



## Encuesta Global 2026 de Deloitte sobre la Generación Z y *Millennials*

Perfil de país: Colombia



## Metodología y mensajes globales clave



Ahora en su 15.º año, la encuesta global de Deloitte conectó con **22,595 personas de la Generación Z y Millennials en 44 países** para explorar sus perspectivas, experiencias y ambiciones profesionales. Los resultados revelan que estas generaciones buscan avanzar en sus propios términos, priorizando la estabilidad, el desarrollo de habilidades y el bienestar por encima de un crecimiento acelerado.

**A medida que la Generación Z y los Millennials se adentran más en la adultez y en roles de liderazgo, están redefiniendo cómo se entiende el progreso en el trabajo.** En los últimos 15 años, estas generaciones han transformado el entorno laboral de formas tangibles: impulsando una evolución en el liderazgo y la cultura organizacional, normalizando el trabajo flexible e híbrido, fomentando conversaciones más abiertas sobre la salud mental y elevando el propósito y los valores como factores visibles en las decisiones profesionales.

**Sin embargo, aunque las expectativas han cambiado y las normas han evolucionado, algunas realidades estructurales han avanzado más lentamente.** Frente a presiones económicas, el aumento del costo de vida, limitaciones en la vivienda, la inestabilidad geopolítica y los rápidos cambios tecnológicos, muchos jóvenes de la Generación Z y Millennials están optando por ordenar sus ambiciones: invirtiendo primero en habilidades, estabilidad y bienestar antes de comprometerse con roles o trayectorias que perciben como insostenibles.

**A pesar de las presiones externas, muchos miembros de ambas generaciones mantienen una perspectiva positiva.** Son más optimistas sobre su futuro financiero personal que sobre la economía en general. Están transformando activamente sus carreras mediante el aprendizaje continuo y el desarrollo de habilidades. Además, en gran medida ven la expansión de la inteligencia artificial como un acelerador, no como una amenaza, esperando que les permita liberar tiempo, mejorar su desempeño y abrir nuevas oportunidades de crecimiento.

Este informe del 15.º aniversario **narra una historia de madurez que no trata de retraso, sino de discernimiento.** Estas generaciones avanzan de manera reflexiva, selectiva y en sus propios términos. Esto subraya una realidad más amplia: lo que las generaciones necesitan, quieren y esperan del trabajo seguirá evolucionando. Responder a ello requiere modelos dinámicos que se adapten constantemente para permitir que las personas, de todas las generaciones, prosperen en sus propios términos.

La encuesta 2026 de la Generación Z y los Millennials recopiló la opinión de 14,384 personas de la Generación Z y 8,211 Millennials (22,595 encuestados en total), de 44 países en Norteamérica, Latinoamérica, Europa Occidental, Europa del Este, Oriente Medio, África y Asia-Pacífico. El trabajo de campo se llevó a cabo entre el 24 de noviembre de 2025 y el 15 de enero de 2026.

Según la definición del estudio, los encuestados de la Generación Z nacieron entre enero de 1995 y diciembre de 2007, y los Millennials nacieron entre enero de 1983 y diciembre de 1994.

### Entre los principales hallazgos de este año:



**La presión financiera** está influyendo tanto en las decisiones personales como en las profesionales.



**Las aspiraciones de liderazgo son condicionales** ya que muchos consideran las compensaciones y sacrificios involucrados.



**La adaptabilidad** es ahora una competencia clave en la carrera profesional.



**La adopción de la IA está acelerándose** más rápido que la preparación de las organizaciones.



La salud mental está mejorando, pero **el estrés sigue presente en el trabajo cotidiano.**



**El propósito y la conexión** definen el lugar de trabajo ideal e influyen en la retención.



A medida que se aproxima una importante transición operacional, **preservar el conocimiento es fundamental.**

La siguiente presentación analiza cómo la **Generación Z y Millennials de Colombia** se diferencian de sus pares globales en estos temas clave.

### Nuestra metodología:

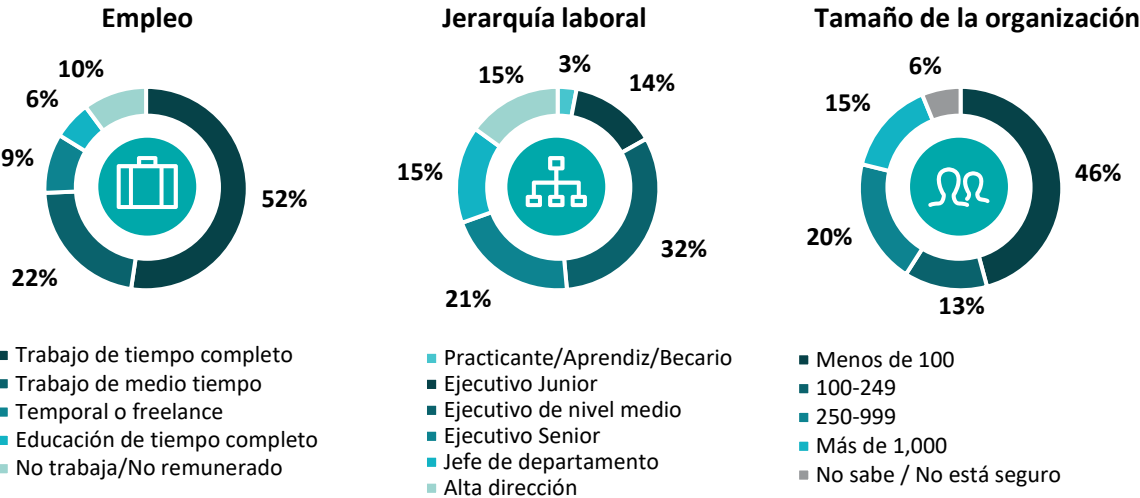
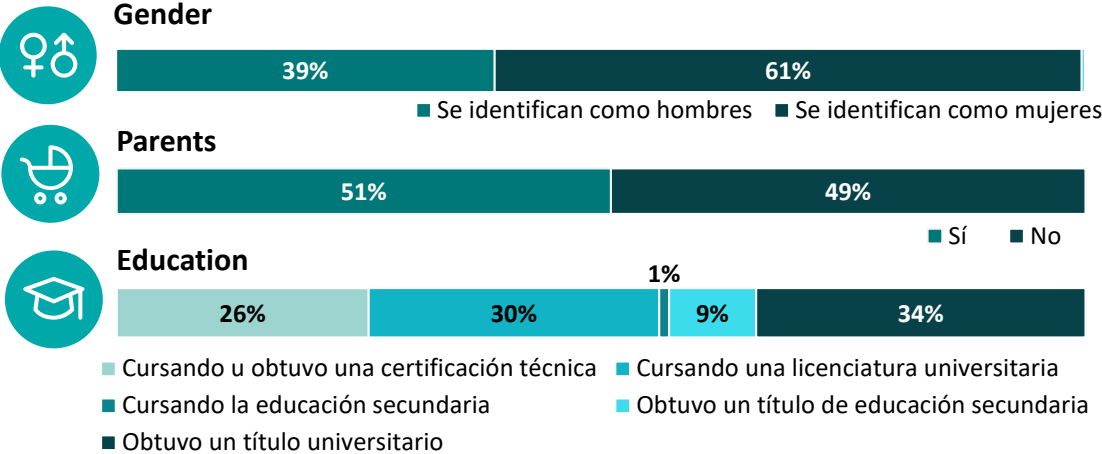


# Perfil de país: Colombia

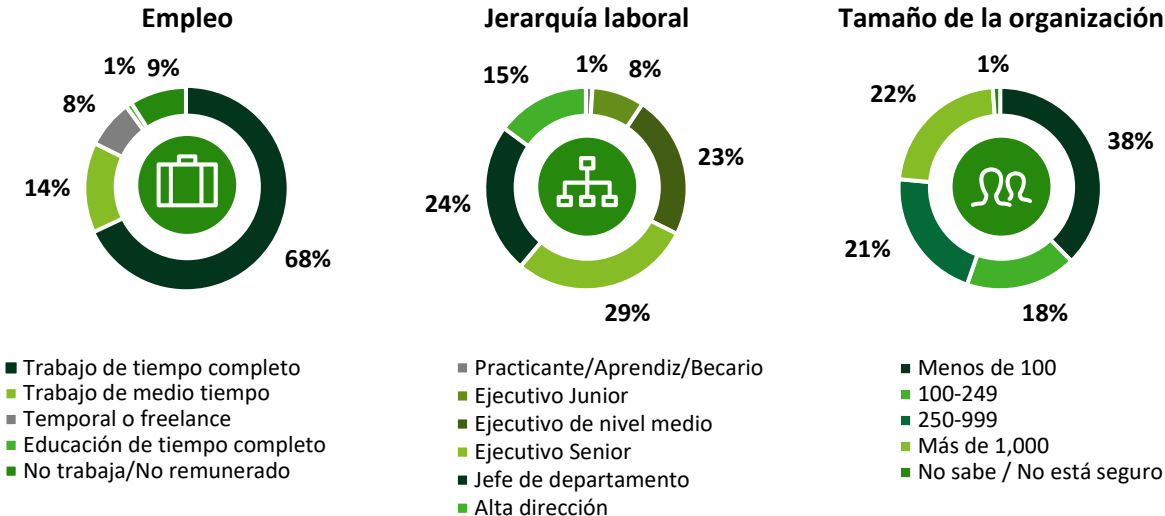
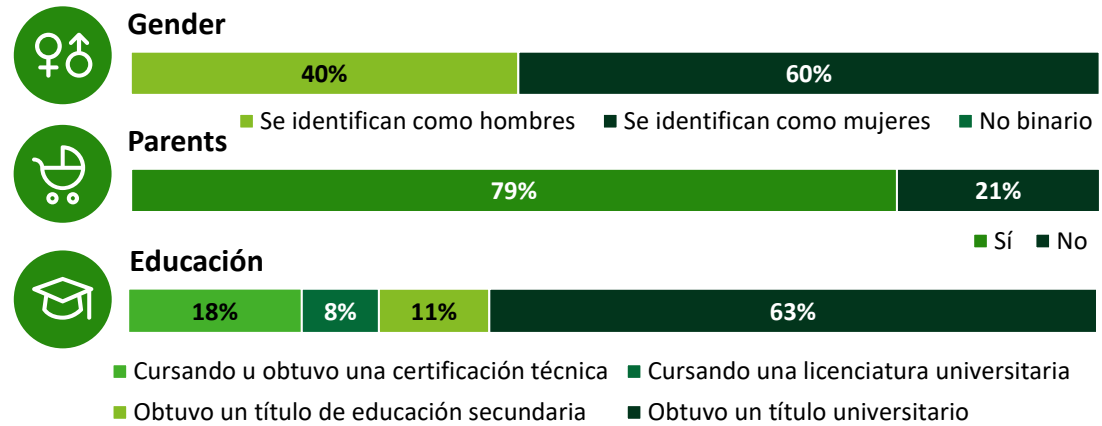
405 entrevistados en total en Colombia: 300 de la Generación Z y 105 Millennials



## PERFIL DE LA GENERACIÓN Z



## PERFIL DE LA GENERACIÓN MILLENNIAL





La realidad del “quizá más tarde”: presión financiera y decisiones pospuestas



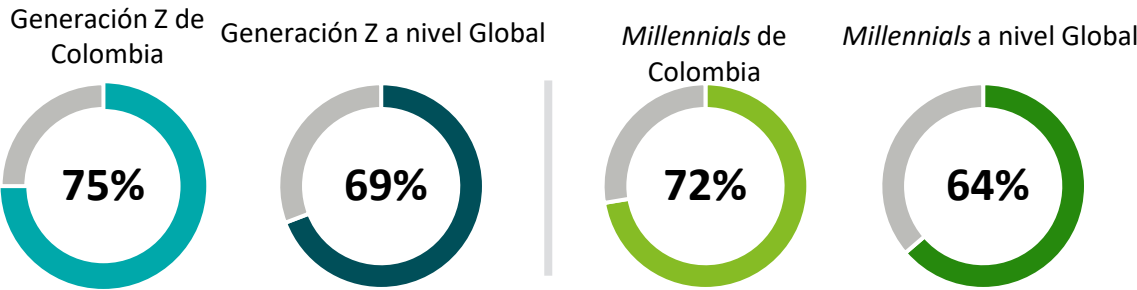
El 64% de la Generación Z y el 63% de los Millennials en Colombia afirman *que han pospuesto decisiones importantes en la vida debido a su situación financiera*

Principales preocupaciones

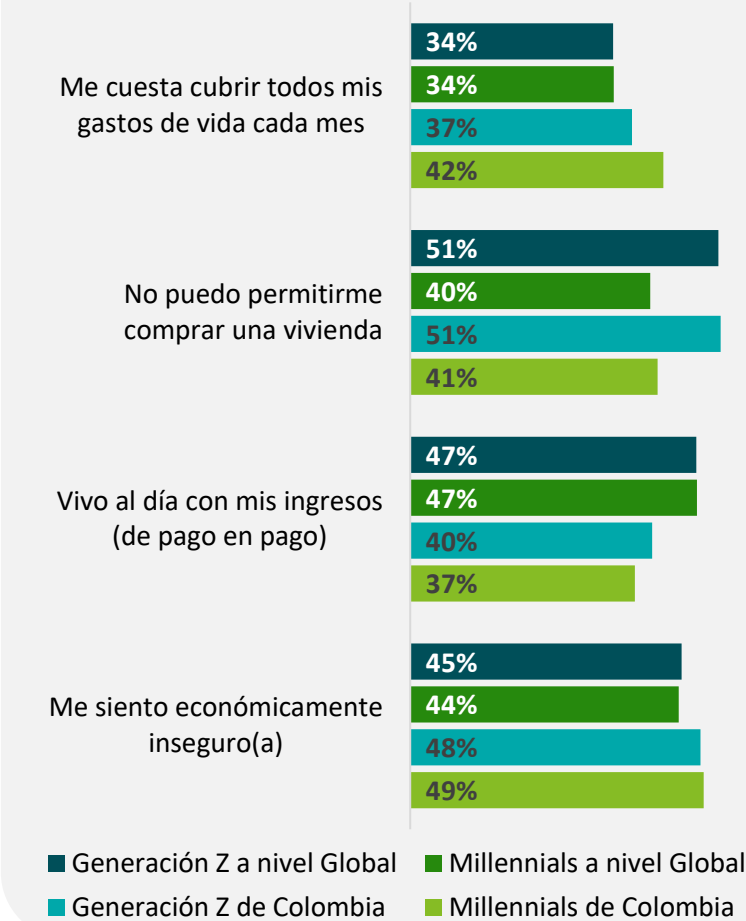
|                          | Costo de vida | Delincuencia / seguridad personal | Desempleo | Salud mental de mi generación | Crecimiento económico |
|--------------------------|---------------|-----------------------------------|-----------|-------------------------------|-----------------------|
| Generación Z de Colombia | 31%           | 29%                               | 29%       | 23%                           | 16%                   |

|                         | Costo de vida | Delincuencia / seguridad personal | Desempleo | Salud mental de mi generación | Corrupción dentro de los negocios o la política |
|-------------------------|---------------|-----------------------------------|-----------|-------------------------------|-------------------------------------------------|
| Millennials de Colombia | 40%           | 31%                               | 26%       | 23%                           | 20%                                             |

Porcentaje que afirma que la asequibilidad de la vivienda influye en sus decisiones profesionales



Estabilidad financiera





## Liderazgo replanteado



Mientras que el 90% de la Generación Z y el 81% de los Millennials en Colombia están interesados en asumir roles de liderazgo en algún momento de sus carreras, solo el 3% de la Generación Z y el 7% de los Millennials dicen que es su principal objetivo profesional

|                          | Objetivo profesional principal                                  |                                        |                                                                 |                                       |                                       |
|--------------------------|-----------------------------------------------------------------|----------------------------------------|-----------------------------------------------------------------|---------------------------------------|---------------------------------------|
|                          | Mantener un buen equilibrio entre el trabajo y la vida personal | Lograr estabilidad y seguridad laboral | Lograr la independencia financiera                              | Aprendizaje y desarrollo continuos    | Convertirme en un experto en mi campo |
| Generación Z de Colombia | 23%                                                             | 21%                                    | 17%                                                             | 14%                                   | 9%                                    |
| Millennials de Colombia  | Lograr la independencia financiera                              | Lograr estabilidad y seguridad laboral | Mantener un buen equilibrio entre el trabajo y la vida personal | Convertirme en un experto en mi campo | Alcanzar una posición de liderazgo    |
|                          | 30%                                                             | 23%                                    | 19%                                                             | 9%                                    | 7%                                    |



Liderazgo replanteado

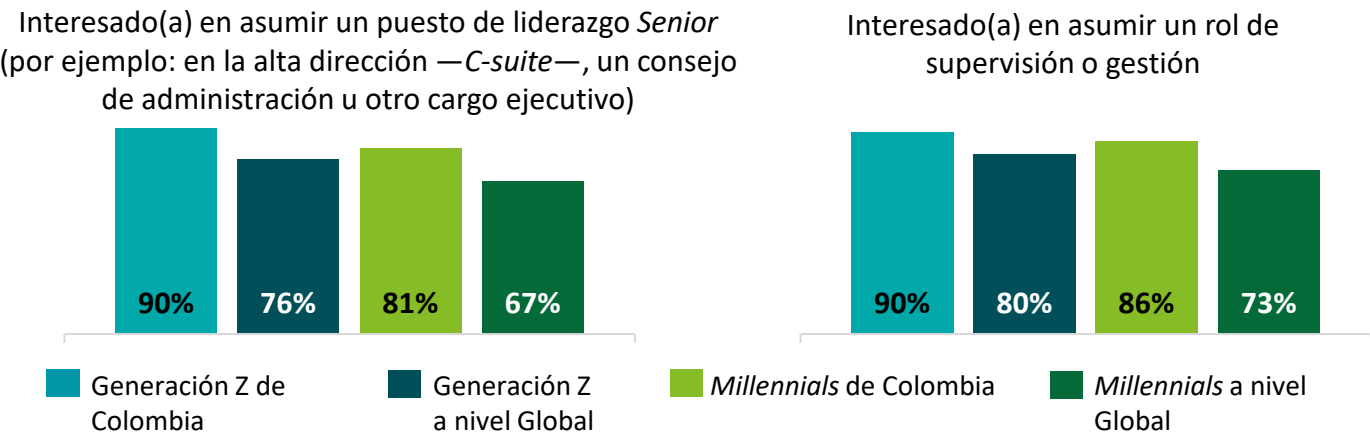


El 45% de los miembros de la Generación Z y el 61% de los Millennials a nivel global, y el 43% de la Generación Z y el 61% de los Millennials en Colombia, *gestionan o supervisan equipos o son ejecutivos que lideran organizaciones*

Cómo los encuestados piensan sobre su trayectoria profesional  
(porcentaje que selecciona cada opción)

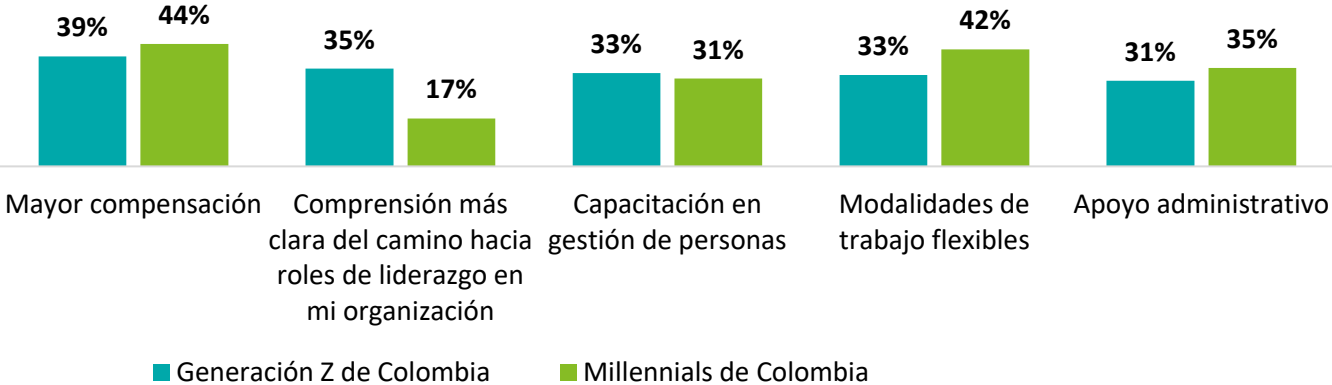


Porcentaje de encuestados que consideran que están interesados en asumir roles de liderazgo



Los cinco principales factores que incrementarían el interés en roles de liderazgo

\*pregunta realizada a la Generación Z y a los Millennials en Colombia que indican no estar interesados en asumir un rol de liderazgo





# Aprendizaje continuo y adaptabilidad como estrategia profesional



## Habilidades actuales y futuras

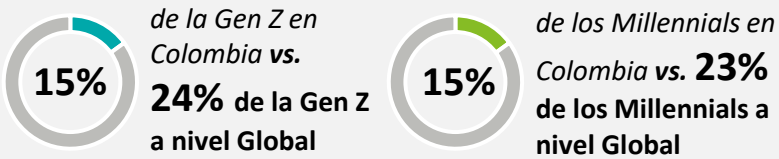
Porcentaje que califica sus habilidades como avanzadas en estas áreas (top 5)

|                          | Ética de trabajo | Colaboración / Trabajo en equipo | Empatía/ Inteligencia emocional | Adaptabilidad | Creatividad |
|--------------------------|------------------|----------------------------------|---------------------------------|---------------|-------------|
| Generación Z de Colombia | 62%              | 57%                              | 54%                             | 53%           | 48%         |
| Millennials de Colombia  | 70%              | 63%                              | 56%                             | 54%           | 50%         |

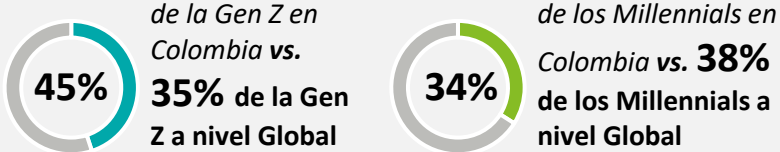
Porcentaje interesado en desarrollar aún más esta habilidad (top 5)

|                          | Hablar en público | Creatividad | IA / Fluidez en el uso de herramientas de automatización | Habilidades de comunicación | Gestión de proyectos |
|--------------------------|-------------------|-------------|----------------------------------------------------------|-----------------------------|----------------------|
| Generación Z de Colombia | 54%               | 48%         | 45%                                                      | 44%                         | 43%                  |
| Millennials de Colombia  | 52%               | 49%         | 47%                                                      | 45%                         | 44%                  |

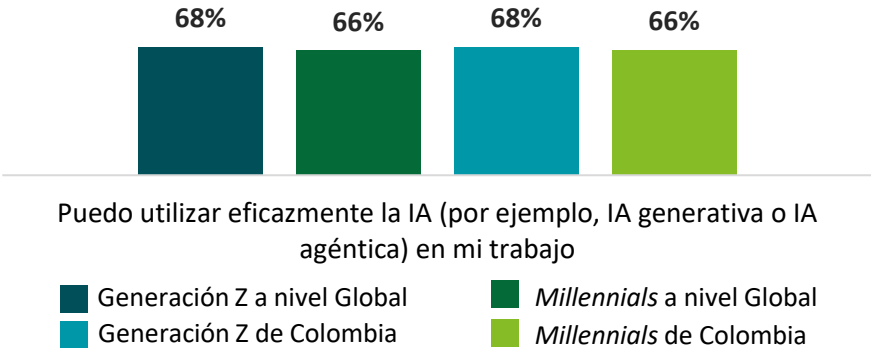
## Porcentaje de encuestados que indica haber completado capacitación en IA



Porcentaje de encuestados que indica que continúa buscando nuevas oportunidades de capacitación en IA a medida que la tecnología evoluciona



## Porcentaje de encuestados que se sienten confiados o muy confiados en poder utilizar la IA en sus funciones laborales





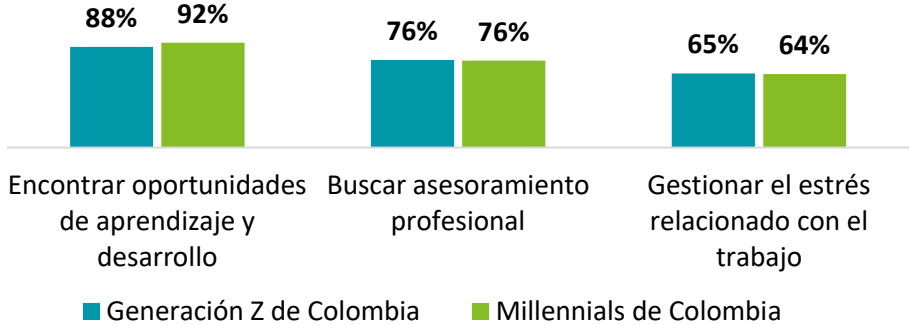
# IA, adaptabilidad y la brecha de preparación



El 81% de los miembros de la Generación Z y el 81% de los Millennials en Colombia *utilizan la IA en su trabajo diario*

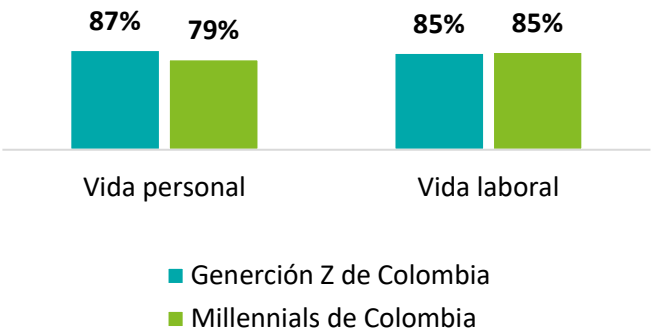
## Cómo los encuestados utilizan la IA para su crecimiento y bienestar

Porcentaje que indica estar de acuerdo o totalmente de acuerdo



## Quienes indican que la IA impacta positivamente su...

Porcentaje que indica que es muy o algo positivo

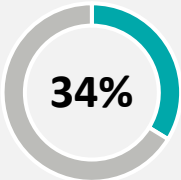


## Las cinco principales barreras para el uso de la IA en el trabajo

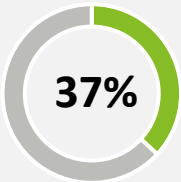
Porcentaje que selecciona cada opción

|                          | Los requisitos de cumplimiento limitan el uso | Falta de conocimiento y experiencia | Las herramientas de IA disponibles carecen de capacidades creativas | Falta de oportunidades de capacitación efectivas | Las herramientas de IA no abordan las necesidades específicas de mi rol |
|--------------------------|-----------------------------------------------|-------------------------------------|---------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------|
| Generación Z de Colombia | 28%                                           | 27%                                 | 23%                                                                 | 19%                                              | 18%                                                                     |
| Millennials de Colombia  | 40%                                           | 27%                                 | 22%                                                                 | 18%                                              | 18%                                                                     |

Porcentaje de encuestados que considera que las herramientas de IA proporcionadas por su empleador son en su mayoría o completamente suficientes



de la Gen Z en Colombia vs. **38%** de la Gen Z a nivel Global



de los Millennials en Colombia vs. **40%** de los Millennials a nivel Global



Bienestar como infraestructura



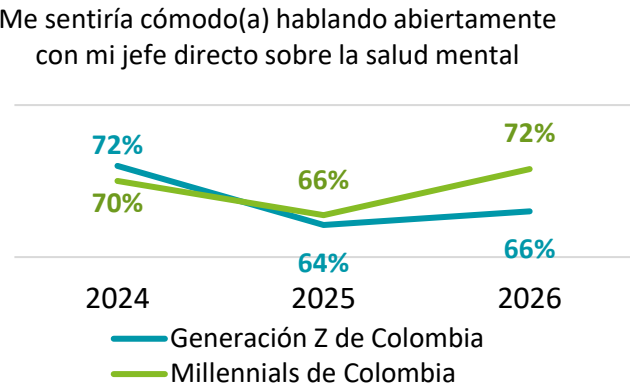
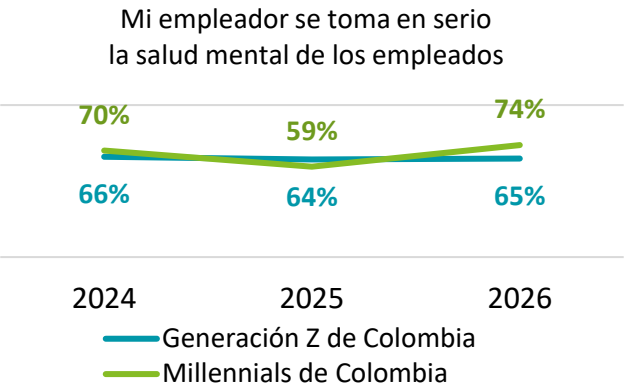
El 30% de los miembros de la Generación Z y el 18% de los Millennials en Colombia dicen *que se sienten estresados todo o la mayor parte del tiempo*

Los cinco principales factores que contribuyen en gran medida a la ansiedad/estrés en Colombia

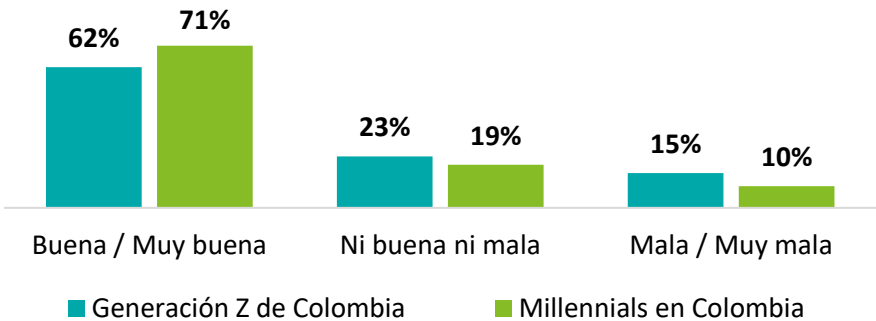
*\*pregunta realizada únicamente a quienes se sienten ansiosos o estresados*

|                          | Mi situación financiera a largo plazo | La salud / el bienestar de mi familia | Mis finanzas diarias  | Mi seguridad personal | Mi salud física |
|--------------------------|---------------------------------------|---------------------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------|
| Generación Z de Colombia | 55%                                   | 49%                                   | 46%                   | 43%                   | 41%             |
|                          | La salud / el bienestar de mi familia | Mi situación financiera a largo plazo | Mi seguridad personal | Mis finanzas diarias  | Mi trabajo      |
| Millennials de Colombia  | 47%                                   | 41%                                   | 39%                   | 37%                   | 32%             |

Porcentaje que está de acuerdo o totalmente de acuerdo con las siguientes afirmaciones sobre la salud mental en el lugar de trabajo

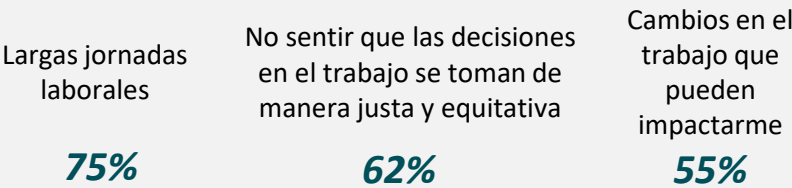


Cómo los encuestados califican su bienestar mental general

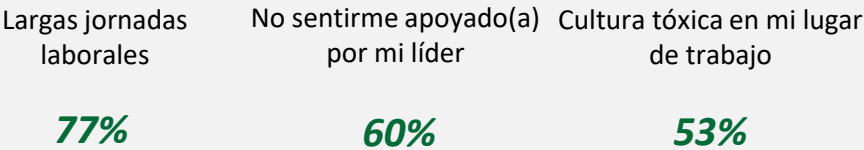


Los tres principales aspectos del trabajo que contribuyen al estrés/ansiedad

Generación Z de Colombia



Millennials de Colombia



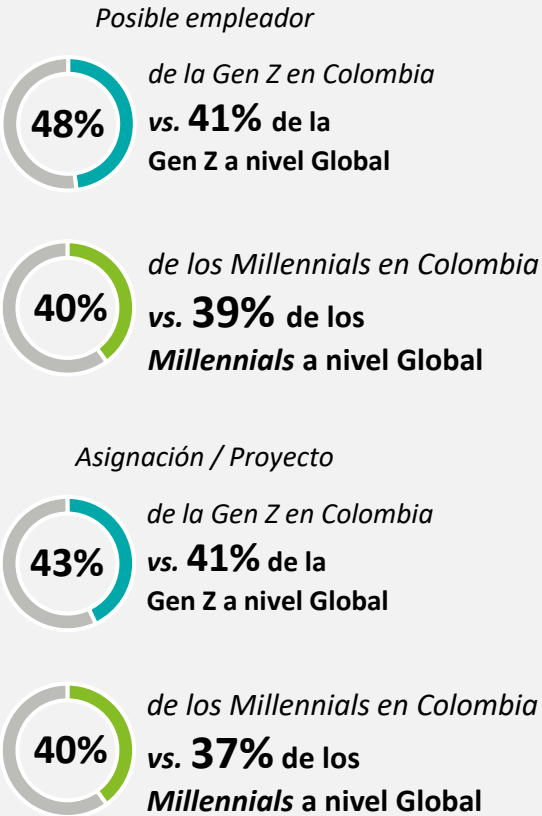


# El lugar de trabajo ideal: donde el propósito y la conexión convergen

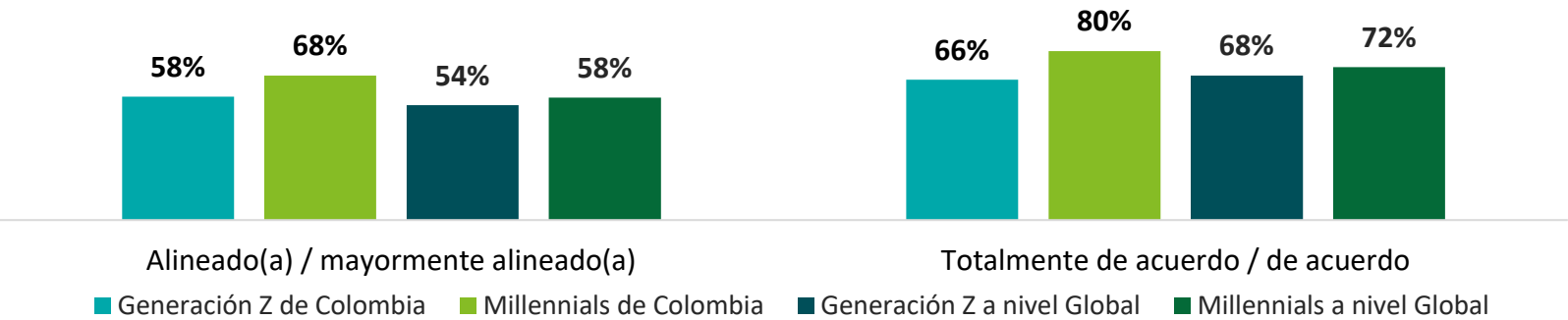


El 98% de los miembros de la Generación Z y el 97% de los Millennials en Colombia dicen *que tener un sentido de propósito es importante para su satisfacción laboral*

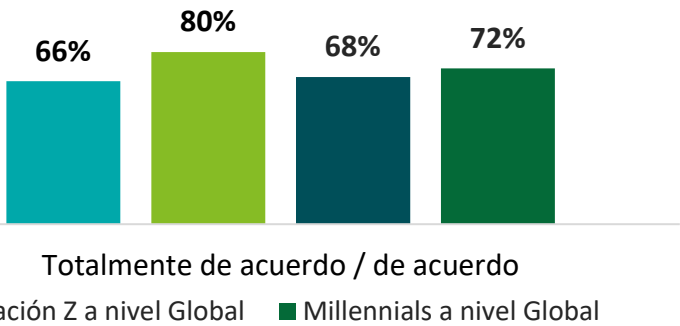
Porcentaje de encuestados que rechazó una asignación o un posible empleador debido a sus creencias personales



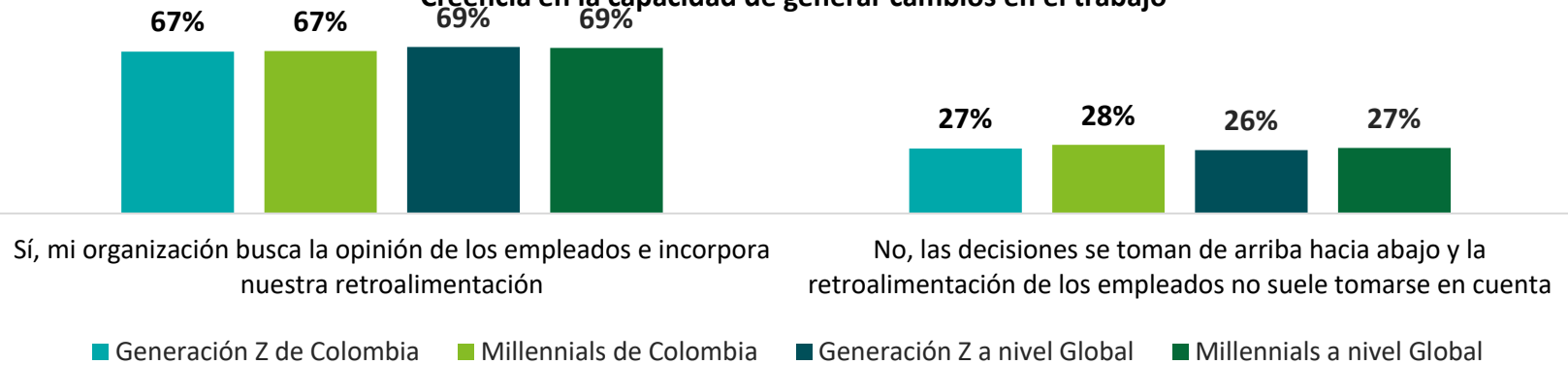
Porcentaje que indica que su trabajo actual está alineado con sus creencias/valores



Porcentaje que indica que su trabajo actual le permite hacer una contribución significativa a la sociedad



Creencia en la capacidad de generar cambios en el trabajo

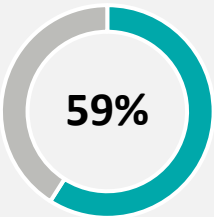




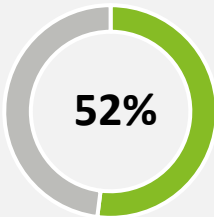
# Conexión en el lugar de trabajo: relaciones y gestión



Porcentaje de encuestados en Colombia que indica tener **colegas de trabajo** a quienes considera **amigos personales**



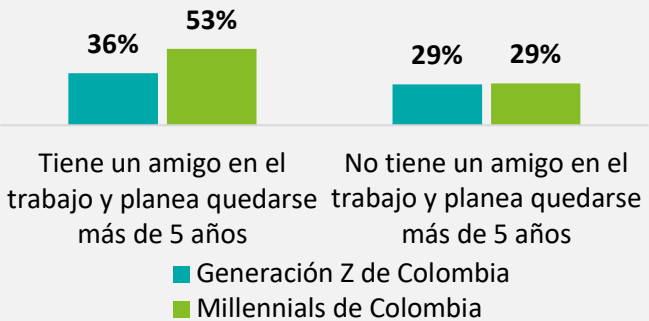
Generación Z de Colombia



Millennials de Colombia

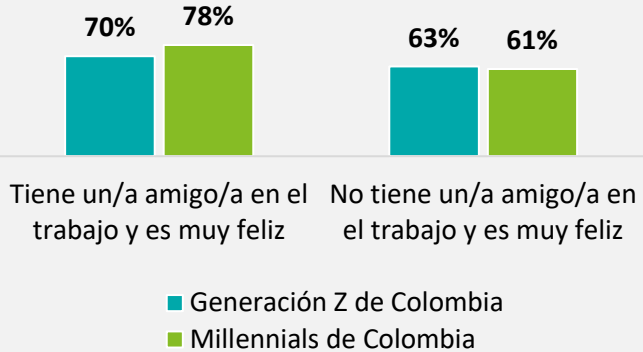
## Cómo se relacionan las amistades laborales con la permanencia laboral prevista

Porcentaje que planea permanecer más de 5 años



## Cómo se correlacionan las amistades laborales con la felicidad

Porcentaje que indica estar muy satisfecho(a) con su vida



## Compromiso con los compañeros de trabajo (porcentaje que selecciona cada opción)





El futuro para el que se están preparando



El 54% de los miembros de la Generación Z y el 73% de los Millennials en Colombia dicen *que su equipo podría mantener el desempeño si un experto clave se fuera*

Los cinco principales desafíos relacionados con la transferencia eficaz de conocimientos *(porcentaje que selecciona cada opción)*

|                          | Preocupaciones sobre la confidencialidad   | Falta de incentivos o reconocimiento | La alta rotación interrumpe la continuidad | Falta de tiempo/priorización          | El trabajo remoto/híbrido dificulta el aprendizaje |
|--------------------------|--------------------------------------------|--------------------------------------|--------------------------------------------|---------------------------------------|----------------------------------------------------|
| Generación Z de Colombia | 33%                                        | 31%                                  | 30%                                        | 28%                                   | 24%                                                |
|                          | La alta rotación interrumpe la continuidad | Falta de incentivos o reconocimiento | Preocupaciones sobre la confidencialidad   | Dependencia excesiva de la tecnología | Falta de tiempo / priorización                     |
| Millennials de Colombia  | 38%                                        | 33%                                  | 28%                                        | 26%                                   | 25%                                                |



Deloitte se refiere a una o más entidades de Deloitte Touche Tohmatsu Limited (“DTTL”), su red global de firmas miembro y sus sociedades afiliadas a una firma miembro (en adelante “Entidades Relacionadas”) (colectivamente, la “organización Deloitte”). DTTL (también denominada como “Deloitte Global”) así como cada una de sus firmas miembro y sus Entidades Relacionadas son entidades legalmente separadas e independientes, que no pueden obligarse ni vincularse entre sí con respecto a terceros. DTTL y cada firma miembro de DTTL y su Entidad Relacionada es responsable únicamente de sus propios actos y omisiones, y no de los de las demás. DTTL no provee servicios a clientes. Consulte [www.deloitte.com/about](http://www.deloitte.com/about) para obtener más información.

Deloitte ofrece servicios profesionales líderes a casi el 90% de las empresas de la lista Fortune Global 500® y a miles de empresas privadas. Nuestra gente ofrece resultados medibles y duraderos que ayudan a reforzar la confianza del público en los mercados de capitales y permiten que los clientes se transformen y prosperen. Sobre la base de sus 180 años de historia, Deloitte abarca más de 150 países y territorios. Descubra cómo las aproximadamente 470,000 personas de Deloitte en todo el mundo tienen un impacto importante en [www.deloitte.com](http://www.deloitte.com).

Tal y como se usa en este documento, “Deloitte S-LATAM, S.C.” es la firma miembro de Deloitte y comprende cuatro Marketplaces: México, Centroamérica, Cono Sur y Región Andina. Involucra varias entidades legalmente separadas e independientes, las cuales tienen el derecho legal exclusivo de involucrarse en, y limitan sus negocios a, la prestación de servicios de auditoría, consultoría, consultoría fiscal, asesoría legal, en riesgos y financiera y otros servicios profesionales bajo el nombre de “Deloitte”. “Deloitte S-LATAM, S.C.” no presta servicios a clientes. Consulte <http://www.deloitte.com/conozcanos> para obtener más información.

Esta comunicación contiene únicamente información general, y ninguna de las empresas miembro de Deloitte Touche Tohmatsu Limited (DTTL), su red global de firmas miembro o sus entidades relacionadas (colectivamente, la "organización Deloitte") está, por medio de esta comunicación, prestando asesoramiento o servicios profesionales. Antes de tomar cualquier decisión o realizar cualquier acción que pueda afectar sus finanzas o su negocio, debe consultar a un asesor profesional calificado.

No se dan declaraciones, garantías o compromisos (expresos o implícitos) en cuanto a la exactitud o integridad de la información en esta comunicación, y ni DTTL, ni sus firmas miembro, entidades relacionadas, empleados o agentes será responsable de ninguna pérdida o daño que surja directa o indirectamente en relación con cualquier persona que confíe en esta comunicación. DTTL y cada una de sus empresas miembro, y sus entidades relacionadas, son entidades jurídicamente separadas e independientes.

© 2026 Deloitte S-Latam, S.C. (Versión en español)

© 2026. Para más información, contáctenos Deloitte Touche Tohmatsu Limited.