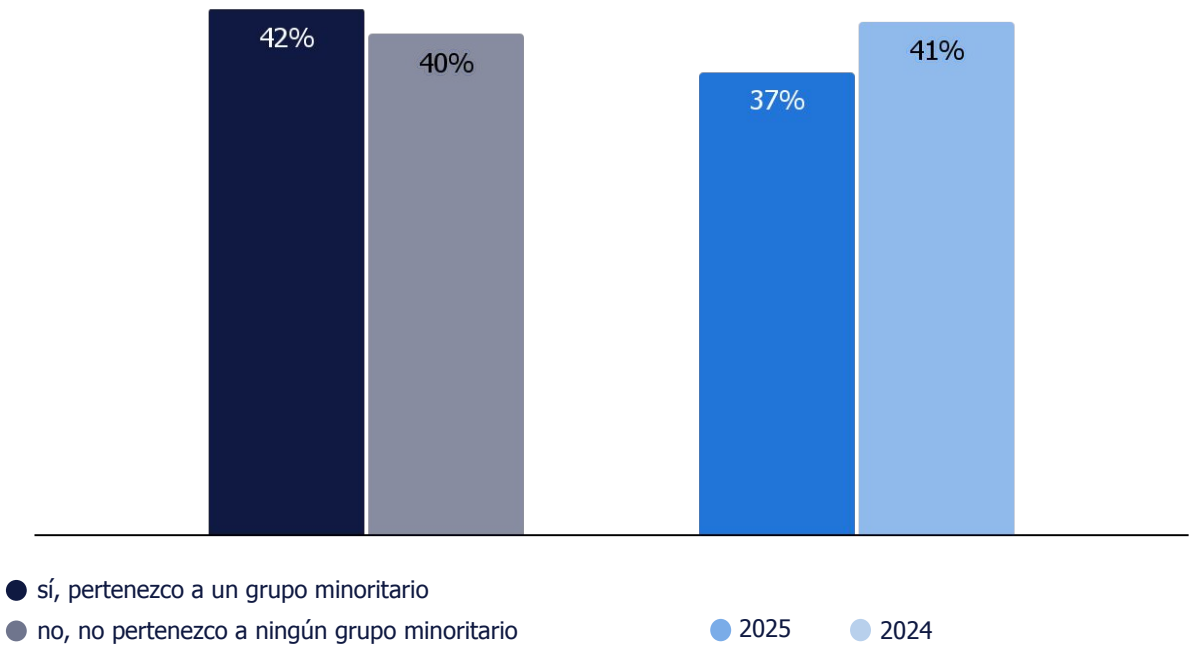
Las percepciones sobre la igualdad salarial mejoraron en gran medida gracias a la generación Z (57%), mientras que los millennials (37%) y la generación X (44%) se muestran más críticos al respecto.

En general, la generación Z es la que tiene una visión más favorable de su empleador en comparación con otras generaciones en lo que respecta a temas relacionados con la equidad.

P. ¿Cómo calificarías a tu propio empleador en cada uno de los siguientes criterios, en una escala del 1 («para nada cierto») al 5 («completamente cierto»)?

en general, 1 de cada 5 trabajadores se considera parte de una minoría.

a lo largo de mi trayectoria en esta empresa, he encontrado obstáculos que considero que están relacionados con mi identidad.



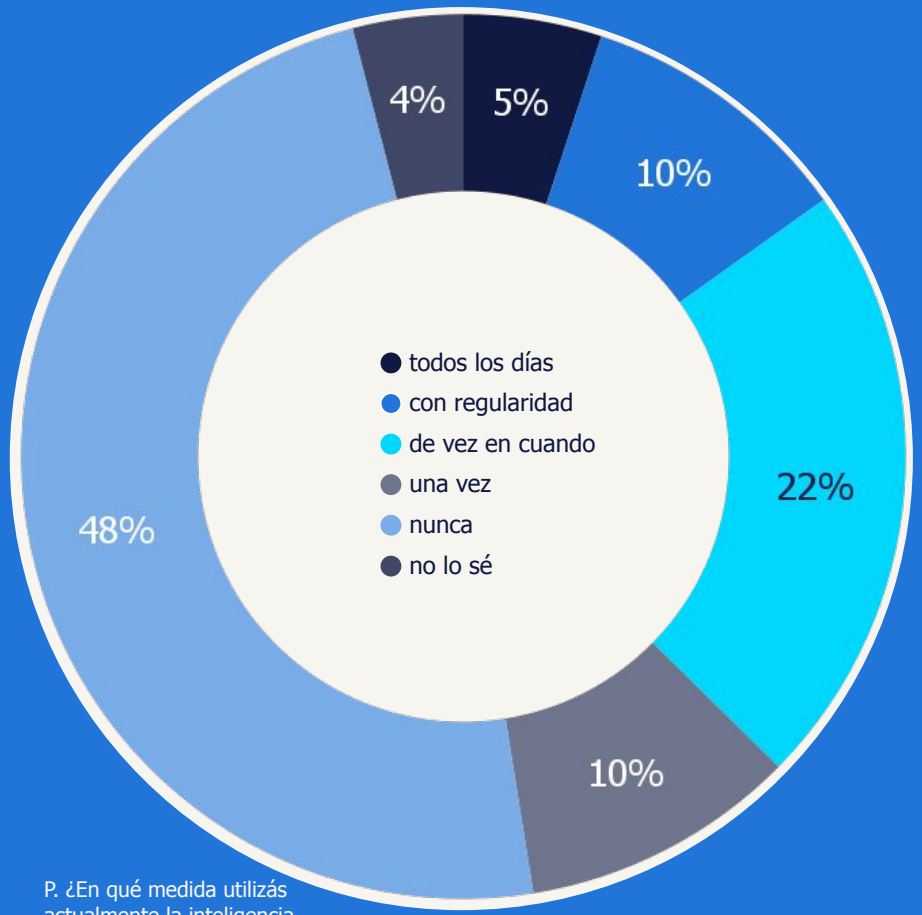
P. ¿Cómo calificarías a tu propio empleador en cada uno de los siguientes criterios, en una escala del 1 («para nada cierto») al 5 («completamente cierto»)?
P. ¿Considerás que pertenecés a un grupo minoritario?

Esto se debe, sobre todo, a aspectos que trascienden las definiciones convencionales de minoría, como la etnia, las discapacidades y el género.

Con respecto a los trabajadores que afirman enfrentarse a obstáculos, son más los que se consideran parte de una minoría que aquellos que no pertenecen a ellas. Esto ha cambiado en comparación con el año pasado, cuando ambos grupos se veían afectados de manera similar.

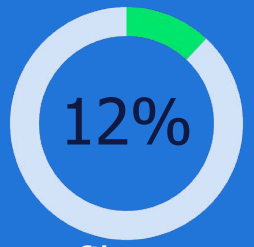
Para seguir mejorando, los empleadores deben identificar qué obstáculos enfrentan las minorías e implementar estrategias específicas para garantizar que todos los trabajadores tengan experiencias equitativas.

en Argentina, el uso habitual de la IA creció ligeramente, ya que subió del 13% al 15% en el último año.

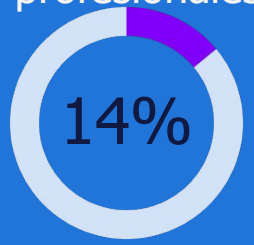


P. ¿En qué medida utilizás actualmente la inteligencia artificial en tu trabajo?

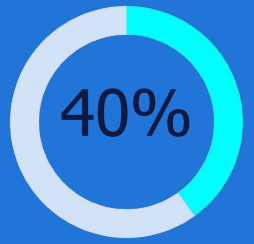
perfiles operativos



perfiles profesionales



perfiles digitales



% de usuarios regulares (todos los días y con regularidad)

En comparación con los perfiles profesionales y operativos, el uso de la IA es mucho más alto entre quienes ocupan puestos digitales, algo completamente esperado por la naturaleza del trabajo que realizan. Un dato relevante es que los perfiles operativos tienen la mayor proporción de personas que nunca usaron IA (55%), en comparación con el 47% en los perfiles profesionales y solo un 13% en los digitales.

La generación Z es la que más está adoptando la IA, ya que el 21% la usa en su trabajo diario, un aumento del 3% en comparación con el año pasado. Además, se observa una brecha generacional en la adopción de la IA, ya que a medida que se incrementa la edad, el uso de la IA disminuye.

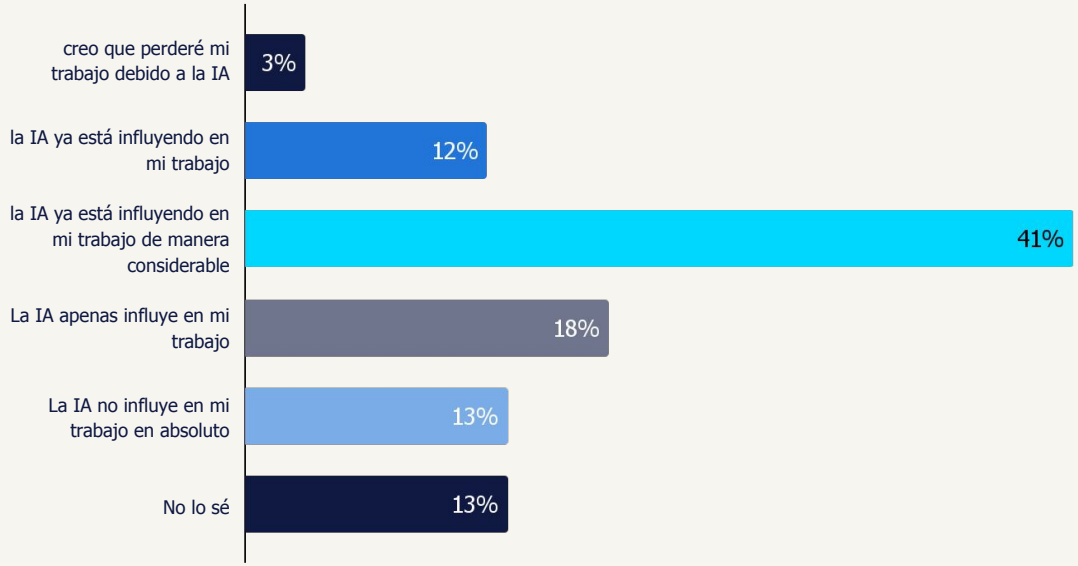
a medida que crece la adopción de la IA, también crece el impacto percibido en el entorno laboral: el 41% de los trabajadores siente que el efecto es significativo.

Esta cifra es superior al 34% del año pasado, y las generaciones más jóvenes (48%) y las de mayor educación (46%) anticipan que tendrá un papel importante en el futuro. Por suerte, la mayoría se muestra optimista respecto a la influencia de la IA.

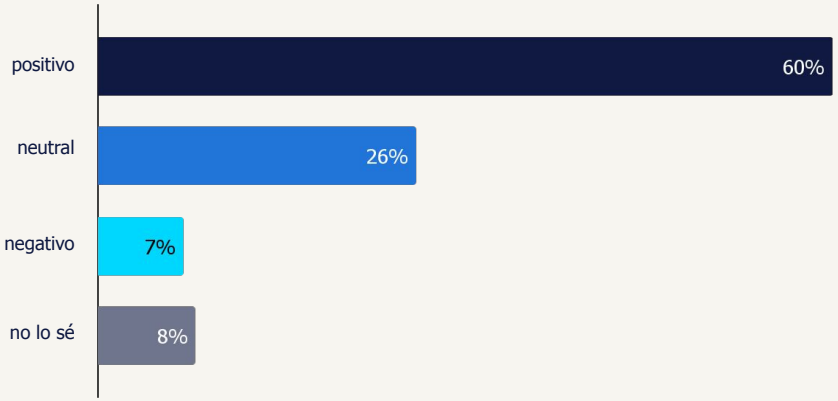
* solo se interrogó a quienes anticipan que la inteligencia artificial influirá de alguna forma en su trabajo.

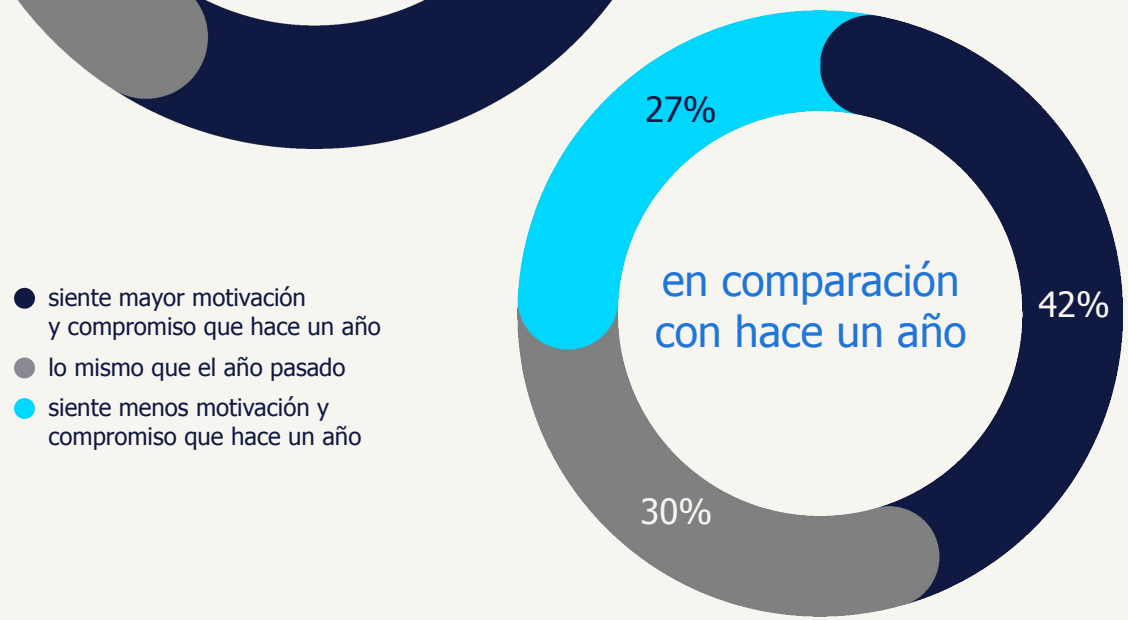
▲▼ considerablemente superior/inferior en comparación con el año pasado.

impacto previsto de la IA en el trabajo.



impacto de la IA en la satisfacción laboral*.





4 de cada 5 trabajadores se sienten motivados y comprometidos en su puesto actual, y 2 de cada 5 se sienten más motivados que el año pasado.

La conexión entre compromiso y retención es evidente: el 56 % de quienes no se sienten comprometidos tiene la intención de dejar su empleo, mientras que solo el 26 % de los más comprometidos considera hacerlo.

P. En una escala del 1 al 5, ¿cuál es tu nivel de motivación y compromiso en tu rol actual?
P. Teniendo en cuenta la misma escala de 5 puntos, ¿sentís que esto cambió en el último año?

la motivación y el compromiso aumentan con la seguridad laboral y el reconocimiento adecuado.

El reconocimiento se presenta como un factor fundamental, ya que es la razón principal por la que se reduce y aumenta el compromiso. Esto confirma el papel fundamental que desempeña este aspecto a la hora de determinar los niveles generales de compromiso.

P. Afirmaste sentir menos motivación y compromiso que hace un año. ¿Cuál de los siguientes factores podría haber contribuido a este cambio?
P. Afirmaste sentir más motivación y compromiso que hace un año. ¿Cuál de los siguientes factores podría haber contribuido a este cambio?

anexo.

¿qué es el employer brand research de Randstad?

- Es una investigación representativa sobre marca empleadora basada en las percepciones del público general, que optimiza desde hace más de 24 años las ideas exitosas sobre employer branding.
- Es una encuesta independiente con más de 170.000 participantes y 6.400 empresas encuestadas en todo el mundo.
- Es un reflejo del atractivo de los empleadores más grandes del país.
- Es información valiosa para ayudar a los empleadores a darle forma a su marca empleadora.

170.000

personas encuestadas

34 mercados encuestados, que representan más del 75% de la economía mundial.

alemania
argentina
australia
austria
bélgica
brasil
canadá

chile
china
dinamarca
españa
estados unidos
francia
grecia

hungría
india
italia
japón
luxemburgo
malasia
méxico

noruega
nueva zelanda
países bajos
polonia
portugal
RAE de hong kong
reino unido

república checa
rumania
singapur
suecia
suiza
uruguay

muestra.

- Desde personas de 18 años hasta jubilados con una mayor. concentración en personas mayores, y representación equitativa de género.
- Grupo de edad de 25 a 44 años, constituido por estudiantes, trabajadores activos y desempleados.

trabajo de campo.

- Entrevistas realizadas de forma online.
- Enero 2025.

duración de la entrevista.

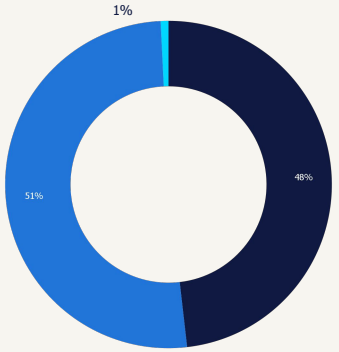
- 14 minutos.

país.

- Argentina, encuestados 4.108.

composición de la muestra en argentina.
datos sociodemográficos, educación y región.

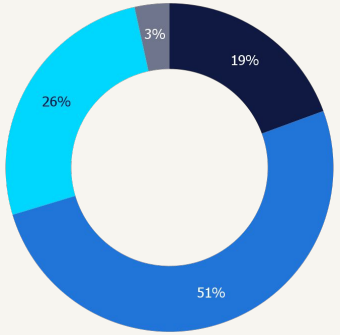
género.



- masculino
- femenino
- otro*

* observación: otro está compuesto por personas con otras identidades de género y personas que prefieren no responder a la pregunta.

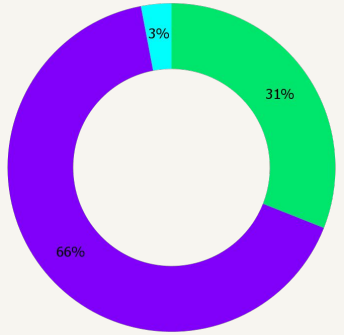
edad.



- Generación Z (1997-2012)
- Millennials (1981-1996)
- Generación X (1965-1980)
- Baby boomers (1946-1964)

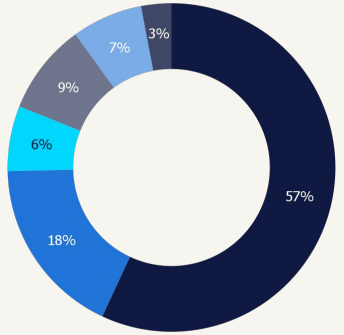
nivel educativo.

segmentación por perfiles.



- perfiles operativos
- perfiles profesionales
- perfiles digitales

región.



- Buenos Aires y GBA
- Centro/Pampa Húmeda
- Cuyo
- Noreste
- Noroeste
- Patagonia

queremos saber tu opinión.

conversemos.

Nuestra investigación tiene muchos puntos de vista interesantes, pero complejos. Por eso, nos gustaría tener la oportunidad de invitarte, con este documento, a compartir nuestras ideas y aclarar cualquier duda que te pueda surgir.

employerbranding@randstad.com.ar

muchas gracias.

randstad

partner for talent.