

El primer empleo y los errores más comunes: por qué para 9 de cada 10 jóvenes es difícil conseguir trabajo

09/02/2025



Ingresa al mercado laboral no es una tarea fácil. De hecho, **9 de cada 10 jóvenes tienen dificultades para encontrar trabajo en la Argentina**, según el último informe de ManpowerGroup y Junior Achievement Américas. El desafío para superar todas las instancias en un proceso de selección es, entonces, **destacarse dentro de un escenario complejo, desarrollar la marca personal para aportar un diferencial y comprender qué buscan las empresas**. Una tarea titánica.

¿Por dónde empezar? Atrás quedó la postal del desempleado que compraba el diario por la mañana, remarcaba los clasificados, elegía las ofertas con las que podía compatibilizar y recorría distintos puntos de la ciudad con una carpeta repleta de papeles personales y una carta de presentación. **El avance de la tecnología y las nuevas formas de vincularnos, también**

tiñeron de otro tono las búsquedas laborales, aunque la urgencia sea la misma.

A esto se suma que encontrar un puesto de trabajo al que poder aspirar y toparse con centenares de candidatos es una experiencia tan frustrante como habitual, tanto en las largas filas que se armaban en épocas pasadas como en la cantidad de comentarios de interesados que se suman en un posteo en cualquier plataforma de empleo actual. Pero no todo está perdido y ser preciso en el proceso se vuelve fundamental. Se sabe: **buscar trabajo, es un trabajo.**



“Los errores más comunes tienen que ver con la falta de preparación para la entrevista”, asegura Valeria Calónico, Directora de Operaciones de ManpowerGroup Argentina (Foto: Adobe Stock)

En cuanto a los retos actuales a los que se enfrentan los jóvenes al buscar empleo, **el 72% considera que la falta de experiencia es el principal obstáculo.** Otros factores son: la incompatibilidad de los horarios laborales (48%) y la escasez de oportunidades en áreas de interés (43%). **Para elegir un**

trabajo, analizan tener un salario competitivo (28%) y el crecimiento profesional (15%).

Pero hay más. “Los errores más comunes tienen que ver con la falta de preparación para la entrevista”, asegura a Valeria Calónico, Directora de Operaciones de ManpowerGroup Argentina, responsables del muestreo en el que participaron más de 13 mil jóvenes de entre 18 y 29 años, y más de 500 empresas en 14 países de América Latina.

Su recomendación para saltar ese primer escollo es “investigar cuál es el rubro de la empresa a la que se está aplicando, conocer la posición y donde está ubicada. Sigue siendo relevante ser puntuales, vestirse de manera acorde al puesto y manejar un lenguaje verbal y no verbal apropiado”.

7 de cada 10 jóvenes señalaron que la falta de experiencia es el principal obstáculo para encontrar trabajo formal



9 de cada 10 jóvenes tienen dificultades para encontrar trabajo en Argentina



7 de cada 10 jóvenes han trabajado en áreas que no han sido de su interés.

32%

por necesidades económicas urgentes



Fuente: ManpowerGroup y Junior Achievement Américas



Según el último informe sobre talento joven, 9 de cada 10 jóvenes tienen dificultades para encontrar trabajo en la Argentina. (Infografía: Sebastián Neduchal / Videolab / TN).

También es importante remarcar las competencias personales. “Por ejemplo, alguien se destaca por su curiosidad y ganas de aprender, entonces deberá comentar los cursos realizados y temas de interés. Si se quiere poner en valor la adaptabilidad, contar situaciones personales donde esto se pueda evidenciar”, asegura la especialista.

Definir una estrategia clara

¿Cuáles son entonces los nuevos canales de búsqueda laboral? El mismo muestreo arrojó que los jóvenes recurren a las **redes sociales (90%)**, a **familiares y amigos (69%)**, o **directamente aplican en sitios web de empresas (51%)**. Por su parte, las empresas buscan talentos mediante redes sociales (21%), contactos referidos (19%) y bolsas de trabajo de universidades (13%).

Por eso, para *matchear* con los reclutadores, es fundamental reconocer el terreno. “Muchas veces se inicia una búsqueda y se desconoce cómo es un proceso o qué buscan las empresas. Una buena forma de arrancar es conversar con personas que están insertas en ese rubro para comprender su lógica y estar más preparados”, recomienda **Fernando Troilo**, Director del Posgrado en Recursos Humanos en UCEMA.

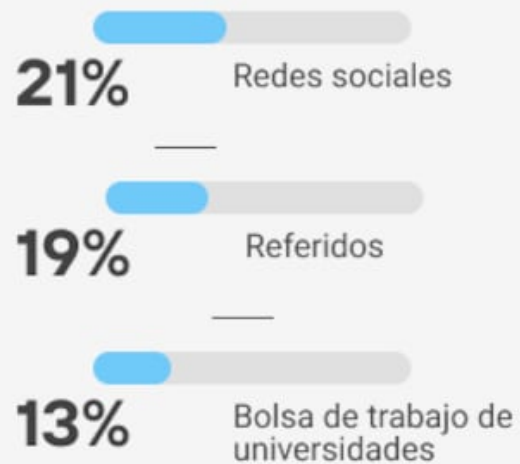
¿Dónde buscan?



¿Dónde buscan empleo los jóvenes



Retos de las empresas al contratar talento joven



Fuente: ManpowerGroup y Junior Achievement Américas



El muestreo dejó en evidencia que jóvenes y empresas no usan los mismos canales de búsqueda (Infografía: Sebastián Neduchal / Videolab / TN)

Para **Carolina Lancelotti**, Global Recruiting Manager de Globant, no hace falta tener todo resuelto ni saberlo todo. “Curiosidad y actitud. La clave es aprender rápido, preguntar sin miedo, investigar y **crear una estrategia clara y enfocada para evitar frustraciones y ansiedades innecesarias**. Otro consejo importante es no subestimar proyectos *freelance*, voluntariados o prácticas: ¡todo suma!”, explica.

Potenciar la marca personal

Un segundo paso es trabajar la **marca personal**. Esta es la manera en que nos perciben el resto de las personas gracias a

cada acción que llevamos a cabo, lo que comunicamos y lo que transmitimos. También llamado *Personal Branding* es un concepto que consiste en **considerarse a uno mismo como una marca comercial con el objetivo de diferenciarse** en procesos de selección cada vez más competitivos.

En definitiva se trata de **gestionar y proyectar la imagen que más nos conviene**. Para ello resulta imprescindible analizar **qué queremos transmitir y el modo en que lo hacemos**.

En ese punto, **las redes sociales personales cumplen un papel cumbre, depende el uso que se les de**. “Pueden sumar si se sigue una coherencia entre lo que se dice verbalmente de uno mismo con lo que se demuestra en la práctica”, aclara Troilo.

Soledad Deprebitero, Licenciada en Relaciones Públicas, comunicadora y experta en Personal Branding, coincide en ese punto: “La exposición en redes sociales puede ser una gran ventaja si se gestiona de forma estratégica y consciente. Las redes **son una ventana para mostrar quién es el candidato, no solo en términos laborales, sino también personales**. Mostrar proyectos, logros académicos, experiencias laborales y aspectos que reflejen sus pasiones o hobbies puede atraer la atención de un buen reclutador, ya que permiten detectar habilidades blandas y valores que suman al perfil”.

Sin embargo, es importante no perder la esencia. “Se debe **mostrar autenticidad sin caer en la imprudencia, curando el contenido para evitar generar una imagen desfavorable**”, aconseja. También **cuidar las formas**. “Evitar publicaciones ofensivas, polémicas o demasiado informales”, recomienda y agrega: “mostrar criterio y prudencia, y **evitar debates públicos sobre temas sensibles** porque si bien es positivo tener opiniones, conviene ser cuidadoso con cómo y dónde se expresan para evitar malentendidos”.

El CV digital

Entonces, llega el momento de poner manos a la obra. **“Poder crear un portfollio, un CV o un perfil en alguna plataforma que nos identifique va a ser clave.** LinkedIn es, sin dudas, la red profesional por excelencia para posicionarse con una marca personal”, asegura Lancelotti y brinda **una serie de recomendaciones para evitar errores y ser asertivos.**

– **Orientar la búsqueda:** Tener claro a qué industria, empresas y posiciones se quiere orientar la carrera profesional.

– **Sumar diseño:** Incluir una foto y banner que se consideren alineados al perfil.

– **Hacer una descripción/presentación clara que nos identifique.** Este es el punto más importante, porque el tiempo que el reclutador va a dedicar a mirar el perfil va a ser muy breve. Escribir de forma clara qué buscamos, en qué nos estamos capacitando y cuál es el valor agregado que podemos aportar.

– **Investigar qué palabras claves de la industria (o la posición a la que se aspira) se pueden usar:** para poder aparecer en los filtros que utilizan los reclutadores a la hora de buscar talentos. Se puede consultar con otros profesionales o con alguna IA.

– **Aprovechar a hacer networking:** conectar con las empresas y personas que se encuentran dentro del radar de interés. De esta forma, se podrá ir creando un red profesional orientada a la búsqueda profesional y enterarse de las últimas novedades y tendencias.

– **Crear contenido:** generar posteos en páginas laborales ayudará a captar la atención y conectar con más personas, permitiendo posicionarse en una red de talentos muy grande. Es clave tener una rutina de contenido, que puede ser una o dos

veces al mes para comenzar. Algunas ideas: compartir eventos o charlas en los que estemos participando; alguna frase que nos haya gustado de algún profesional; errores y aprendizajes en el camino de búsqueda. Acompañar el contenido con una foto o video siempre ayuda, y terminar con una pregunta abierta es una buena práctica para invitar a otras personas a compartir sus *tips* y experiencias.

No desestimar el CV convencional

El curriculum tradicional (ya sea físico o virtual) sigue vigente y la mayoría de las empresas aún lo piden. No hay demasiados secretos ni hace falta ser diseñador gráfico para tener un curriculum atrayente. Simplemente, hay que saber cómo **personalizarlo y resumir adecuadamente nuestros logros y aptitudes**. Es un buen ejercicio de síntesis poder resaltar, **en una sola página, toda la información relevante**, incluyendo los datos de contacto y otros aspectos como formación, experiencia o idiomas. También conviene utilizar un **formato sencillo y con una tipografía común**. I

¿Los NO rotundos? Información como la dirección completa, fecha de nacimiento, la disponibilidad de un vehículo (salvo que el puesto lo requiera), el estado civil, el nombre del colegio primario y cualquier dato no relevante pueden obviarse y así ahorrar espacio.

Otro punto importante a tener en cuenta es **evitar usar un mismo currículum para todas las ofertas** y hacerle los cambios necesarios para orientarlo a cada una de las búsquedas en donde se presente.

Los primeros pasos

“Desde que terminé la secundaria hasta ahora trabajé en diferentes comercios como vendedor pero, por lo general, se trata de contratos por una cierta cantidad de meses y luego no

los renuevan”, explica **Ezequiel**, de 20 años, quien en unas semanas comenzará un curso de programación para sumar más competencias en su curriculum y abrirse así a otras posibilidades.

Paloma tiene 19 años y sueña con conseguir un trabajo con poca carga horaria para poder compatibilizarlo con su formación de maestra jardinera. “Mi dificultad para conseguir trabajo es más grande, porque a las horas de la cursada le tengo que sumar las prácticas, así que debe ser algo durante la tarde”, cuenta. Sin embargo, no baja los brazos: “Me encantaría trabajar en una oficina”.

Algunas universidades tienen convenios con empresas y así, acompañan a los alumnos en la inserción laboral. **Lucas Martínez**, Coordinador de Relaciones con Empresas y con la Comunidad de UADE, da cuenta de eso: “**La universidad se destaca por la empleabilidad de sus alumnos y graduados.** Nuestro principal objetivo es generar vínculos y sinergias con organizaciones y empresas a nivel nacional e internacional para poder brindarle a los estudiantes las mejores oportunidades. De esta manera, facilitamos el acceso a pasantías y/o puestos efectivos de trabajo”.

El objetivo de la pasantía es que **el pasante pueda poner en práctica los conocimientos teóricos adquiridos durante su formación universitaria**, lograr que tome contacto con el ámbito en que se desenvuelven las organizaciones empresariales e integrarse al mundo laboral. Esos procesos varían según cada programa, pero nunca pueden extenderse por más de 18 meses y la carga horaria será máxima de 6 horas y media diaria, y como máximo de 20 horas semanales, lo que le permite al alumno **no demorar sus estudios.**



Tamara Jacquet realiza pasantías rentadas gracias a un convenio universitario (Foto: gentileza Tamara Jacquet)

Tamara Jacquet tiene 24 años y actualmente está cursando el tercer año de la Doble Titulación en Administración de

Empresas y Comercio Internacional en UADE. Desde julio de 2024 y gracias a la bolsa de empleo que tiene la universidad, se desempeña como pasante en el área de Logística de Pirelli.

“Mi responsabilidad principal es liquidar los viajes a los proveedores. Esto me permite día a día desarrollar mis habilidades sociales y además tuve que aprender a utilizar muchas herramientas que desconocía”, reconoce y resalta por qué se trata de una gran posibilidad: **“Con la modalidad part-time de esta pasantía puedo dedicarle más tiempo a mi carrera,** cosa que, en trabajos anteriores, donde tenía que estar tiempo completo, no tenía la posibilidad de hacerlo, y mis estudios quedaban en segundo plano”.



Lucas Colman es estudiante y comenzó una pasantía en la redacción de una radio. (Foto: gentileza Lucas Colman)

Lucas Colman Flores tiene 23 años y esta empezando el último

año de Ciencias de la Comunicación en la UADE. Estaba desempleado pero hace pocas semanas inició una pasantía en la redacción de una radio. “Mi principal responsabilidad en esa posición es redactar notas periodísticas, lo cual realizo durante el horario nocturno. Esta oportunidad es inmejorable ya que a través de ella puedo poner en práctica todo lo aprendido durante los tres años de carrera”, cuenta el joven que se presentó al puesto luego de ver la propuesta en la bolsa de trabajo del centro de estudios.

¿Qué buscan las empresas?

No todos tienen la posibilidad de trabajar en el rubro que desean y muchos afirman tener que aceptar lo primero que surja. En este sentido, **7 de cada 10 jóvenes trabajaron en áreas que no han sido de su interés debido a necesidades económicas urgentes (32%) y por falta de experiencia (23%).**

Áreas laborales



Áreas laborales más demandadas por los jóvenes



43%

Ventas y atención al cliente



18%

Marketing y publicidad



18%

Tecnología de la información



Áreas laborales más ofertadas por las empresas para jóvenes



14%

Ventas y atención al cliente



13%

Finanzas y bienes raíces



11%

Ingeniería

Fuente: ManpowerGroup y Junior Achievement Américas



Jóvenes y empresas, ¿buscan lo mismo? (Infografía: Sebastián Neduchal / Videolab / TN)

La encuesta desglosó cuáles son las áreas más buscadas: ventas y atención al cliente (43%), Marketing y Publicidad (18%) y Tecnologías de la Información (18%). Por su parte, las empresas tienen más vacantes para cubrir en ventas y atención al cliente (14%), finanzas y bienes raíces (13%) e ingeniería (11%).

Retos



Retos de los jóvenes al buscar empleo

72%



Falta de experiencia

48%



Horario laboral incompatible

43%



Escasez de ofertas laborales



Retos de las empresas al contratar talento joven

20%



Falta de experiencia

20%



Falta de habilidades blandas

18%



Expectativas superiores

Fuente: ManpowerGroup y Junior Achievement Américas



La encuesta desglosó cuáles son los retos de las empresas y de quiénes buscan trabajo. (Infografía: Sebastián Neduchal / Videolab / TN)

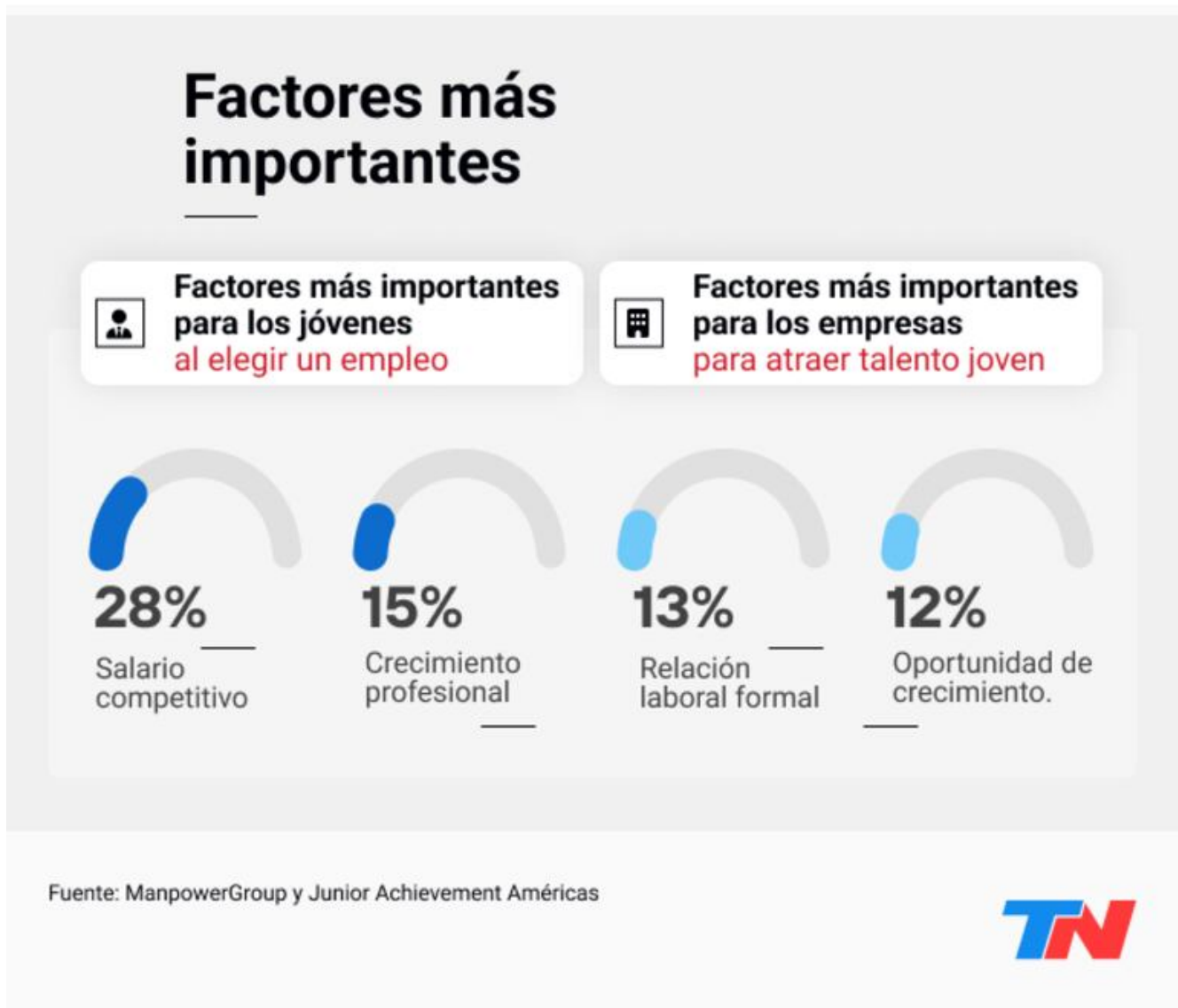
“Los reclutadores buscan habilidad de aprendizaje, es decir **la actitud para aprender permanente y la flexibilidad**, para que puedan adaptarse a un entorno cada vez más volátil”, explica Fernando Troilo.

Cambio de paradigma laboral

Más allá de las dificultades para insertarse en el mercado laboral a las que puedan enfrentarse los jóvenes, las empresas se encuentran con otro reto: **ya son pocos los empleados que buscan permanecer en un mismo puesto o compañía durante toda su carrera laboral.**

De acuerdo al relevamiento de Manpower, **el 61% de las organizaciones encuestadas encuentran una dificultad mayor en la retención del talento joven que en la atracción.** El especialista opina que “no hay que pelearse con esta idea y

comprender que la inquietud muchas veces está en participar de diferentes proyectos, experiencias, que no necesariamente implican siempre deseos de cambio de puesto o empresa”.



Los factores más determinantes a la hora de elegir un empleo (Infografía: Sebastián Neduchal / Videolab / TN) ¿Cómo tentarlos, desde lo empresarial, para que no se vayan tras años de capacitación y crecimiento? “Con transparencia, siendo claros de lo que la empresa puede ofrecer y sabiendo destacar los puntos fuertes de la propuesta de valor de la empresa”, asegura.

Carolina Lancelotti se suma en la misma línea: “**Las nuevas generaciones nos enseñan mucho sobre el rol que debe ocupar el trabajo en nuestras vidas**, y el aprendizaje y propósito son lo que terminan definiendo, más que la estabilidad o

permanencia. **Es un cambio de enfoque, no de compromiso**".

Créditos:

Infografía: Sebastián Neduchal – Videolab / TN