

Brief | Premios Obrar Estudiantes 2026 (CPA) “Jóvenes y futuro laboral”

Desarrollado por Junior Achievement Argentina

Problema y contexto

Pensar en el futuro puede ser desafiante. Entre los 16 y los 24 años, muchas personas atraviesan decisiones importantes vinculadas con sus estudios, sus primeros trabajos, sus intereses y el proyecto de vida que quieren construir. Al mismo tiempo, el mundo laboral cambia cada vez más rápido: aparecen nuevas profesiones, la tecnología transforma tareas y roles, y las trayectorias profesionales son cada vez menos lineales.

En este escenario, no siempre es fácil saber por dónde empezar. La incertidumbre sobre qué estudiar, en qué trabajar o qué camino elegir puede generar la sensación de que es necesario tener el futuro resuelto desde temprano.

Los datos muestran, además, que la transición hacia el mundo laboral presenta barreras concretas. El estudio [Talento Joven y Empresas: Oportunidades y Desafíos 2024](#), realizado por ManpowerGroup y Junior Achievement Américas entre jóvenes de 18 a 29 años y empresas de la región, señala que en Argentina **9 de cada 10 jóvenes encuestados tuvieron dificultades para encontrar trabajo y que el 72% identifica la falta de experiencia como su principal desafío.**

Existe también una brecha para encontrar y acceder a las oportunidades: mientras el 90% de los jóvenes utiliza redes sociales para buscar empleo, solo el 21% de las empresas las utiliza para buscar talento.

Frente a este escenario, prepararse para el futuro no significa solamente elegir una carrera o adquirir conocimientos técnicos. También implica conocerse, desarrollar confianza en las propias capacidades, aprender a comunicarse y trabajar con otros, adaptarse a los cambios y recuperarse frente a las dificultades.

Las experiencias y los vínculos también importan. El mismo estudio destaca la importancia de que los jóvenes puedan adquirir experiencias profesionales desde etapas tempranas y ampliar sus redes de oportunidades como factores para impulsar su crecimiento.

Este brief es una invitación a pensar cómo la comunicación puede contribuir a que más jóvenes enfrenten la incertidumbre sobre el futuro desde un lugar de mayor confianza y autonomía, y descubran que existen comunidades donde pueden empezar a construir su propio camino.

Objetivo

Objetivo General

- Generar conciencia en jóvenes de 16 a 24 años de que el futuro laboral es un camino en construcción entre capacitarse, acercarse a espacios de interés e ir realizando experiencias.

Objetivos Específicos

- Contribuir a disminuir la incertidumbre y la ansiedad frente al futuro profesional.
- Estimular el autoconocimiento para que cada joven pueda reconocer sus propios intereses, fortalezas y potencial, desarrollando mayor confianza en sus capacidades.
- Visibilizar la importancia de generar vínculos con otros para acercarse a posibles oportunidades y experiencias.

Target

Jóvenes de 16 a 24 años de Argentina.

Están atravesando distintas etapas: algunos todavía cursan la escuela secundaria; otros estudian, trabajan, buscan su primera experiencia laboral o están intentando definir qué quieren hacer.

No necesariamente tienen decidido qué estudiar, de qué trabajar o cómo imaginan su futuro.

Mensajes de base

- No necesitás tener todo tu futuro resuelto para empezar.
- Tu futuro no se define en una sola decisión. Se construye con experiencias, aprendizajes y personas que vas encontrando en el camino.
- Hoy, las empresas no buscan solo conocimientos técnicos: también valoran habilidades socioemocionales que permiten trabajar con otros, adaptarse y enfrentar nuevos desafíos.
- Conocerte y confiar en lo que sos capaz de hacer también es prepararte para el futuro.
- Aprender a comunicarte, trabajar en equipo, adaptarte, ser resiliente y volver a intentarlo son habilidades que pueden acompañarte en distintos trabajos y proyectos.
- Conocer personas y ampliar tu red puede acercarte a oportunidades que hoy todavía no imaginás.
- La tecnología cambia el mundo del trabajo, pero las habilidades humanas siguen siendo fundamentales para desenvolverse en él.
- No tenés que resolver tu futuro solo: conectar con otros, sumarte a comunidades y compartir la búsqueda te abre puertas que en soledad no se ven.

Qué queremos que la persona haga

Que dé un primer paso frente a la incertidumbre: se atreva a explorar sus intereses, salir de la búsqueda individual y conectar con espacios colectivos o comunidades de aprendizaje para descubrir experiencias, personas y oportunidades que la ayuden a construir su futuro laboral.

La propuesta creativa puede plantear distintas maneras de hacer tangible y medible ese acercamiento a la comunidad, sin necesidad de promocionar un programa educativo específico.

Qué queremos que la persona sienta

Que tiene capacidad para construir su propio camino, aunque todavía no sepa exactamente hacia dónde quiere ir.

Buscamos transmitir **confianza, autonomía y posibilidad**: que el futuro no se perciba únicamente como una decisión que hay que acertar, sino como algo que puede construirse progresivamente a partir de experiencias, aprendizajes, vínculos y decisiones.

La campaña debería dejar una sensación cercana a:

“No necesito tener mi futuro resuelto hoy. Puedo empezar a construirlo y hay oportunidades y personas que pueden acompañarme en ese camino.”

Consideraciones

La campaña debe evitar:

- Presentar el futuro laboral desde el miedo o la amenaza.
- Instalar la idea de que la inteligencia artificial o la tecnología inevitablemente reemplazarán el trabajo de los jóvenes.
- Comunicar que existe una única elección correcta de carrera o profesión.
- Responsabilizar individualmente a los jóvenes por las dificultades para acceder al mercado laboral.
- Sugerir que la falta de empleo se resuelve únicamente mediante capacitación individual.
- Prometer que participar de una experiencia o desarrollar determinadas habilidades garantiza conseguir un empleo.
- Subestimar a los jóvenes o hablarles desde un lugar adulto que pretende indicarles qué deberían hacer con su futuro.

Tono

Cercano, optimista, movilizador y empático.

Debe hablar con los jóvenes y no sobre los jóvenes.

Puede utilizar humor, códigos culturales y recursos propios de las generaciones jóvenes, siempre que resulten genuinos y no reproduzcan estereotipos.

La campaña debe evitar los golpes bajos, los mensajes paternalistas y los discursos excesivamente institucionales.

Medios

El proyecto puede pensarse para cualquier soporte: TV, gráfica, radio, redes sociales, activaciones, prensa, digital, vía pública, influencers, experiencias presenciales o una combinación de distintos medios.

Se valorarán especialmente aquellas propuestas que encuentren formas creativas de conectar con jóvenes en los espacios en los que ya interactúan y que permitan generar una llamada a la acción medible.

Firma del proyecto

La propuesta puede estar firmada por Junior Achievement Argentina, el Consejo Publicitario Argentino y/o empresas u organizaciones que acompañen la iniciativa.

Puede plantearse una estrategia de co-branding.

En todos los casos deberá incluirse la aclaración “Proyecto presentado para Premios Obrar Estudiantes 2026”

Links para ampliar información

- *Talento Joven y Empresas: Oportunidades y Desafíos 2024*. ManpowerGroup y Junior Achievement Américas: <https://junior.org.ar/talentojuven/>
- Sitio web de Junior Achievement Argentina: <https://junior.org.ar/>
- Newsletter de LinkedIn de Junior Achievement: <https://www.linkedin.com/newsletters/noticias-emprendedoras-6922184543521124352/>

Cierre

El futuro no siempre viene acompañado de certezas. Y quizás tampoco sea necesario tenerlas todas.

Este brief invita a pensar ideas capaces de hablarle a una generación que está tomando decisiones en un escenario de transformación constante. El desafío es demostrar que la comunicación puede ayudar a cambiar la manera en que los jóvenes se relacionan con esa incertidumbre: no desde el miedo a equivocarse, sino desde la confianza en su capacidad para aprender, conectarse con otros, aprovechar oportunidades y construir su propio camino.

Tu propuesta puede ser ese primer encuentro con una comunidad que les muestre que el futuro no está escrito: también se construye.

Acerca de Junior Achievement:

Junior Achievement es una de las ONG más grandes del mundo. A través del aprendizaje práctico y combinado en educación financiera, formación para el trabajo y emprendimiento, empodera a los jóvenes para que hagan crecer sus ideas emprendedoras, perfeccionen sus habilidades laborales, administren sus ingresos y aseguren mejor calidad de vida para ellos, sus familias y sus comunidades.

Con más de 100 países miembros, la red de Junior Achievement está potenciada por más de 500.000 voluntarios y mentores, quienes sirven a 17 millones de jóvenes alrededor del mundo cada año. Es una de las pocas organizaciones con la escala, la experiencia y la pasión para formar a la próxima generación de jóvenes líderes.

En Argentina, opera desde 1991 y cuenta con oficinas en Buenos Aires, Córdoba, Santa Fe y las regiones de Cuyo y NOA; alcanzando con sus programas a más de 1.400.000 estudiantes de todo el país.

Más información www.junior.org.ar

Instagram: [@juniorenargentina](https://www.instagram.com/juniorenargentina)

X: [@juniorenarg](https://twitter.com/juniorenarg)

LinkedIn: [Junior Achievement Argentina](https://www.linkedin.com/company/junior-achievement-argentina)