

chile.

lovebrand.

en tiempos de amores fugaces una lovebrand deja su huella.



randstad employer
brand research 2025.



randstad employer brand research 2025.



randstad



partner for talent.



empresas más atractivas para
trabajar 2025.

4

resumen ejecutivo.

7

factores principales (drivers).

13

comportamiento ante el cambio
de empleo.

16

temas del año: equidad, IA,
motivación y compromiso.

22

anexo.

29

empresas más atractivas
para trabajar 2025.



lovebrand. 2025

- 1 Teck
- 2 BHP
- 3 Latam Airlines
- 4 Antofagasta Minerals
- 5 Codelco
- 6 Anglo American
- 7 Procter & Gamble
- 8 Viña Concha y Toro
- 9 Coca-Cola
- 10 Sigdo Koppers SA

BHP



Teck



LATAM



sectores más atractivos para trabajar 2025.

- 1 Minería
- 2 Consumo masivo de bebidas
- 3 Consultoría
- 4 Banca
- 5 Consumo masivo de alimentos
- 6 Farmacéutico
- 7 Hospitalidad y entretenimiento
- 8 Media (medios de comunicación)
- 9 Producción y manufactura
- 10 Transporte y logística



resumen ejecutivo.



en Chile, el salario y los beneficios atractivos se posicionan como el componente clave del perfil del empleador.

factores (drivers) de la PVE.

Para quienes trabajan en Chile, el salario atractivo es el factor más valorado a la hora de pensar en un empleador ideal. Muy seguido se posiciona ambiente de trabajo agradable. Le siguen en el ranking equilibrio entre vida familiar y profesional, seguridad laboral y desarrollo profesional con un nivel de valoración muy similar. Estos cinco factores mencionados son los más apreciados por los trabajadores en Chile.

Se observa una diferencia entre las expectativas del talento del país y el desempeño de los empleadores actuales con respecto factor más valorado por la fuerza laboral de un empleador ideal (salario y los beneficios atractivos), debido a que ocupa apenas el noveno lugar entre los factores más valorados de su empleador. Si bien puede que a las empresas les cueste responder a dichas expectativas, es un aspecto clave a considerar. Lo bueno es que la seguridad laboral es un punto fuerte, y puede ser una base sólida para mejorar la experiencia de los trabajadores en general.

generaciones.

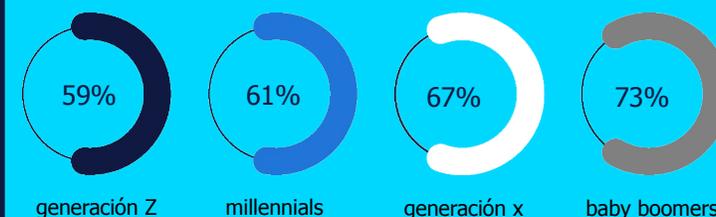
Si bien la generación Z valora factores similares a las otras generaciones, el salario y los beneficios no están entre sus prioridades, y los consideran como un factor secundario. En cambio, aprecian más un ambiente de trabajo positivo. Esto quiere decir que generar un entorno agradable y de apoyo puede ser clave para retener al talento más joven.

Por su parte, los baby boomers sí le otorgan una mayor importancia a este factor. También priorizan la seguridad laboral, ya que dos de cada tres personas lo considera como un factor importante. Por su lado, la generación Z y los millennials se preocupan más por alcanzar un buen equilibrio entre vida familiar y profesional, lo que refleja su búsqueda de flexibilidad y bienestar personal. Esta variación en las prioridades de las distintas generaciones pone en evidencia las diferentes motivaciones que impulsan a las personas a trabajar.

segmentación por perfiles.

Las mayores prioridades, tanto para los perfiles operativos como para los perfiles profesionales, giran en torno al salario, un ambiente de trabajo agradable y la estabilidad laboral, por lo que se pueden considerar estrategias similares para atraer y retener el talento. Sin embargo, los perfiles operativos suelen tener una visión más positiva de su empresa, especialmente en lo que tiene que ver con el equilibrio entre la vida familiar y profesional, y los beneficios salariales.

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



Casi 7 de cada 10 trabajadores valoran de manera positiva a su empleador respecto a la seguridad laboral.



las intenciones de cambiar de empleo son muy elevadas, por lo que el reskilling resulta fundamental para retener al talento dentro de las empresas.



retención y reskilling.

Casi uno de cada tres trabajadores tiene la intención de cambiar de empleo en los próximos seis meses, y esta posibilidad disminuye a medida que las personas envejecen. Esta tendencia refleja el porcentaje de talentos que cambiaron de empleo en los últimos 6 meses de 2024 (ver en gráfica).

Los portales de empleo son la plataforma más utilizada para buscar y encontrar empleo, por encima de las redes sociales. En cuanto al uso de estas herramientas, se identifica una brecha de género: las mujeres usan más que los hombres algunas plataformas, como los portales de empleo, las redes sociales y Google for Jobs. En LinkedIn, esta diferencia no se nota.

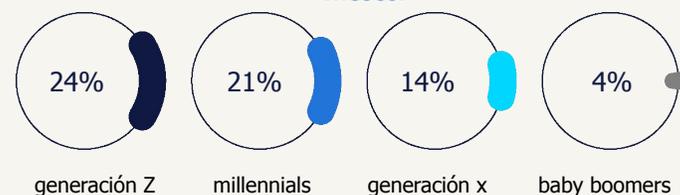
Con respecto al reskilling, nueve de cada diez trabajadores coinciden en que es un aspecto importante, especialmente quienes quieren continuar en su empleo actual. Esto demuestra que las empresas deben tener en cuenta al reskilling si quieren retener al talento en todas las áreas.

generaciones.

El deseo de cambiar de empleo es más común en la generación Z: el 24% de quienes pertenecen a ella tiene la intención de cambiar de empleo, y este porcentaje supera ampliamente al resto de las generaciones. En cambio, solo el 4% de los baby boomers piensa en un cambio. Esta diferencia refleja que las prioridades no son las mismas, ni tampoco sus actitudes frente al riesgo.

Los comportamientos a la hora de buscar empleo también varían según la edad: la generación Z usa más las redes sociales y los millennials prefieren LinkedIn. Por estas diferencias, se recomienda personalizar las estrategias de contratación para que las oportunidades de empleo lleguen a los grupos demográficos adecuados a través de las plataformas correspondientes.

trabajadores que cambiaron de trabajo en los últimos 6 meses.



segmentación por perfiles.

Las intenciones de cambiar de empleo son similares entre los distintos perfiles, por lo que se deduce que las decisiones de cambio están más influenciadas por factores externos o generales del entorno laboral, y no tanto por las particularidades de cada puesto de trabajo.

Si bien los perfiles operativos y los perfiles profesionales comparten los motivos para abandonar a un empleador, lo que más les pesa a los profesionales es la falta de oportunidades de desarrollo profesional y la necesidad de mejorar el equilibrio entre vida familiar y profesional.

Además, los perfiles profesionales suelen no dejar pasar oportunidades laborales difíciles de rechazar: esto deja en claro que se deben diseñar estrategias de retención pensadas específicamente para estos perfiles.

los empleadores en Chile están mejorando con respecto a la equidad.

equidad.

Si bien la mayoría de los trabajadores (65%) tiene una percepción positiva de su empleador, la equidad continúa siendo un punto débil, ya que se posiciona en el sexto lugar entre los factores.

Además, hay mucho por mejorar en todo lo relacionado con la equidad, ya que casi la mitad del talento no considera que su empresa esté cumpliendo con estos estándares.

Uno de cada cuatro trabajadores se identifica como parte de una minoría, ya sea por su género, orientación sexual, etnia, nacionalidad, religión, discapacidad u otra característica que forma parte de su identidad. Quienes forman parte de una minoría suelen enfrentarse a más obstáculos que quienes no pertenecen a ellas. Estos desafíos son más comunes entre quienes se identifican por razones religiosas, de género o por tener alguna discapacidad. Esto demuestra que se deben fortalecer las iniciativas de equidad e inclusión para construir un ambiente laboral más justo y empático para todos.



generaciones.

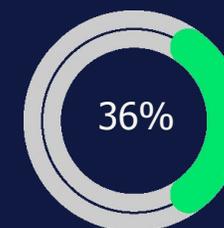
Hay más personas que se identifican como parte de una minoría dentro de la generación Z que en otras generaciones, aunque la percepción positiva sobre la equidad en el trabajo se mantiene estable entre los distintos grupos etarios. Lo que sí cambia es el nivel de insatisfacción: la generación X se destaca por tener más respuestas negativas en todos los temas vinculados a la equidad.

Para los empleadores, estos datos dejan en claro que la equidad tiene que ser un compromiso con todas las generaciones, especialmente con la generación X, que puede experimentar una menor inclusión en las políticas de diversidad. A medida que las nuevas generaciones, como la generación Z, contribuye a construir un entorno laboral más diverso, las organizaciones se deben asegurar de que sus iniciativas de equidad sean integradoras de verdad y respondan a las necesidades de los trabajadores de todos los grupos etarios.

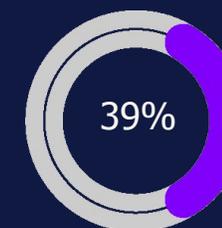
segmentación por perfiles.

Tanto los perfiles profesionales como los operativos suelen calificar a sus empleadores de manera similar en todos los aspectos relacionados con la equidad, lo que indica una percepción uniforme de la justicia y la inclusión en estos puestos.

A lo largo de mi carrera, tuve que enfrentar desafíos vinculados a mi identidad.



perfiles operativos



perfiles profesionales

el uso de la IA es cada vez más frecuente.

IA.

La IA ya es parte del día a día en varios espacios de trabajo en Chile: casi 1 de cada 5 trabajadores la usa de forma habitual, y solo un 39% indica no haber utilizado nunca herramientas de IA. Aunque el 14% dice que ya sintió que la IA impactó en su trabajo, solo el 4% teme perder su empleo debido a la implementación de herramientas de IA.

Resulta interesante que, entre los usuarios habituales de IA, el impacto actual en su trabajo llega al 25% y apenas el 2% teme perder su empleo. En cambio, entre quienes solo usaron la IA una vez, el 10% siente temor de quedar sin trabajo. Esto quiere decir que cuanto más familiaridad se tiene con estas herramientas, menores son los miedos y mayor es la confianza en sus beneficios. Esto deja en claro que una exposición limitada puede aumentar la incertidumbre y la desconfianza.

A pesar de las inquietudes que genera, el panorama general respecto a la IA en Chile es positivo. Esto ofrece una oportunidad para que las empresas inviertan en tecnologías impulsadas por la IA y en programas de capacitación, con el fin de que la transición hacia una fuerza laboral integrada a la IA sea lo más fluida posible.

generaciones.

Los millennials son quienes más usan la IA en el trabajo, ya que el 22% la usa de forma regular, seguidos por la generación X, con un 16%. Lo curioso es que tanto los más jóvenes como los mayores (generación Z y baby boomers) son quienes menos la usan, solo el 12%.

Además, de todas las generaciones, los millennials son los que más creen que la IA va a tener un papel transformador en el futuro, ya que el 73% espera que tenga algún tipo de impacto en los próximos 5 años, en comparación con el 65% de la generación X y el 61% de la generación Z.

Al analizar la opinión sobre la IA, tanto los millennials como la generación X la valoran de forma mucho más positiva que la generación Z. Particularmente, dentro de la generación Z, las opiniones están divididas de manera similar entre lo neutral y lo positivo. En cambio, en los grupos de edad mayor, se presenta un optimismo mucho más marcado. Si bien las generaciones más jóvenes suelen estar más familiarizadas con la tecnología, este contraste refuerza la idea de que tener experiencia usando la IA genera más confianza que simplemente haber crecido con la tecnología.

segmentación por perfiles.

El uso habitual de la IA en el trabajo se mantiene parejo tanto en perfiles operativos como profesionales. Sin embargo, es mucho más común que los perfiles operativos nunca hayan tenido contacto con estas herramientas, probablemente debido a la naturaleza de su trabajo. Aunque ambos grupos comparten una actitud similar sobre el impacto futuro de la IA, existe una diferencia: los perfiles profesionales la ven con más optimismo (un 56% frente a un 45%), mientras que los perfiles operativos suelen tener una postura más neutral (un 40% frente a un 32%).

uso regular de la IA en las distintas generaciones.



en Chile, los trabajadores consideran que sus empleadores mantienen un buen nivel de motivación y compromiso.

motivación & compromiso.

En Chile el 58% de los trabajadores afirma sentirse motivado en su rol actual, y un poco más de la mitad asegura sentirse más comprometido que hace un año. Este es un dato alentador para las empresas, ya que la motivación y el compromiso suelen traducirse en una menor rotación y una mayor productividad. De hecho, el 56% de las personas que no se sienten motivadas está considerando dejar su empleo, el doble que el 22% de los trabajadores que se sienten más comprometidos.

La confianza en la seguridad laboral es el factor principal de motivación entre quienes se sienten más comprometidos, y esto podría haber influido en la percepción positiva sobre la estabilidad a largo plazo con un empleador. Sin embargo, la falta de reconocimiento es la razón más común que ocasiona la desmotivación, lo que resalta que, si bien la seguridad laboral brinda estabilidad, el reconocimiento y la valoración son fundamentales para mantener el entusiasmo y el rendimiento.

generaciones.

La generación Z presenta niveles más bajos de motivación y compromiso (50%) en comparación con el 60% en promedio de las demás generaciones. Sin embargo, en todos los grupos etarios se observa un aumento del compromiso respecto al año pasado, lo que indica que los niveles de compromiso están mejorando a nivel general.

La causa principal de desmotivación para la generación Z, la generación X y los millennials es la falta de reconocimiento. Claramente, valorar a los trabajadores es clave para mantener su compromiso y bienestar emocional. Lo que resulta interesante es que, si bien la generación X y los millennials señalan que su segunda gran preocupación es la falta de oportunidades, para la generación Z el equilibrio entre vida familiar y profesional es mucho más importante. A pesar de eso, lo que más motiva a la generación Z son las oportunidades de desarrollo profesional. Esto quiere decir que, si bien un desequilibrio entre vida familiar y profesional puede desmotivarlos, no dejan de priorizar las oportunidades de crecimiento y desarrollo.

segmentación por perfiles.

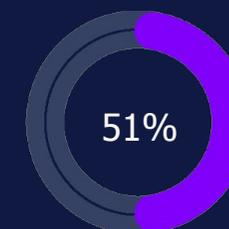
Los niveles de motivación son constantes tanto en perfiles operativos como en perfiles profesionales. Sin embargo, dentro de los operativos, son muchos más los trabajadores que afirman estar más motivados que el año pasado.

Las razones principales de la falta de motivación varían según los perfiles. En el caso de los profesionales, la principal causa es la falta de reconocimiento, mientras que en los operativos, la preocupación principal está relacionada con obtener un mejor salario. Ambas razones se destacan como los principales factores que generan la desmotivación, y la segunda causa tiene mucha menor relevancia. Esto muestra lo importante que es centrarse en esos puntos en particular. En cuanto a la motivación, los factores que la aumentan son bastante similares en ambos tipos de perfiles.

tengo (más) compromiso/motivación que antes.



perfiles operativos



perfiles profesionales

factores principales
(drivers).



un salario y beneficios atractivos se destacan como factores principales en el perfil del empleador ideal.

Junto con un ambiente laboral agradable y el equilibrio entre vida familiar y profesional, ocupan los tres factores principales. Esto deja en claro la importancia tanto de los aspectos funcionales como también los emocionales en el perfil del empleador ideal.

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



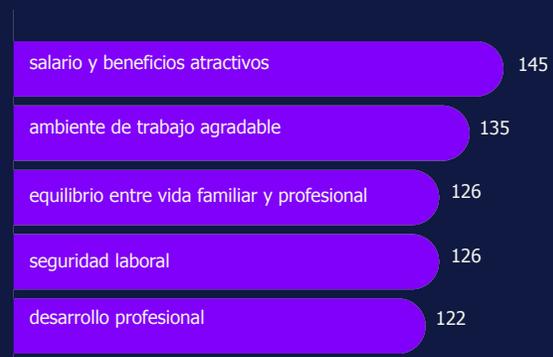
2025



perfiles operativos



perfiles profesionales



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.

si bien el salario y los beneficios atractivos representan el factor más importante, los trabajadores sitúan este factor en los últimos puestos a la hora de evaluar a sus empleadores actuales.

evaluación del empleador actual.

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

perfil del empleador ideal.

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

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 **ubicación física** de la empresa y la **reputación corporativa** pueden ser puntos fuertes para la marca empleadora y la retención del talento, pero no son aspectos determinantes a la hora de definir un empleador ideal. En cambio, la **seguridad laboral** es un factor clave tanto en las evaluaciones de los empleadores actuales como también a la hora de analizar el perfil de un empleador ideal.

En Chile, el 60% de los trabajadores califican positivamente a su empleador por ofrecer salarios atractivos. Sin embargo, la importancia de este factor aumenta cuando se trata del perfil del empleador ideal, por lo que existe una diferencia entre la satisfacción actual y las expectativas a futuro.



comportamiento
ante el cambio de
empleo.



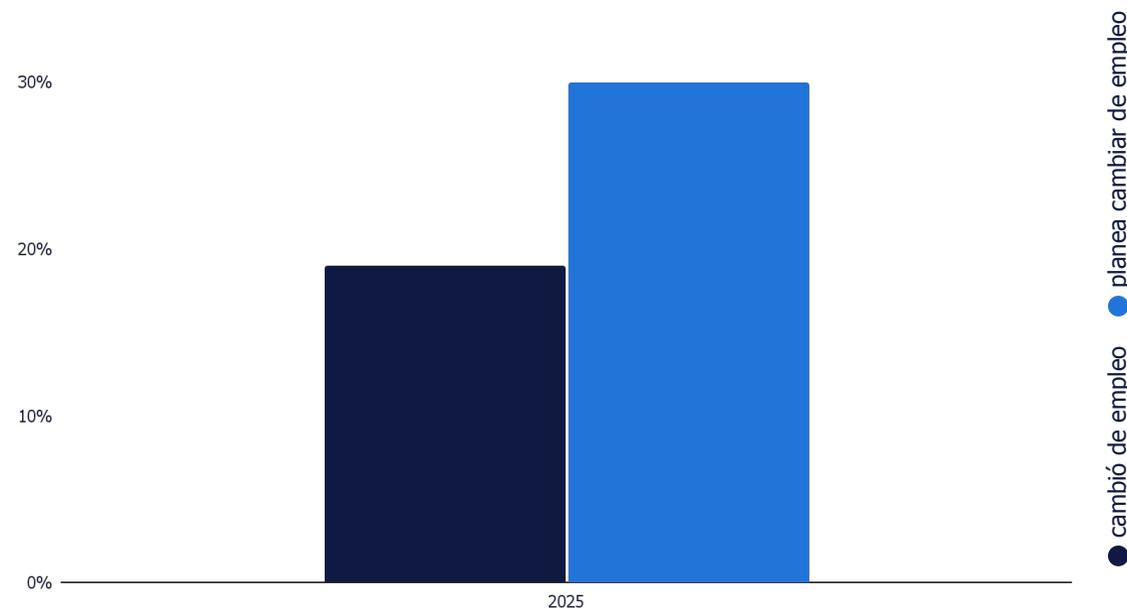
uno de cada tres trabajadores evalúa la posibilidad de cambiar de empleo, aunque solo uno de cada cinco cambió de empleo en los últimos 6 meses.

Esto indica que un número importante de trabajadores están contemplando un cambio, pero dudan de dar el paso.

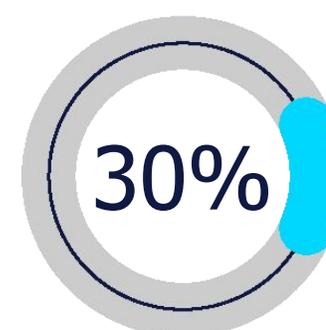
P. ¿Cambiaste de empleador en los últimos 6 meses?

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

cambió de empleador en los últimos 6 meses.



cambió de empleador en los últimos 6 meses.



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

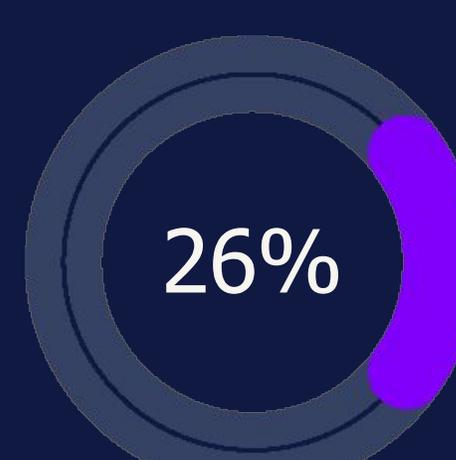
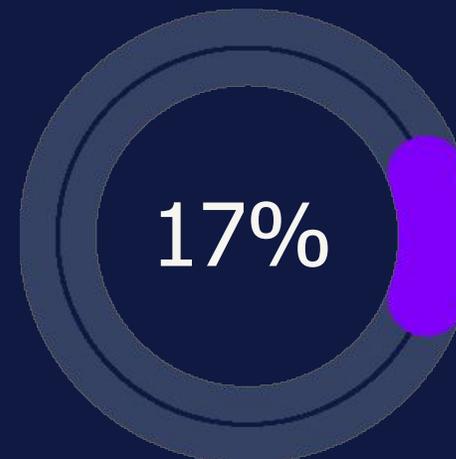
los perfiles profesionales cambiaron de empleo con menos frecuencia que los operativos, aunque sus intenciones de hacerlo en el futuro son casi las mismas.

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

perfiles operativos



perfiles profesionales

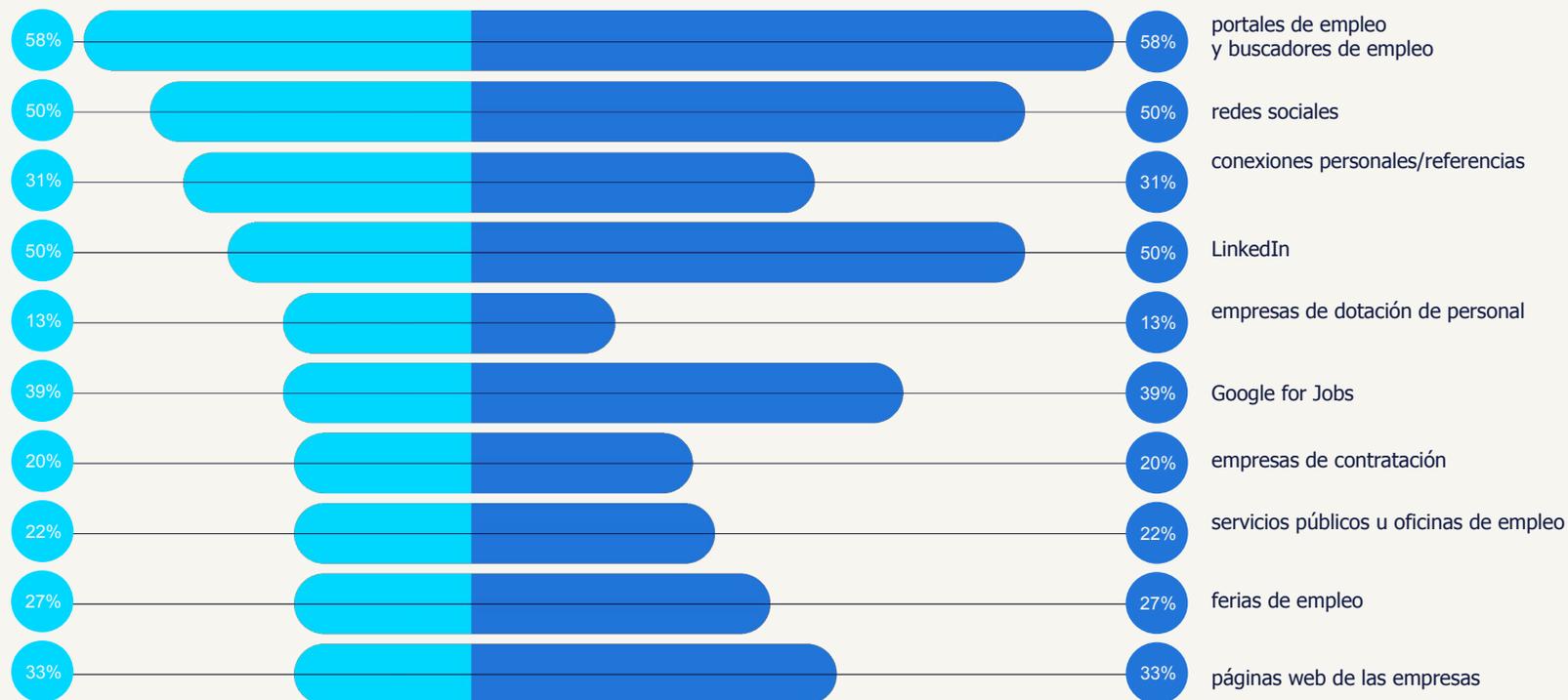


cambió de empleador en los últimos 6 meses.

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

los portales de empleo no solo son los más usados por quienes buscan trabajo, sino también los que ayudaron a más personas a cambiar de empleo.

canales para encontrar empleo.



● cambió empleador
● planea el cambio

Más de la mitad de quienes están buscando un nuevo trabajo recurren a los portales de empleo. Lo que llama la atención es que las mujeres suelen recurrir más que los hombres a las redes sociales y portales de empleo para buscar oportunidades.

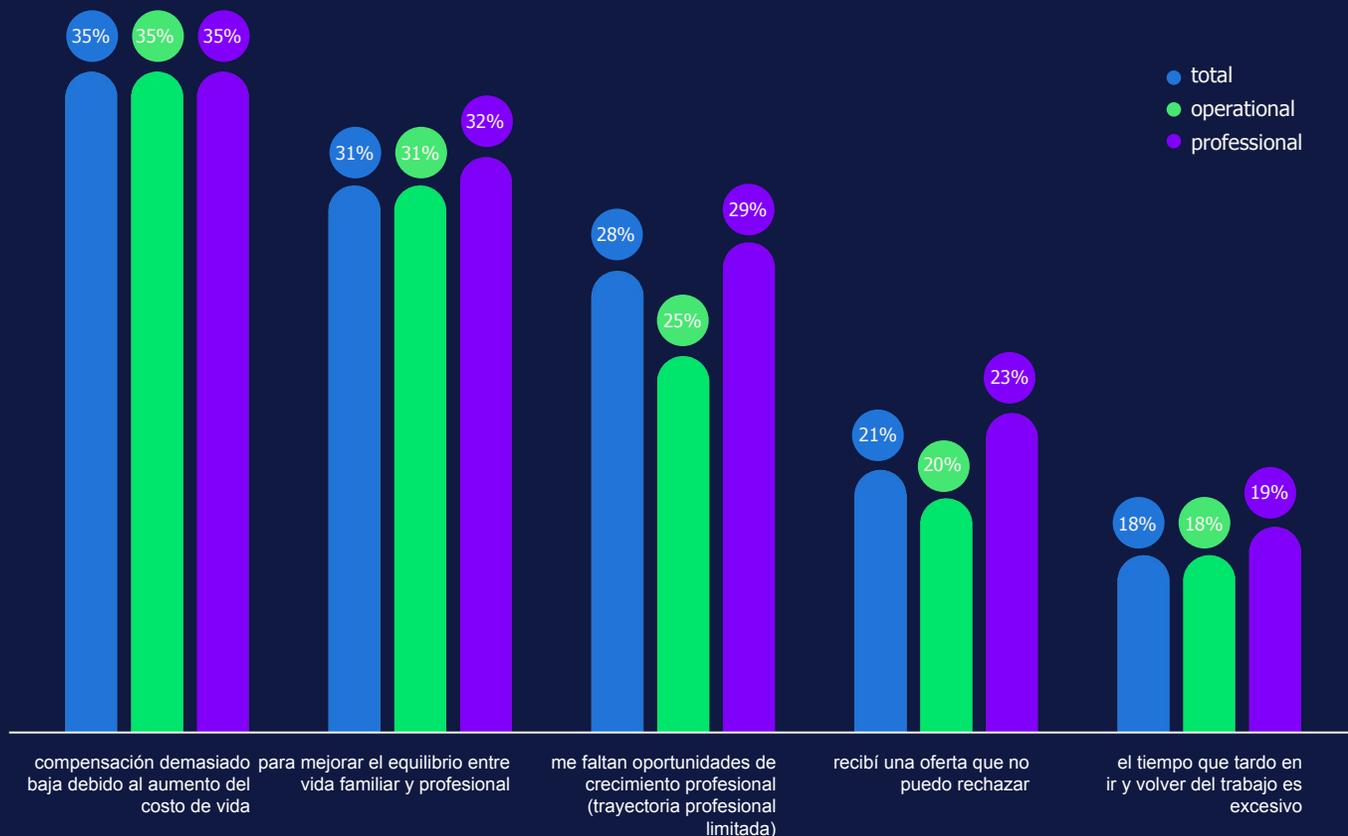
Por su parte, la generación Z recurre sobre todo a las redes sociales para encontrar trabajo, aunque los portales de empleo son igual de efectivos para encontrar oportunidades.

En cuanto a los distintos perfiles, LinkedIn es más efectivo para el perfil profesional; en cambio, los perfiles operativos suelen usar las redes sociales como segunda opción.

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?

en todos los tipos de perfiles, los trabajadores señalan la baja remuneración como la causa principal para dejar su empleador.

razones para dejar a un empleador



Los resultados no son sorprendentes, ya que el salario y los beneficios atractivos son los factores más valorados al definir al empleador ideal.

Aunque las principales motivaciones son igual de importantes para los perfiles operativos y profesionales, hay otros factores que pesan más entre estos últimos. Esta diferencia marca cómo el rol y los perfiles pueden cambiar lo que realmente motiva a cada trabajador.

Q. ¿Por qué razones decidió o decidiría dejar a su empleador?





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

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

9 de cada 10 trabajadores le otorga mucha importancia al reskilling, especialmente para los millennials y quienes continúan trabajando con su empleador actual.

Los millennials (91%) y la generación X (91%) le otorgan mucha más importancia al reskilling que la generación Z (86%). Es por esto que los empleadores deberían considerar el ofrecerles estas oportunidades a quienes pertenecen a la generación X y a los millennials, que podrían estar buscando redirigir sus carreras hacia nuevos horizontes.

Dicho esto, las cifras son altas en todas las generaciones. Por esta razón, es muy importante que se implementen programas internos de capacitación que fomenten el crecimiento profesional y contribuyan a la retención del talento en todos los niveles.

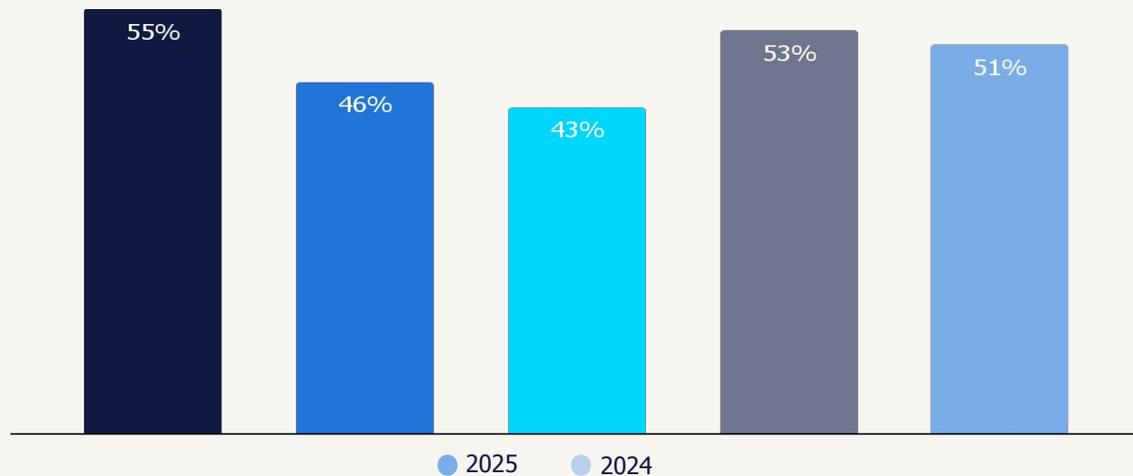




equidad, IA y
motivación &
compromiso.

todavía hay margen de mejora para que los empleadores fortalezcan la equidad, ya que menos de la mitad de los trabajadores los califican positivamente en varios aspectos.

¿cuál de las siguientes afirmaciones consideras 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

Estos datos reflejan cómo la equidad figura en los aspectos menos destacados en las valoraciones de los trabajadores.

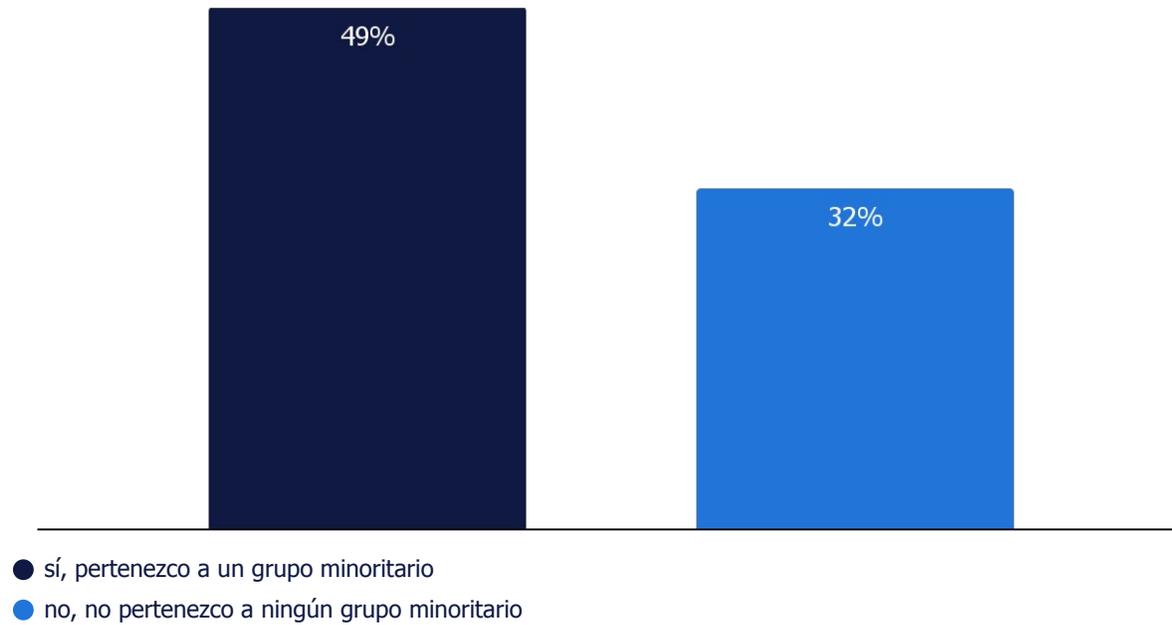
Si bien los empleadores se destacan por valorar las características únicas de sus colaboradores, estos últimos sienten que no siempre las oportunidades se les brindan a quienes más las merecen, lo que señala un aspecto crucial que se podría mejorar.



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»)?

quienes consideran que pertenecen a una minoría tienen más probabilidades de encontrar obstáculos en su carrera profesional que quienes no pertenecen a una.

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



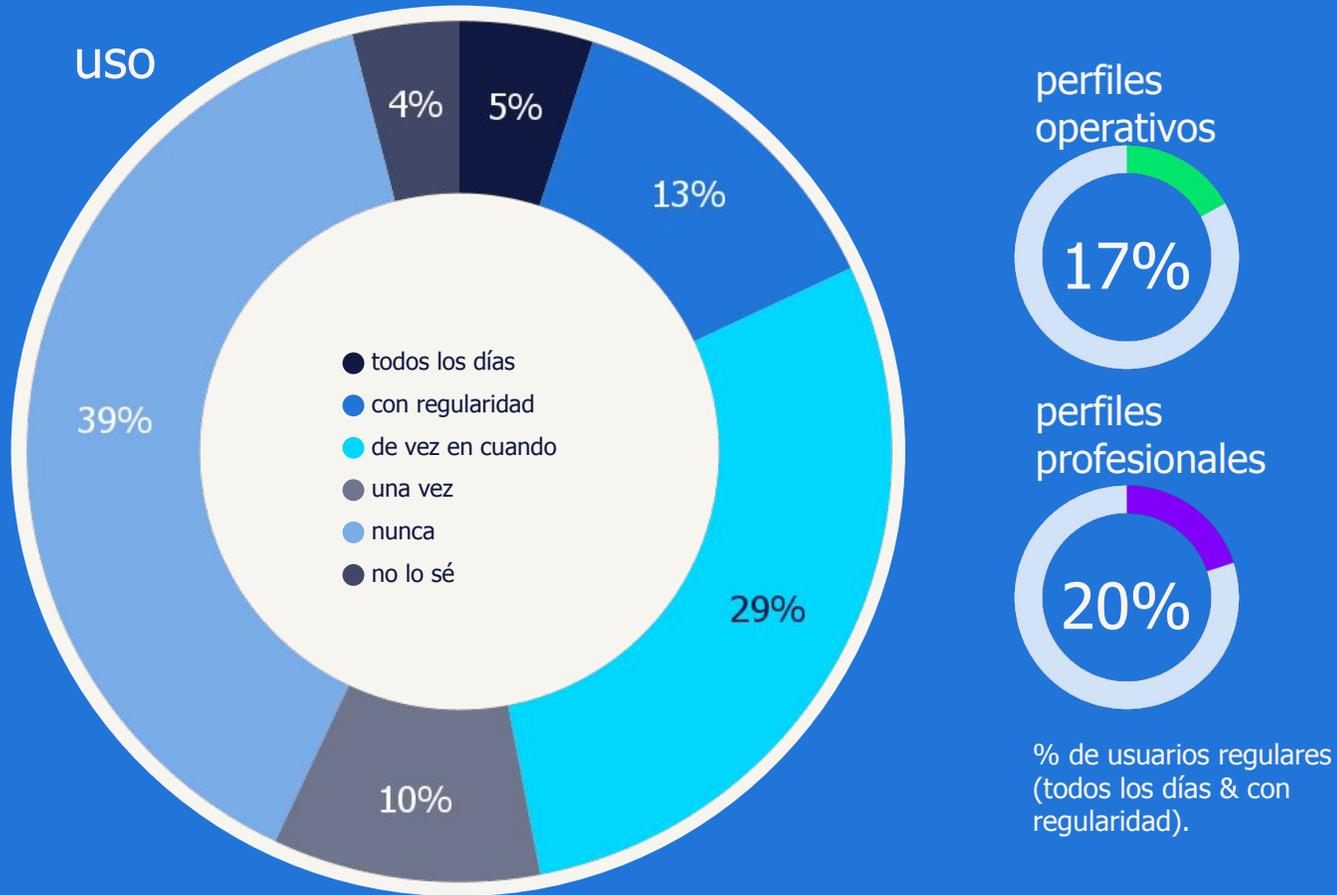
P. ¿Cómo calificarías a tu propio empleador en cada uno de los siguientes criterios, en una escala del 1 («para nada cierto») al 5 («completamente cierto»)?

P. ¿Consideras que perteneces a un grupo minoritario?

Casi la mitad de los trabajadores que se identifican como parte de una minoría (49%) afirma enfrentarse a obstáculos en su carrera profesional, mientras que sólo un tercio de aquellos que no pertenecen a minorías experimentan lo mismo. Esto resalta las dificultades que existen para alcanzar la equidad.

Un poco más del 25% de los trabajadores en Chile se identifica como parte de una minoría, siendo la generación Z la que tiene mayor representación con un 36%.

en Chile, la adopción de IA en los lugares de trabajo es cada vez más común: casi 1 de cada 5 trabajadores ya la usa de manera habitual.



Los millennials (22%) son quienes más utilizan la IA, seguidos por la generación X (16%) y la generación Z (13%). Esto indica que su uso es más común entre los profesionales con más experiencia que los jóvenes que recién están empezando.

La educación también se posiciona como un factor importante, ya que los trabajadores de educación universitaria o superior (24%) son casi dos veces más propensos a utilizar la IA de forma habitual que aquellos con formación terciaria (13%). Esto significa que la adopción de la IA puede estar vinculada a puestos de trabajo que demanden habilidades avanzadas, lo que podría evidenciar una brecha de capacidades entre los trabajadores.

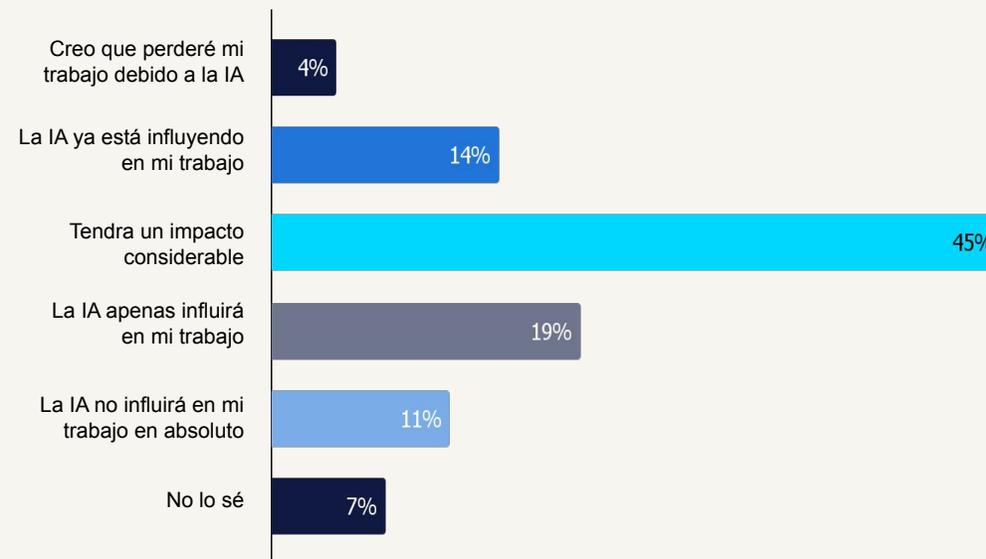


si bien la IA ya afecta al 14% de los trabajadores, son muchas más las personas que anticipan que tendrá un papel importante en el futuro.



La percepción general sobre el impacto que pueda tener la IA en la satisfacción laboral es muy positiva: más del 50% cree que será beneficiosa, mientras que solo un 9% anticipa lo contrario.

impacto previsto de la IA en el trabajo



impacto de la IA en la satisfacción laboral*

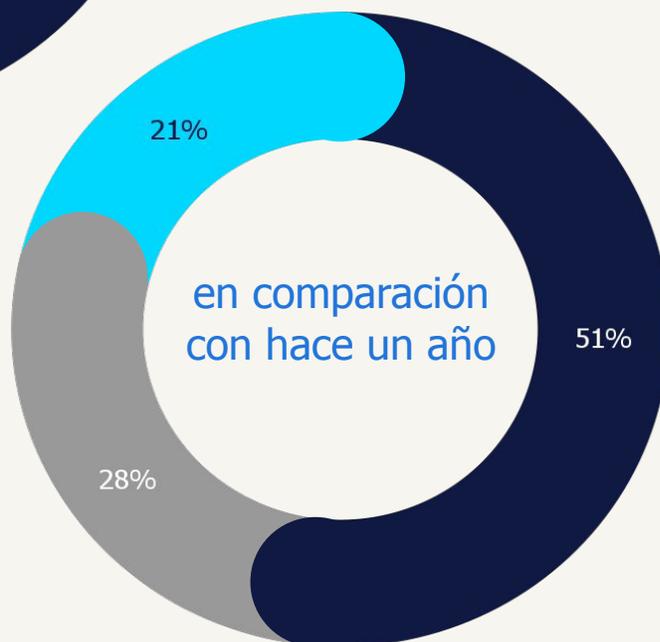




cada vez más personas sienten más compromiso con su trabajo: el 58% dice estar motivado y casi la mitad afirma sentirse más comprometido que hace un año.



- siente mayor motivación y compromiso que hace un año
- lo mismo que el año pasado
- siente menos motivación y compromiso que hace un año



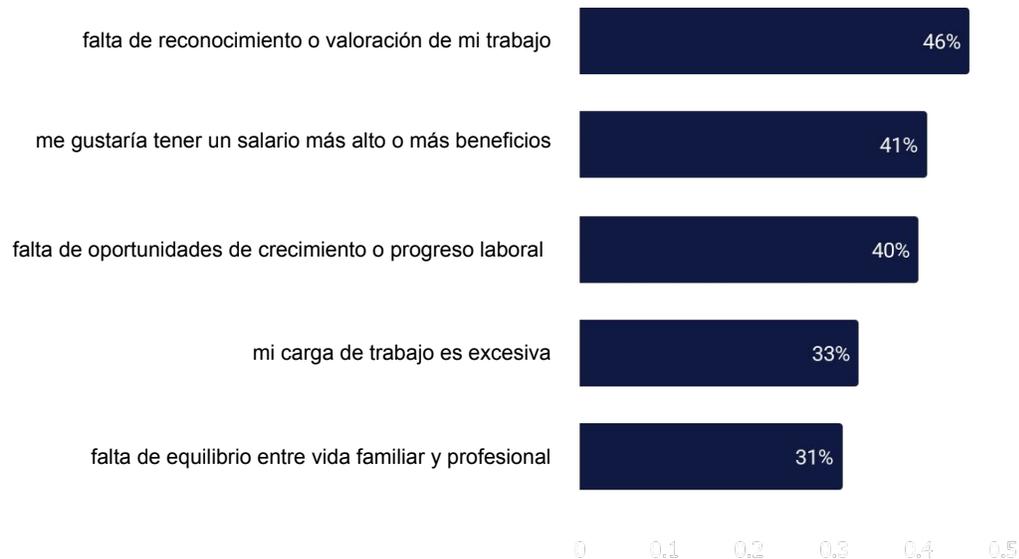
La conexión entre compromiso y retención es evidente: el 56 % de quienes no se sienten comprometidos tiene la intención de dejar su empleo, mientras que solo el 22 % de los más comprometidos considera hacerlo.

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, ¿sientes que esto cambió en el último año?

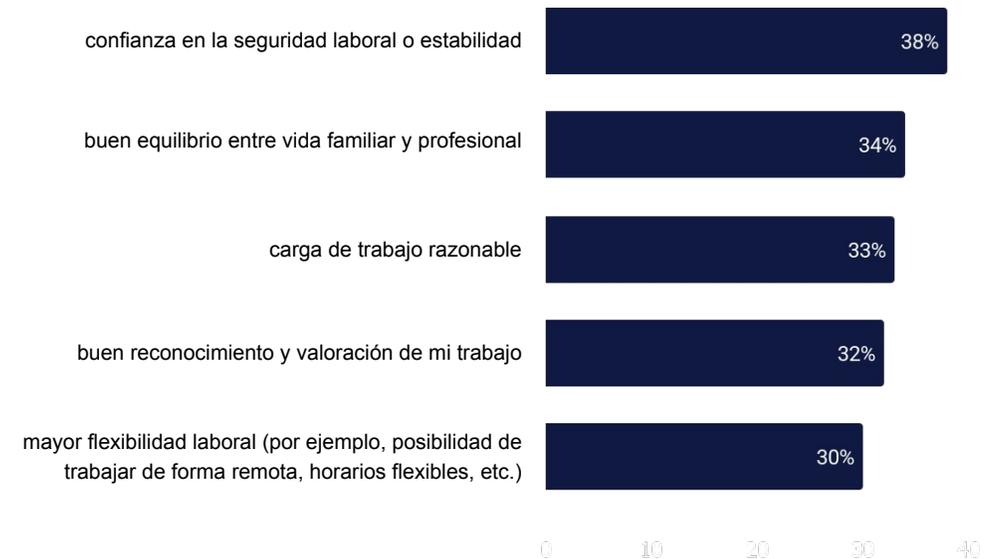
la motivación aumenta con seguridad laboral y un buen equilibrio entre vida familiar y profesional, y la falta de compromiso suele deberse a la falta de reconocimiento.

Resulta interesante que los motivos que inspiran compromiso no coincidan con los que generan desmotivación. Esto deja en claro lo complejo que es mantener el compromiso laboral.

menos motivación & compromiso.



más motivación & 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.

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.

- Chile, encuestados 3.548.



alemania
argentina
australia
austria
bélgica
brasil
canadá

chile
china
dinamarca
españa
estados unidos
francia
grecia

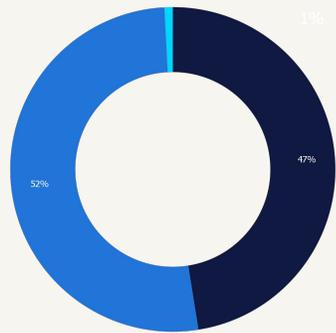
hungria
india
italia
japón
luxemburgo
malasia
méxico

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

república checa
rumania
singapur
suecia
suiza
uruguay

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

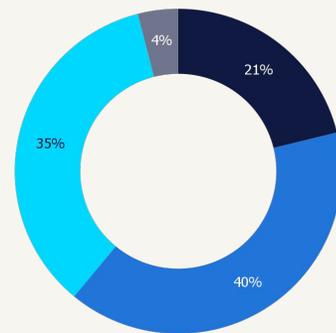
género.



- masculino
- femenino
- otro*

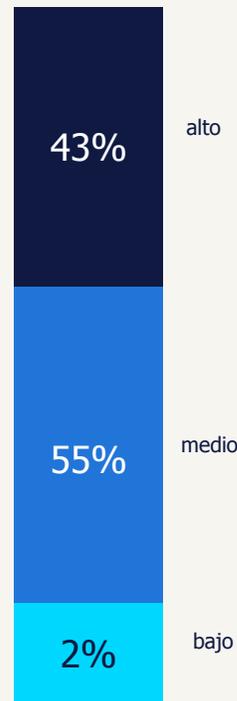
* observación: otro está compuesto por personas con otras identidades de género y personas que prefieren no responder a la pregunta.

edad.

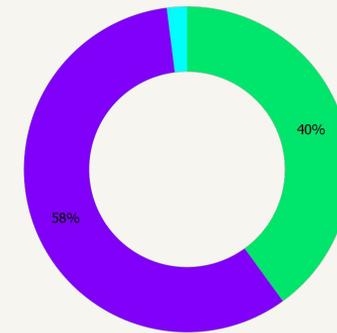


- Generación Z (1997-2012)
- Millennials (1981-1996)
- Generación X (1965-1980)
- Baby boomers (1946-1964)

nivel educativo.

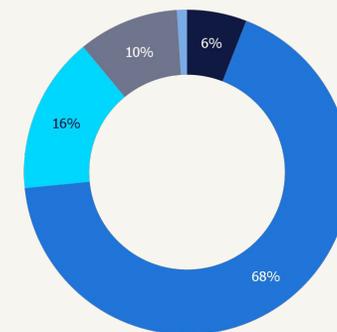


segmentación por perfiles.



- perfiles operativos
- perfiles profesionales
- perfiles digitales

región.



- Macrozona Norte
- Macrozona Centro
- Macrozona Centro Sur
- Macrozona Sur
- Macrozona Austral



queremos saber tu opinión.

conversemos

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.

employer.branding@randstad.cl

muchas
gracias.



partner for talent.