



Inteligencia artificial y emocional, claves para abarcar los desafíos del mundo de hoy.

It all adds up to The New Equation.

Conoce más

Mercado



MANAGEMENT Y MARKETING

Home office y horario flexible, decisivos para los centennials

Según un último relevamiento realizado por la consultora Grant Thornton, el 44% de los consultados respondieron que el factor que más le interesa a la hora de elegir un trabajo es la posibilidad de hacer home office y tener horarios de trabajo flexibles.

12 septiembre, 2022

Share this...



Mercado



La firma Grant Thornton realizó recientemente una encuesta a sus colaboradores más jóvenes para entender qué factores son los que más ponderan. La Generación Z o Centennials que define a los nacidos entre 1996 y 2002, se caracterizan por la búsqueda de estructuras flexibles y dinámicas en las cuales desarrollarse, son emprendedores por naturaleza, especialmente en la defensa de causas sociales y ambientales.

Mercado



adquiridos en la facultad.

Un 3% priorizó la posibilidad de conocer cómo es trabajar en una empresa.

Otro 3% compartió que lo que busca en su primer empleo es desarrollar su carrera a largo plazo y aprender de aquellos con mayor trayectoria. Por otro lado, la opción "hacer *networking*" como motivación en un primer empleo no fue seleccionada por los participantes de la consulta.

Al preguntar qué factores son los más valorados a la hora de aceptar una nueva propuesta laboral, el 44% de los consultados respondieron que el factor que más les interesa es la posibilidad de hacer *home office* y tener horarios de trabajo flexibles. Muy por debajo, con un 17%, el salario fue considerado prioridad.

En tanto, el 15% optó por la oportunidad de contar con capacitaciones y el 14% eligió la opción "Otros", detallando que, si bien el salario es muy importante, tener horarios flexibles y hacer *home office* les facilita la asistencia a clases y continuar sus estudios universitarios. También se valora el buen clima laboral y las posibilidades de aprender de otros miembros de sus equipos.

"La Generación Z valora muchísimo la formación. No es casualidad que uno de los ítems más valorados de la encuesta es la posibilidad de capacitación al considerar distintas ofertas

Mercado



Esta generación entiende el conocimiento como algo práctico pero también fluido, flexible y dinámico que permite una mejor vinculación con la realidad y con el diseño de sus propias carreras", detalla Matiana Behrends, Directora de Human Capital de Grant Thornton Argentina.

Por su parte, el 8% eligió como factor clave para aceptar una propuesta poder trabajar por objetivos y no por horarios. Por último, los programas de beneficios fueron un factor clave sólo para el 2% de los consultados.

"Los centennials ya no buscan una empresa en la cual hacer carrera toda su vida, su propósito no es ingresar a "la empresa". Las compañías ya no son quienes eligen unilateralmente a los empleados, sino que éstos "evalúan la experiencia" que la compañía les ofrece. Pero que hayan elegido una empresa, no implica que lo seguirán eligiendo por mucho tiempo.

Seguirán en ese lugar hasta que "una nueva experiencia les interese más", comenta Mariana Amores, Gerente de Recursos Humanos de Grant Thornton Argentina. "La imagen de empresa paternalista caducó. La generación Z busca desafíos, protagonismo, saber cuál es el impacto y el sentido de sus tareas", añade Amores.

Además, el 37% de los miembros de la generación Z entrevistados consideran que su aporte

Mercado



Asimismo, el 14% cree que su generación tiene una visión innovadora de los negocios y el 10% opina que su aporte es una mirada creativa a la solución de problemas. Por último, el 8% de los consultados optó detallar sus propias reflexiones, entre las que se destacan aportar energía para un buen ambiente de trabajo, adaptabilidad a los cambios, curiosidad y ganas de aprender a utilizar nuevas herramientas

Compartir:

Share this...



Notas Relacionadas

Cavallo defiende la convertibilidad

8 abril, 2000

Cómo salvar 160.000 árboles al año

15 febrero, 2016

Al cabo de siglos, Rusia oscila de Boris Godunov a Pedro el grande

16 abril, 2005

Mercado



16 abril, 2005

MacroSeguridad.org presente en Seguridad 2012

macroseguridad.org presente en Segundo 2012

5 marzo, 2012



Un salto de calidad,

Mercado



▶ AUDITORÍA ▶ IMPUESTOS ▶ OUTSOURCING & PAYROLL ▶ CONSULTORÍA

www.bdoargentina.com



Mercado



→ **ANTICIPATE.**

EL FUTURO ES DE AQUELLOS QUE SE ATREVEN
A IR UN PASO POR DELANTE

creditoycomercio.com

VOLVÉ A LA OFICINA Y A LA PRESENCIALIDAD
LABORAL DE FORMA SEGURA.

Mercado



100% Libre de gases

99.9% Efectivo en virus y bacterias

100% Compatible con los sistemas de ventilación

IDEAL PARA EMPRESAS
Y COMERCIOS

Desarrollado por
las siguientes normas:



¡RECIBÍ ASESORAMIENTO SIN CARGO!

+54 9 11 3423 4311

Air Protect

comercial@airprotect.com.ar

airprotect.com.ar

TECNOLOGÍA PARA LA SEGURIDAD DE TODA TU OPERACIÓN.



Notas Relacionadas

Mercado



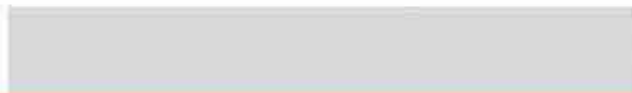
MANAGEMENT Y MARKETING

Cuáles son las empresas que más cuidan a sus empleados

Banco Galicia, DHL Express, DinoCloud y Vivi Marketing lideran la lista, cada uno en su categoría. El ranking contó con la opinión de más de 41.000 empleados, y responde a la búsqueda de mayor bienestar y salud. Tecnología, marketing y sector financiero, los rubros que más cuidan.

[Leer más](#)

12 septiembre, 2022



MANAGEMENT Y MARKETING

Regeneración como nuevo paradigma socio ambiental

Los paradigmas respecto al ambiente y al entorno que habitamos están en transformación. La lógica de "sustentabilidad" ambiental posee en sí misma una lógica extractiva, que toma lo suficiente para que lo que queda siga existiendo y se disponga de él para el futuro.

[Leer más](#)

12 septiembre, 2022

Mercado



Suscripción Digital

Suscríbese a Mercado y reciba todos los meses la más completa información sobre Economía, Negocios, Tecnología, Managment y más.



Suscribirse

Archivo



Newsletter

Reciba todas las novedades de la Revista Mercado en su email.

Reciba todas las novedades

Mercado



Apellido

Email

[honeypot honeypot-mercado-1 id:honeypot-mercado-1]

Suscribirse

Institucional

Planes

Ingresar

Términos y condiciones

Ayuda

Publicidad

Suscripcion Digital

Suscribese a Mercado y reciba todos los meses la más completa información sobre Economía, Negocios, Tecnología, Management y más.

Suscribirme ahora

Mercado



Términos y condiciones Ayuda

Copyright © 2019 Publicitaria del Sur S.A. Todos los derechos reservados.

Diseño y Desarrollo por Creativision Agency



Según un último relevamiento realizado por la consultora Grant Thornton, el 44% de los consultados respondieron que el factor que más le interesa a la hora de elegir un trabajo es la posibilidad de hacer home office y tener horarios de trabajo flexibles. La firma Grant Thornton realizó recientemente una encuesta a sus colaboradores más jóvenes para entender qué factores son los que más ponderan. La Generación Z o Centennials que define a los nacidos entre 1996 y 2002, se caracterizan por la búsqueda de estructuras flexibles y dinámicas en las cuales desarrollarse, son emprendedores por naturaleza, especialmente en la defensa de causas sociales y ambientales. Sobre qué buscan en un primer empleo los Centennials, el 76% de los encuestados respondió que es generar experiencia en su profesión. El 17% respondió que busca aplicar los conocimientos adquiridos en la facultad.

Un 3% priorizó la posibilidad de conocer cómo es trabajar en una empresa.

Otro 3% compartió que lo que busca en su primer empleo es desarrollar su carrera a largo plazo y aprender de aquellos con mayor trayectoria. Por otro lado, la opción "hacer networking" como motivación en un primer empleo no fue seleccionada por los participantes de la consulta.

Al preguntar qué factores son los más valorados a la hora de aceptar una nueva propuesta laboral, el 44% de los consultados respondieron que el factor que más les interesa es la posibilidad de hacer home office y tener horarios de trabajo flexibles. Muy por debajo, con un 17%, el salario fue considerado prioridad.

En tanto, el 15% optó por la oportunidad de contar con capacitaciones y el 14% eligió la opción "Otros", detallando que, si bien el salario es muy importante, tener horarios flexibles y hacer home office les facilita la asistencia a clases y continuar sus estudios universitarios.

También se valora el buen clima laboral y las posibilidades de aprender de otros miembros de sus equipos.

"La Generación Z valora muchísimo la formación. No es casualidad que uno de los ítems más valorados de la encuesta es la posibilidad de capacitación al considerar distintas ofertas laborales. De hecho, según una consulta online realizada por Grant Thornton durante el mes de agosto, el 37% de los participantes prefieren como metodología de capacitación los cursos virtuales asincrónicos.

Esta generación entiende el conocimiento como algo práctico pero también fluido, flexible y dinámico que permite una mejor vinculación con la realidad y con el diseño de sus propias carreras", detalla Matiana Behrends, Directora de Human Capital de Grant Thornton Argentina.

Por su parte, el 8% eligió como factor clave para aceptar una propuesta poder trabajar por objetivos y no por horarios. Por último, los programas de beneficios fueron un factor clave sólo para el 2% de los consultados.

"Los centennials ya no buscan una empresa en la cual hacer carrera toda su vida, su propósito no es ingresar a "la empresa". Las compañías ya no son quienes eligen unilateralmente a los empleados, sino que éstos "evalúan la experiencia" que la compañía les ofrece. Pero que hayan elegido una empresa, no implica que lo seguirán eligiendo por mucho tiempo.

Seguirán en ese lugar hasta que "una nueva experiencia les interese más", comenta Mariana Amores, Gerente de Recursos Humanos de Grant Thornton Argentina. "La imagen de empresa paternalista caducó. La generación Z busca desafíos, protagonismo, saber cuál es el impacto y el sentido de sus tareas", añade Amores.

Además, el 37% de los miembros de la generación Z entrevistados consideran que su aporte principal es una forma más flexible de trabajar. El 31% opina que su mayor contribución es la aplicación de la tecnología en la gestión de procesos.

Asimismo, el 14% cree que su generación tiene una visión innovadora de los negocios y el 10% opina que su aporte es una mirada creativa a la solución de problemas. Por último, el 8% de los consultados optó detallar sus propias reflexiones, entre las que se destacan aportar energía para un buen ambiente de trabajo, adaptabilidad a los cambios, curiosidad y ganas de aprender a utilizar nuevas herramientas