

argentina

# lovebrand

employer  
brand research  
2024.



# Índice.

introducción	3
factores principales (drivers)	10
empresas más atractivas para trabajar	13
comportamiento ante el cambio de empleo	19
temas del año: equidad e inteligencia artificial	28



# introducción.

## ¿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 173.000 participantes y 6.084 empresas encuestadas en todo el mundo.
- Es un reflejo del atractivo de los empleadores más grandes del país, conocidos por al menos el 10% de la población.
- Es información valiosa para ayudar a los empleadores a darle forma a su marca empleadora.

173.000  
personas  
encuestadas



# 32 mercados encuestados que representan más del 75% de la economía mundial.

## en todo el mundo

- más de 173.000 personas encuestadas.
- 6.084 empresas encuestadas.

## muestra

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

## trabajo de campo

- entrevistas realizadas de forma online.
- enero 2024.

## duración de la entrevista

- 14 minutos.

## país de muestra

- Argentina, 4.033.



argentina  
australia  
austria  
bélgica  
brasil  
canadá  
china

república checa  
francia  
alemania  
grecia  
RAE de hong kong  
hungría  
india

italia  
japón  
luxemburgo  
malaysia  
méxico  
países bajos  
nueva zelanda

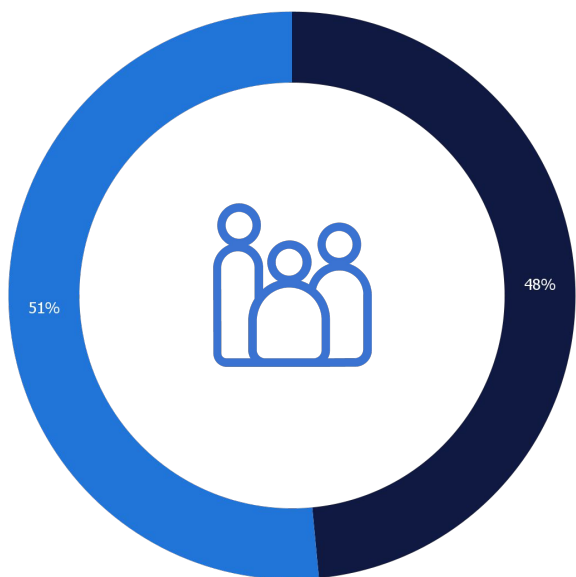
noruega  
polonia  
portugal  
rumania  
singapur  
españa  
suecia

suiza  
reino unido  
estados unidos  
uruguay





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



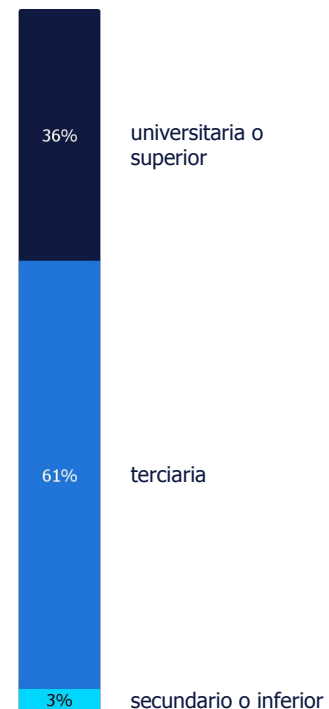
## género.

- masculino
- femenino
- otro\*

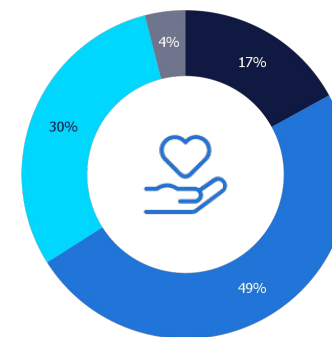
\* observación: otro está compuesto por personas no binarias, intersexuales, hombres transgéneros, mujeres transgéneros, personas no conformes con su género, personas de género fluido, otras identidades.



## educación

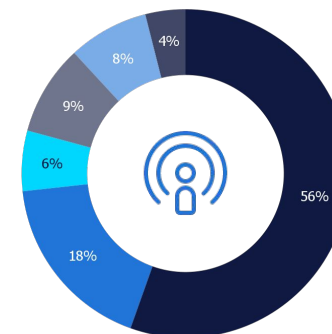


## edad.



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

## región.



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

# resumen ejecutivo: principales conclusiones.

## factores (drivers) de la PVE: ambiente de trabajo.

Para los trabajadores de Argentina, un ambiente de trabajo agradable es el factor más importante a la hora de elegir un empleador ideal, lo que lo distingue de otros mercados en el mundo que priorizan el salario y los beneficios. Aunque los beneficios ocupan el segundo lugar, también comparten esta posición con la seguridad laboral y la equidad, ya que se les atribuye la misma importancia a estos tres factores. Las mujeres valoran incluso más la equidad, mientras que aquellas con niveles bajos de educación la consideran relativamente menos importante.

Los empleados califican particularmente bien a sus empleadores por proporcionar una buena seguridad laboral, lo cual se debería reconocer, ya que es uno de los factores principales. Sin embargo, los empleadores le deberían prestar atención a cómo los trabajadores perciben el ambiente de trabajo ya que, en promedio, los empleados no lo considera de manera positiva como se esperaría, teniendo en cuenta que es un factor clave. Las personas menos satisfechas con el ambiente laboral son más propensas a considerar irse que aquellas que están contentas.

## cambio de empleo.

El comportamiento ante el cambio de empleo parece estar cambiando, ya que cada vez son más los trabajadores que planean buscar otro empleador en los próximos seis meses (el 36% frente al 32% del año pasado). Los empleadores deben estar atentos a cómo sus empleados perciben el equilibrio entre vida familiar y profesional, ya que es la razón principal a la hora de cambiar de empleo. Además, se recomienda vigilar la percepción de compensaciones y oportunidades de desarrollo profesional, debido a que estos factores también tienen un gran impacto en la decisión de los empleados de dejar su trabajo actual. Esto está relacionado con la compensación que los trabajadores recibieron teniendo en cuenta la inflación. La probabilidad de considerar irse es casi el doble para aquellos que no recibieron ninguna compensación.

Es importante mencionar que las mujeres expresan menos satisfacción con su compensación, especialmente porque, por lo general, no fueron compensadas por la inflación en comparación con sus colegas hombres. A pesar de esto, las mujeres no se muestran más propensas que los hombres a dejar su empleo actual.



# resumen ejecutivo: principales conclusiones.

## equidad.

Uno de cada cuatro trabajadores en Argentina se identifica como parte de una minoría, ya sea por género, orientación sexual, etnia/nacionalidad, religión, discapacidad u otra característica distintiva. Esto es más frecuente en la generación Z en comparación con otras generaciones.

Dicho esto, los integrantes de los grupos minoritarios expresan no recibir un trato diferente por parte de su empleador en el lugar de trabajo. Este trato se desglosa en varios aspectos:

- ser valorados en su organización
- igualdad de salario y oportunidades
- trato justo por parte de los gerentes superiores (por ejemplo: contratación, oportunidades)

Sin embargo, el crecimiento profesional es mucho más difícil para las minorías en comparación con los trabajadores no pertenecientes a estos grupos. Esto exige la atención de los empleadores, ya que un tercio de los trabajadores en Argentina no percibe un trato justo por parte del personal directivo superior.

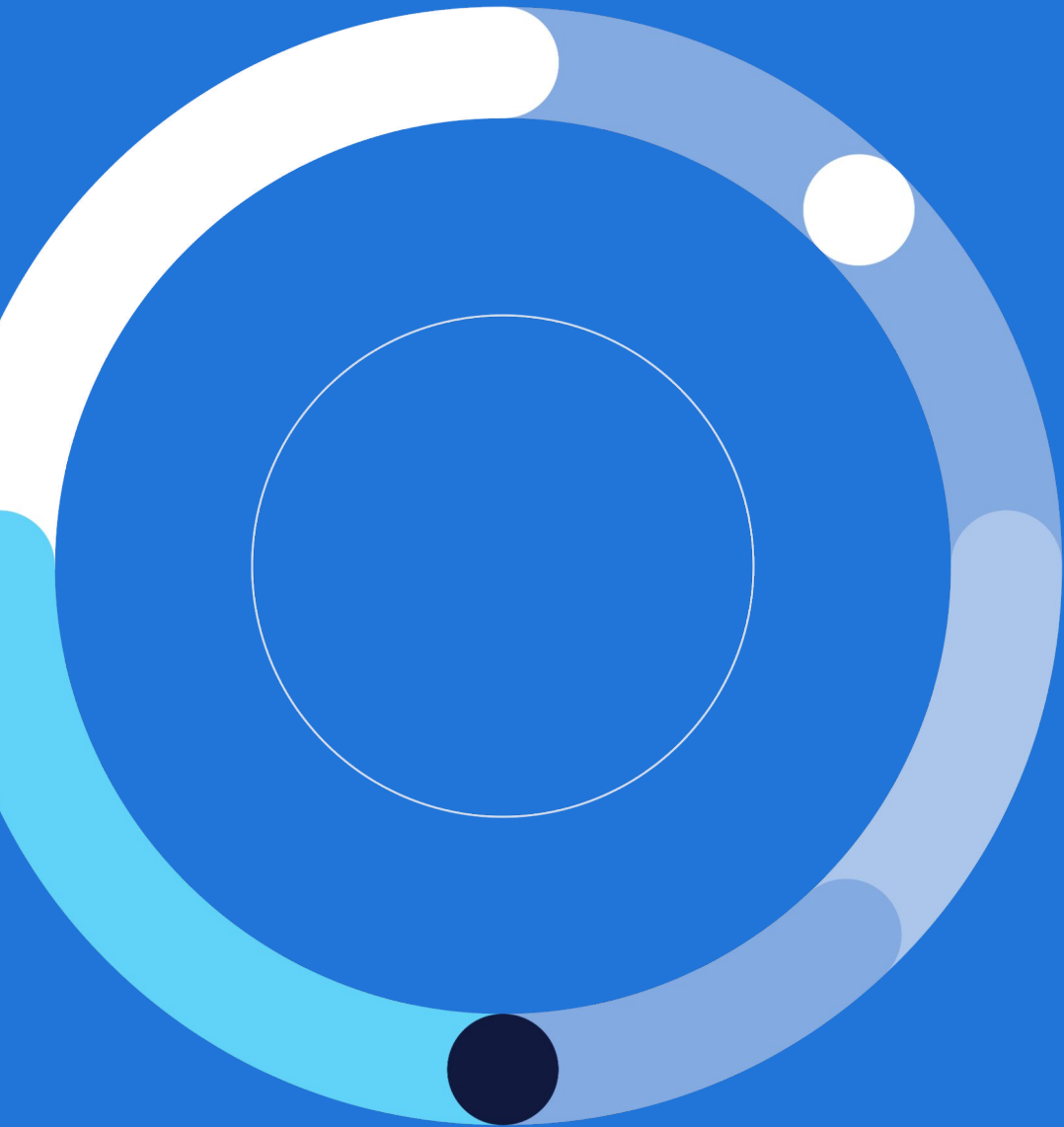
## la inteligencia artificial.

la inteligencia artificial (IA) está ganando terreno en lugares de trabajo en todo Argentina, ya que uno de cada cinco trabajadores menciona usarla de manera regular. Una gran mayoría, principalmente quienes suelen usarla, cree que la inteligencia artificial generará un impacto en su trabajo, y el 12% reconoce su impacto.

Se espera que la influencia de la IA tenga un impacto positivo en la satisfacción laboral, ya que siete de cada diez trabajadores muestra una postura favorable hacia ella. Esto sugiere que los empleadores pueden esperar una respuesta favorable por parte de los empleados al implementar aplicaciones de IA en el entorno laboral.





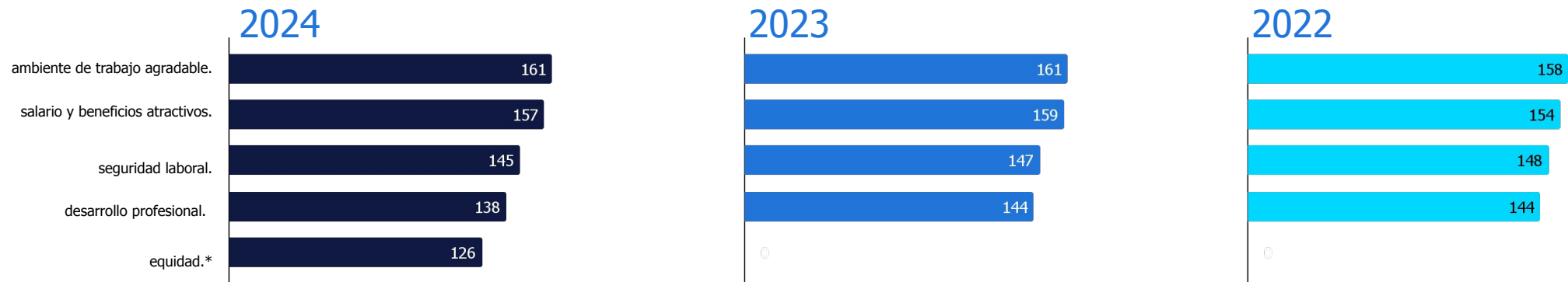


principales  
factores.  
drivers.

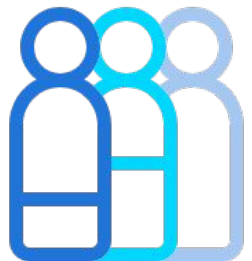
# ¿qué buscan los empleados potenciales?

## los 5 factores (drivers) más importantes a la hora de elegir un empleador.

El ambiente de trabajo agradable se mantiene como el factor más importante de un empleador ideal, que ha logrado incrementar por poco su ventaja. Le sigue el salario y los beneficios atractivos. Curiosamente, la equidad, que se tuvo en cuenta por primera vez este año, reemplaza al equilibrio entre vida familiar y profesional, y se ubica en quinto lugar. Este factor es más relevante para las mujeres que para los hombres, mientras que los millennials priorizan el desarrollo profesional, y un salario y beneficios atractivos más que otras generaciones.



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



¿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

# percepción de la oferta del empleador en Argentina.

Comprender la brecha entre lo que los empleados quieren y lo que creen que los empleadores ofrecen proporciona información valiosa para construir la marca empleadora. Además, la evaluación comparativa de lo que los empleados sienten que su empleador actual les ofrece proporciona más información sobre las deficiencias que hay que superar.

## evaluación del empleador actual.

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

## perfil del empleador ideal.

1. ambiente de trabajo agradable
2. seguridad laboral a largo plazo
3. salario y beneficios atractivos
4. equidad
5. desarrollo profesional
6. buen equilibrio vida familiar y profesional
7. buena formación
8. posibilidad de trabajar de forma remota desde casa
9. trabajo interesante
10. buena gestión empresarial

el salario y los beneficios sigue siendo el factor con la mayor disparidad.

En este sentido, las mujeres son las que más analizan a sus empleadores actuales.

También hay grandes diferencias en cuanto al ambiente de trabajo y al desarrollo profesional, sobre todo en la generación X, que le otorga más importancia a estos aspectos.

La seguridad laboral es un factor importante y los empleadores actuales obtienen una buena puntuación en este aspecto, sobre todo entre las dos generaciones de mayor edad.

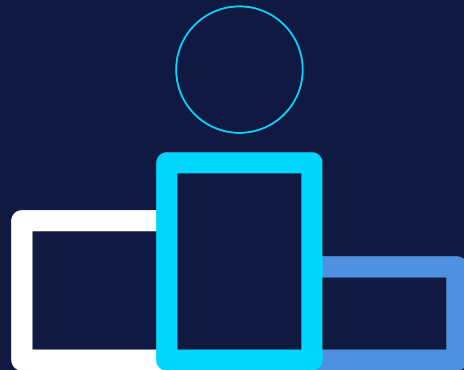


mejores  
empleadores y  
las perspectivas de  
los sectores.

# empresas más atractivas para trabajar en Argentina.

## 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



## 2023

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

## 2022

1. Mercado Libre
2. Hewlett Packard Enterprise
3. Arcor
4. Toyota
5. Aeropuertos Argentina
6. Bayer
7. Mercedes Benz
8. YPF
9. Aerolíneas Argentinas
10. IBM



# los 3 factores más importantes según la PVE de las 5 mejores empresas de Argentina.

Los factores han cambiado desde 2023, y se ha modificado lo que hace que una empresa sea líder. Mientras que el trabajo interesante tuvo una importancia significativa el año pasado, no vemos que este factor esté presente en ninguna de las principales empresas este año. En cambio, la ubicación se sitúa como un factor clave en la definición de la marca empleadora de las empresas. Esto demuestra un cambio potencial en los factores que contribuyen a una marca de empleador fuerte.



## top companies.

1. Aerolíneas Argentinas
2. Coca-Cola FEMSA
3. Aeropuertos Argentina
4. Mercedes-Benz
5. Pecom Energía

1.

salario y beneficios atractivos  
buena situación financiera  
salario y beneficios atractivos  
buena situación financiera  
buena situación financiera

2.

ubicación  
buena reputación  
ubicación  
buena reputación  
oportunidad de desarrollo profesional

3.

oportunidades de desarrollo profesional  
seguridad laboral a largo plazo  
buena reputación  
ubicación  
buena reputación

# los sectores más atractivos en Argentina.

## los 10 sectores con mejor desempeño:



La industria automotriz es el sector más atractivo para trabajar en Argentina.

La industria farmacéutica no alcanzó el primer puesto por una diferencia muy pequeña. Esto se debe, sobre todo, a que cuatro de las diez principales empresas pertenecen a este sector.

Hay variaciones mínimas en cuanto a los atractivos de los diferentes sectores. Esto significa que los empleadores compiten no solo dentro de su propio sector, sino también con muchos otros sectores a la hora de atraer talentos.

# las 3 empresas con mejor desempeño en Argentina según sector.

## sector

	1.	2.	3.
1. industria automotriz	Mercedes-Benz	Toyota	Volkswagen
2. industria farmacéutica	Bayer	Laboratorios Bagó	GlaxoSmithKline
3. transporte & logística	Aerolíneas Argentinas	Aeropuertos Argentina	Correo Argentino
4. industria petrolera	Pecom Energía	YPF	Pan American Energy
5. bienes de consumo de alta rotación (alimentos)	Arcor	Nestlé	Mondelez Internacional ( Kraft Foods - Oreo, Pepitos, Beldent, Tang, Milka, Royal )
6. bienes de consumo de alta rotación (bebidas)	Coca-Cola FEMSA	CCU (Heineken, Imperial, Schneider, Miller)	PepsiCo (Pepsi y Lays)
7. servicios bancarios	Banco Santander	Banco Nación	HSBC Argentina
8. software & informática	Mercado Libre	Hewlett Packard Enterprise	HP
9. bienes de consumo de alta rotación	Coca-Cola FEMSA	Arcor	Unilever (Dove, Hellmann's, Ades, Knorr, Savora, Ala, Skip, Rexona, Lux, Axe, Sedal )
10. industria energética	Pecom Energía	YPF	Pan American Energy

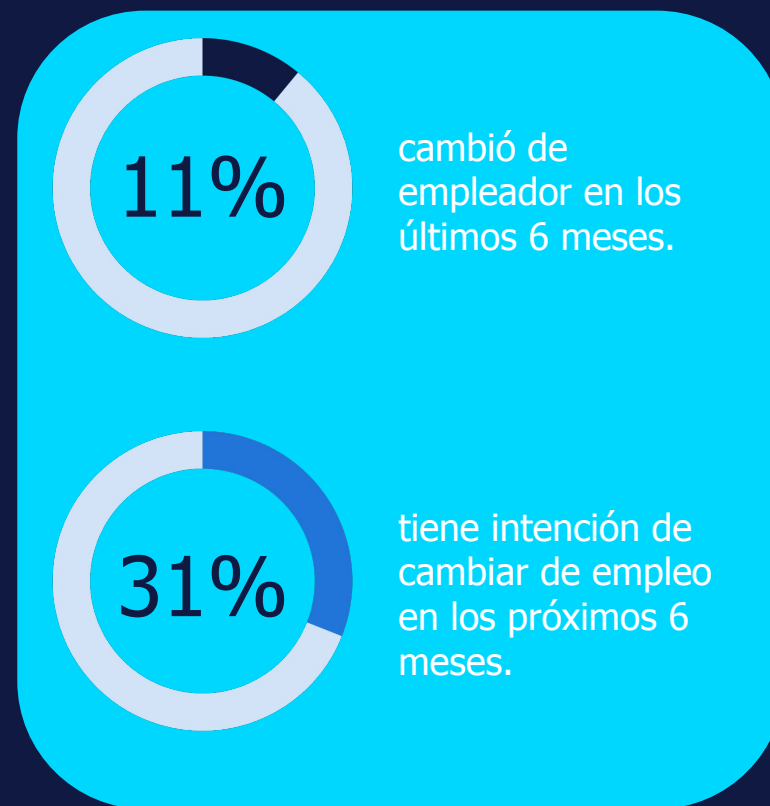
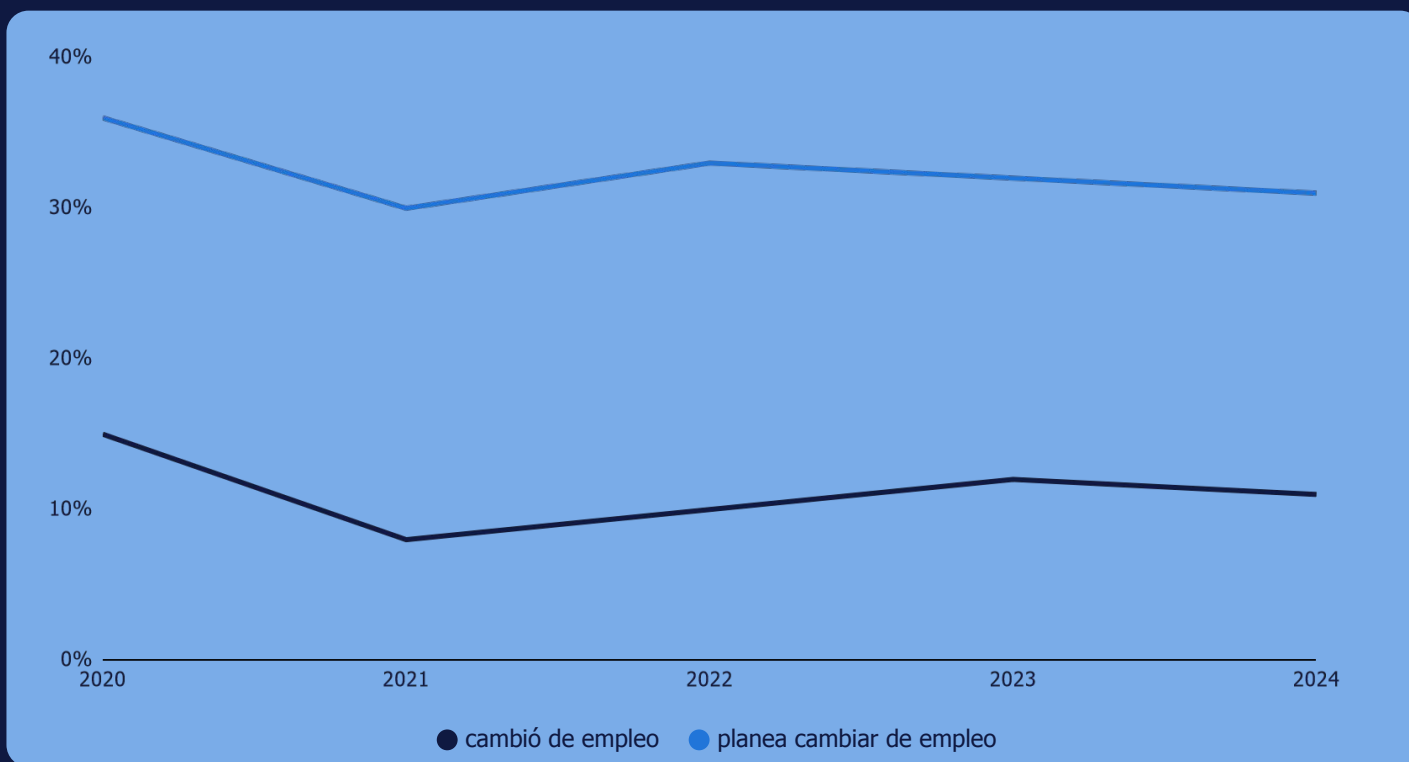




comportamiento  
ante el cambio de  
empleo en el foco.

# el comportamiento ante el cambio a través del tiempo.

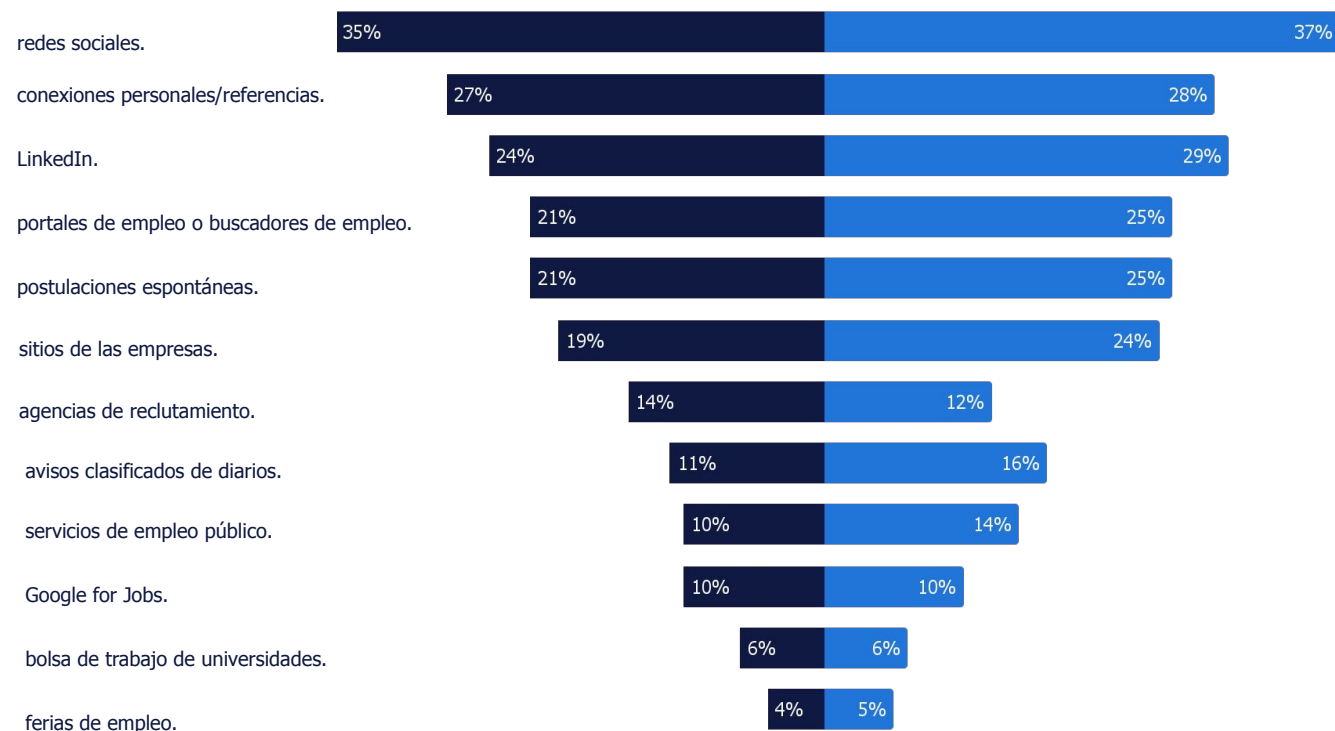
El comportamiento ante el cambio ha sido bastante constante en los últimos cuatro años. Este año, la generación Z y los millennials han mostrado una mayor predisposición a cambiar de empleo (14% en promedio) en comparación con la generación X y los baby boomers (4% en promedio). La generación Z también es la que más se plantea cambiar de empleo en un futuro próximo (38%), lo que indica una posible tendencia al cambio entre los grupos demográficos más jóvenes.





# ¿cómo los trabajadores en Argentina encuentran nuevas oportunidades laborales?

## canales para encontrar empleo.



Las redes sociales siguen siendo el canal más utilizado por quienes están en la búsqueda de empleo y tienen una tasa de éxito alta.

Hay un alto porcentaje de éxito relativo en todos los canales para encontrar empleo.

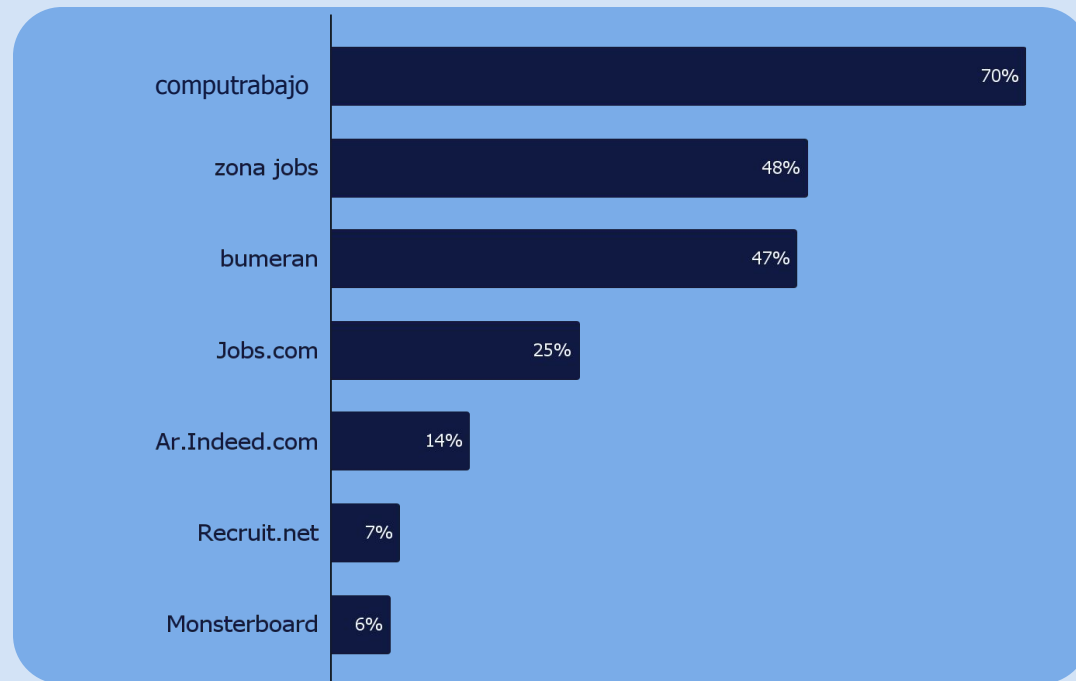
Si nos fijamos en los dos canales principales, el uso de las redes sociales está impulsado por la generación más joven, la generación Z, mientras que las conexiones personales son más utilizadas por los baby boomers y las personas con estudios universitarios o superiores.

LinkedIn también es muy utilizado por los grupos demográficos con un mayor nivel educativo.

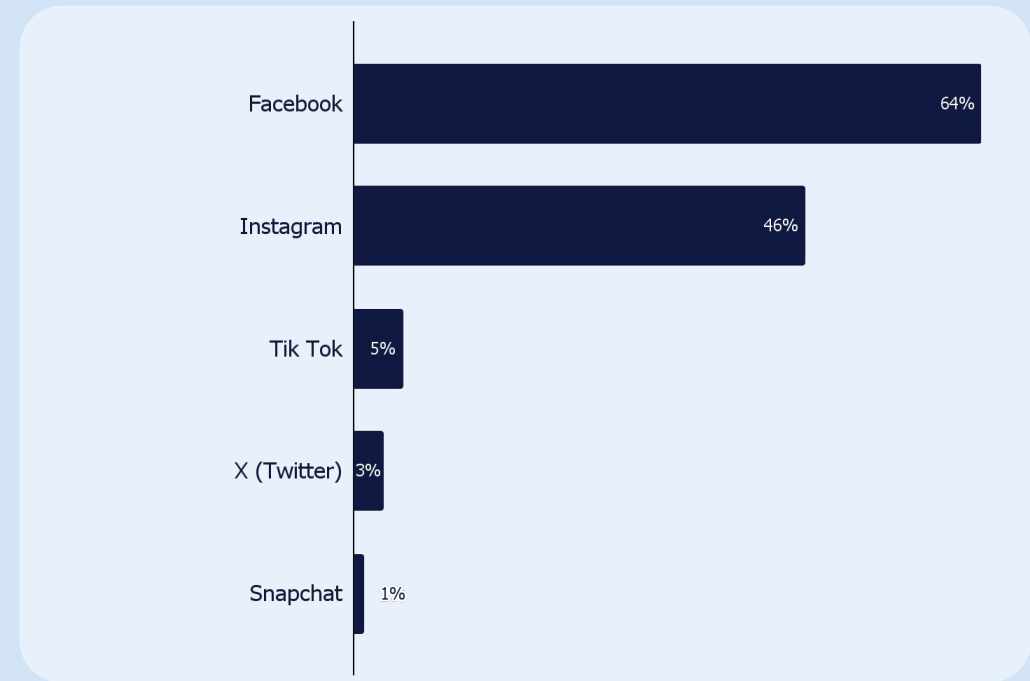
# portales de empleo y redes sociales.

CompuTrabajo permanece en la cima de los portales de empleo, aunque ZonaJobs y Bumeran poco a poco le van ganando terreno. Cabe destacar que Bumeran se ha recuperado con éxito de una recesión experimentada en 2023. Instagram gradualmente adquiere más protagonismo, pero Facebook continúa en primera posición. TikTok supera en uso a Twitter y Snapchat, que han experimentado un descenso este año. No se observan diferencias significativas entre los distintos grupos demográficos en cuanto a preferencias de plataformas.

## portales de empleo\*



## redes sociales\*



\*aclaración: las preguntas sobre los portales de empleo y las redes sociales son complementarias a las preguntas sobre los canales para encontrar empleo.



# razones para cambiar de empleador.



el equilibrio entre la vida familiar y profesional es la razón principal para cambiar de empleador.

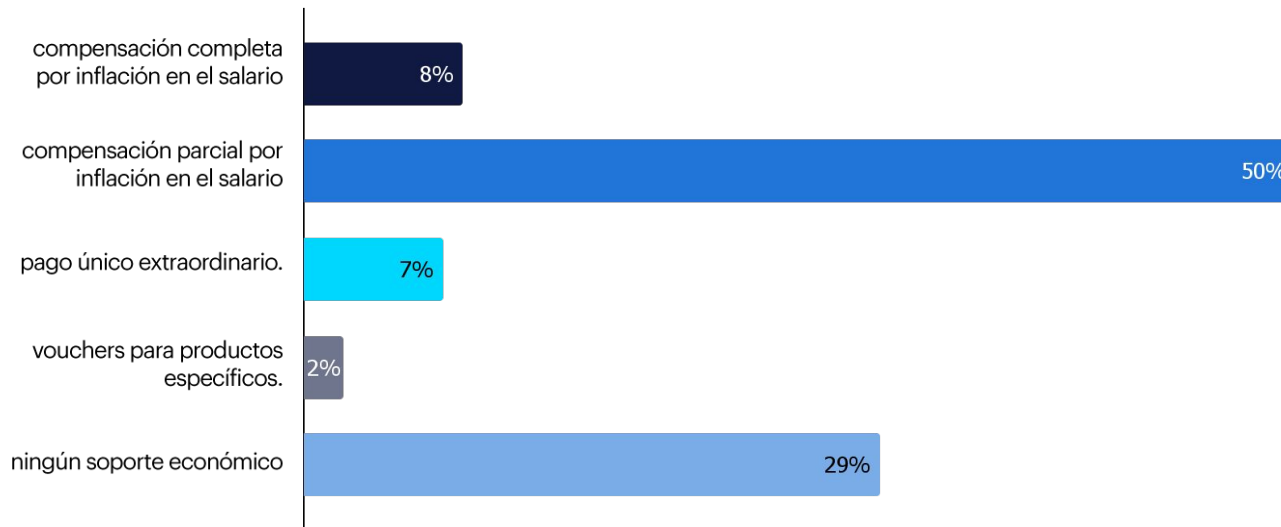
Las empresas podrían estar tranquilas por el hecho de que su rendimiento actual en términos de equilibrio entre vida familiar y profesional es relativamente bueno y no es una de las 5 características del empleador ideal, aunque esto demuestra la importancia de mantener esta característica en todos los grupos demográficos.

La escasa remuneración también es un factor importante y su importancia ha aumentado en comparación con el año pasado. Es muy importante para las mujeres y para todas las generaciones, salvo para los baby boomers, cuya importancia disminuye de forma considerable.



# compensación por inflación.

¿de qué forma te ha ayudado tu empleador a mitigar los efectos del aumento del costo de vida?



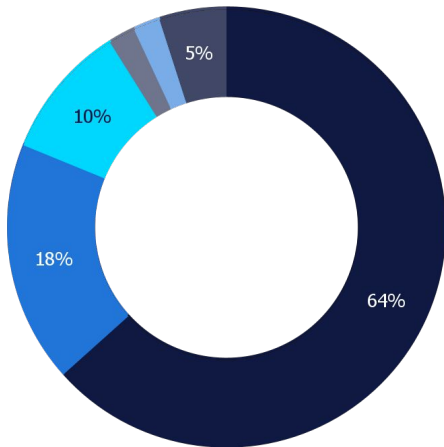
Aproximadamente, una de cada tres personas no recibieron ningún tipo de compensación por la inflación.

Estos empleados son más propensos a dejar a su empleador (36%) en comparación con los que recibieron algún tipo de compensación (23%). La disparidad aumenta cuando se compara con los que recibieron una compensación completa, ya que solo el 16% de estos empleados muestra interés en buscar un nuevo empleo.

La única diferencia notable entre los distintos grupos demográficos en cuanto a la percepción de compensaciones es que los hombres son más propensos a recibir la compensación completa que las mujeres.

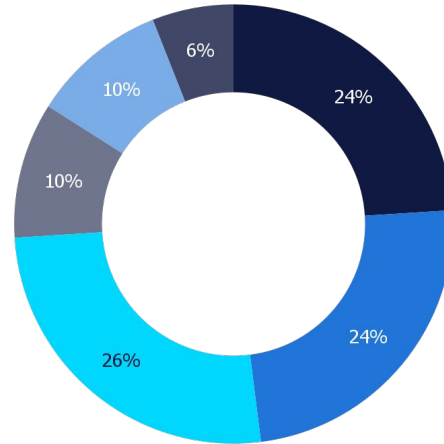
# desarrollo profesional.

la importancia del reskilling.



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

tengo suficientes oportunidades para progresar en mi puesto.



- 5 – es verdad
- 4
- 3
- 2
- 1 – no es verdad
- no sé



uno de cada cinco trabajadores no reciben suficientes oportunidades para crecer en su puesto.

Quienes perciben pocas oportunidades para crecer en su puesto tienen el doble de probabilidades de buscar un nuevo empleo que los que sí las reciben (44% frente a 22%).

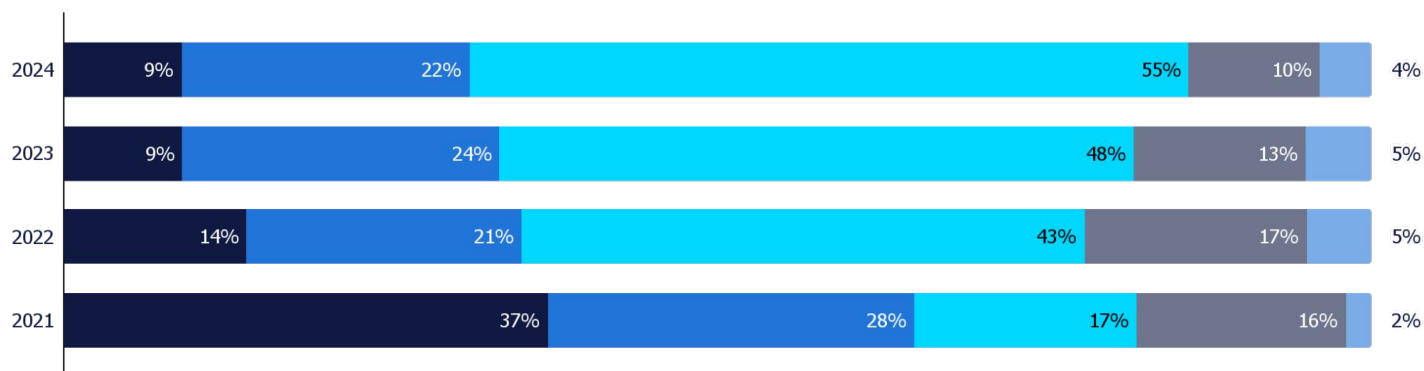
El valor que el 82% de los trabajadores les otorga a las oportunidades de reciclar y perfeccionar sus conocimientos destaca la importancia de ofrecer este tipo de iniciativas siempre que sea posible. Son las mujeres y la generación X quienes priorizan este tipo de oportunidades.





# la tendencia del trabajo remoto.

¿trabajás de forma remota o desde casa en la actualidad?



- sí (tiempo completo)
- sí (parcial)
- no
- me resulta imposible trabajar de forma remota
- podría ser posible, pero mi empleador no lo permite

la tendencia a trabajar a distancia a tiempo completo se está estabilizando, mientras que disminuye el trabajo híbrido.

Esto se debe a que cada vez son más las personas que vuelven a trabajar a tiempo completo en una oficina.

Al igual que el año pasado, los que trabajan desde casa suelen ser las personas con estudios universitarios o superiores, ya que el 41% de ellas trabaja a distancia de alguna manera.

Por su parte, la generación Z afirma que el trabajo a distancia resulta imposible (18%) con más frecuencia que otras generaciones (11% en promedio).

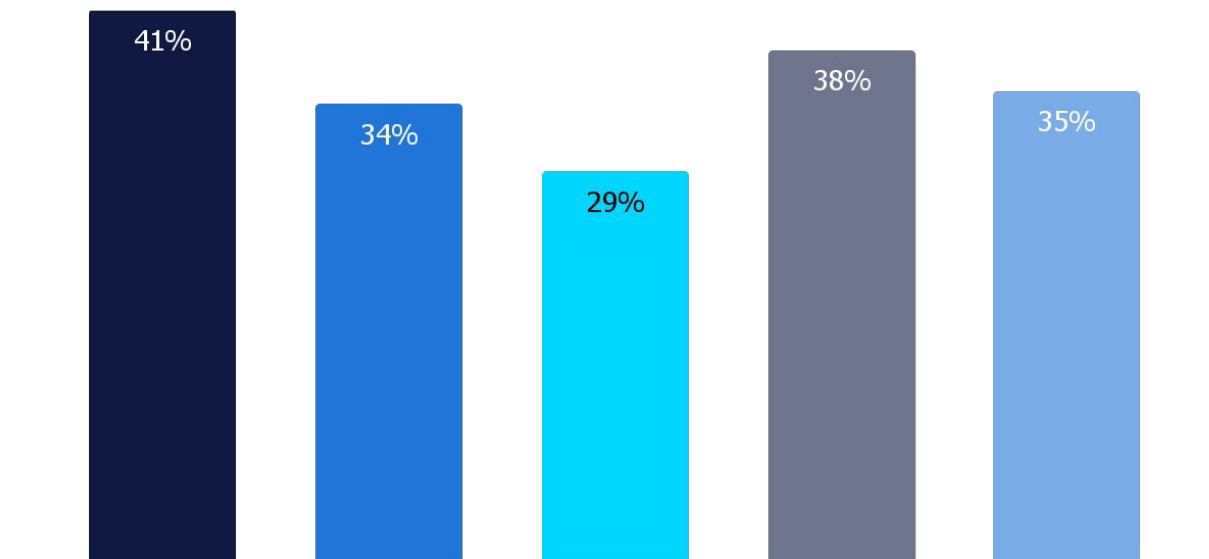




temas del año:  
equidad e IA.

# equidad.

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



- mi organización valora mis atributos, características, habilidades, experiencias y antecedentes únicos
- los directivos 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 directivos son imparciales en cuanto a las oportunidades de reciclar y perfeccionar los conocimientos de quienes están bajo su dirección



Los empleadores pueden mejorar en términos de equidad, ya que menos de 1 de cada 2 empleados cree que su empresa cumple las afirmaciones.

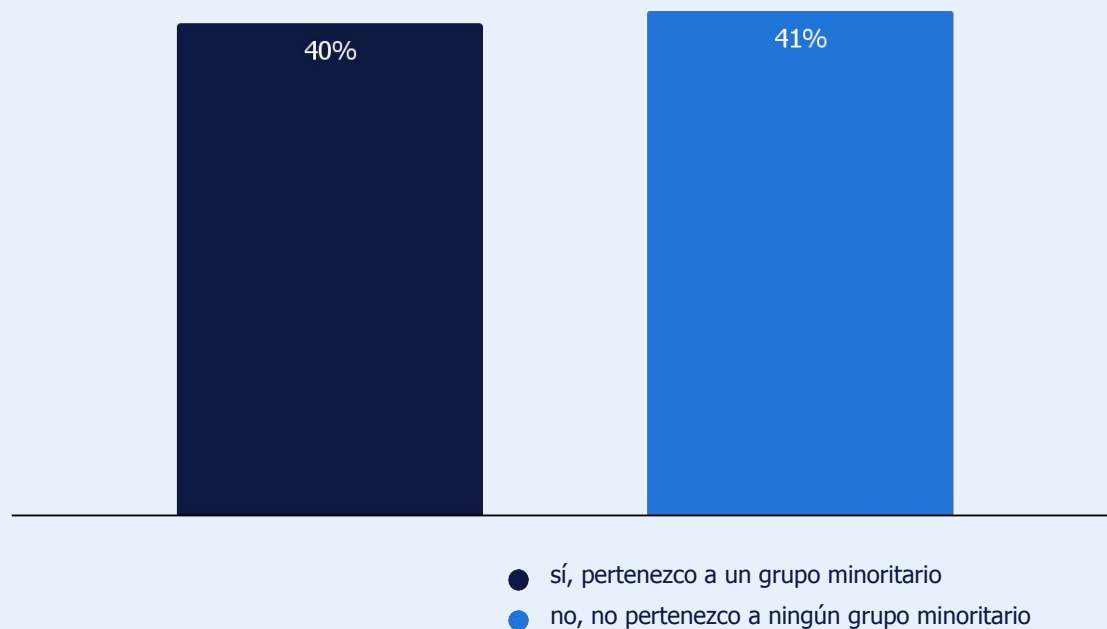
El sentimiento es uniforme en todos los grupos demográficos, excepto en cuanto a la "igualdad salarial por trabajos de igual valor", ya que las mujeres son mucho más críticas que los hombres.

Aproximadamente, uno de cada cinco trabajadores en Argentina se identifica como parte de un grupo minoritario. En comparación con las personas que no pertenecen a minorías, estos trabajadores califican peor a sus empleadores en cada una de las dimensiones de la equidad.



# equidad.

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



el hecho de encontrar obstáculos a causa de la propia identidad parece afectar por igual a quienes pertenecen a minorías y a quienes no pertenecen a ellas.

Las personas con un nivel educativo terciario (43%) afirman enfrentarse a obstáculos con más frecuencia que las personas con un nivel educativo universitario o superior (36%). Sin embargo, la frecuencia de los obstáculos se mantiene constante en todos los grupos demográficos de edad y sexo, a excepción de los millennials, ya que experimentan obstáculos en menor medida (36%) en comparación con otras generaciones (44% en promedio).

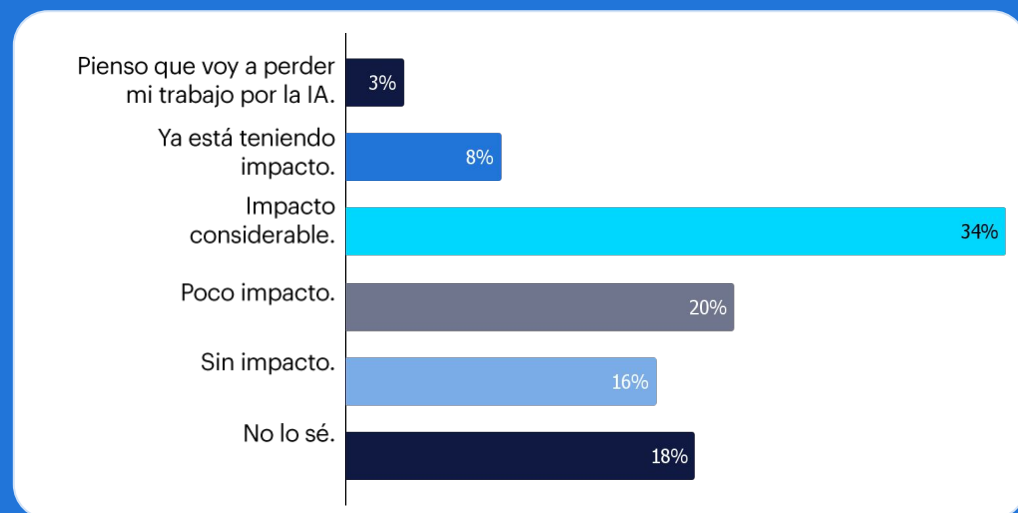




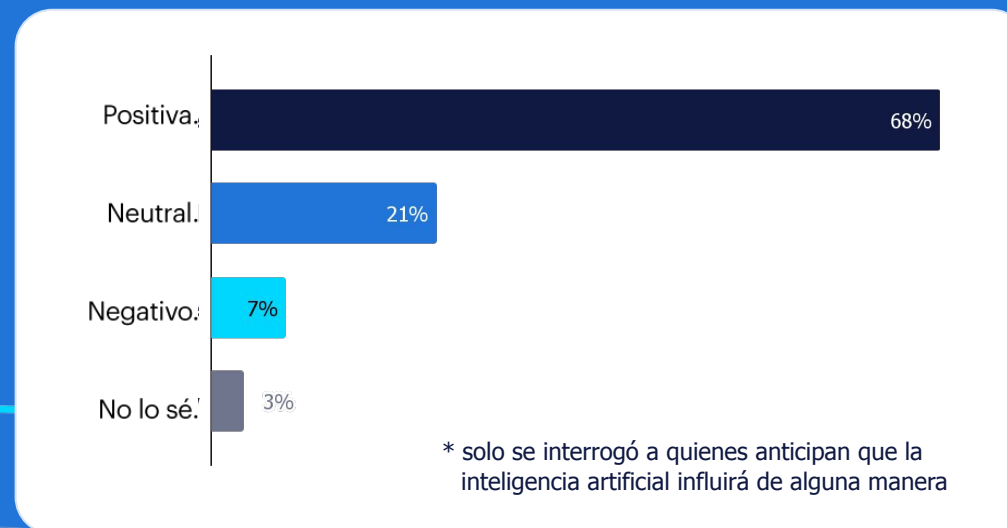
# el impacto que genera la inteligencia artificial en los empleos.

Alrededor de 1 de cada 8 empleados afirma utilizar IA de forma regular, y los usuarios más frecuentes son la generación Z y las personas con educación universitaria o superior. Casi la mitad de los empleados, principalmente las personas de mayor nivel educativo (63%) y los que ya la utilizan (65%), anticipan que la IA influirá en su trabajo de alguna forma. La percepción general del impacto de la IA es positiva, aunque las generaciones mayores tienden a ser más prudentes que las jóvenes al expresar opiniones negativas.

## impacto que se espera de la IA.



## impacto de la IA en la satisfacción.





# queremos conocer tu opinión.

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.

Randstad Argentina  
[employerbranding@randstad.com.ar](mailto:employerbranding@randstad.com.ar)



muchas  
gracias.



partner for talent.