

[DÍA DEL PRACTICANTE 2025]

Más de 700 empresas celebraron el Día del Practicante **en Chile y Latinoamérica**



La octava edición del "Día del Practicante" es una iniciativa creada por FirstJob en el año 2018, quienes idearon esta celebración como una jornada donde se invita a las compañías a reconocer el rol que juegan los estudiantes y nuevos talentos en la innovación y cultura empresarial, para impulsar la competitividad y el liderazgo joven.

Esto es muy relevante para la mayoría de las empresas según el estudio Employers for Youth, ya que uno de cada cinco estudiantes (el 21%) es contratado en la empresa donde llevó a cabo su práctica, siendo su primer acceso a un trabajo estable y una oportunidad para encontrar talento en las empresas.

Son más de 90 mil los estudiantes de educación universitaria que se encuentran realizando su práctica en Chile, "La práctica profesional representa, para muchos, el primer contacto real con el mundo del trabajo. En FirstJob, estamos comprometidos con crear oportunidades que motiven e inspiren a la próxima generación de talentos, asegurándonos de que

su primer paso sea memorable y significativo", señala Mario Mora, CEO y fundador de FirstJob.

En Chile, algunas de las empresas que participan en esta iniciativa como sponsors son AB InBev, Achs, Bci, Bice, CCU, Cencosud, Codelco, Coca-Cola Andina, Entel, Ideal, Itaú, L'Oréal, Nestlé, P&G, Santander, Schneider Electric, Soprole, Cencosud y Walmart, entre otras 700 organizaciones.

"Dar una buena experiencia de práctica ya no es un esperable, es un mínimo. Las nuevas generaciones buscan empresas que se alineen con su propósito. Por eso, mostrar desde el día a día cómo sería su experiencia es algo que todas las empresas deben buscar", afirma

Constanza Martínez, Chief Product Officer de FirstJob.

TikTok: La herramienta más importante para atraer a la generación Z

Desde 2020, FirstJob ha desarrollado una estrategia de posicionamiento en la red social TikTok para potenciar la marca empleadora de sus clientes. Con foco en videos orgánicos, la empresa ya cuenta con videos que superan los 4 millones de reproducciones y más de 200.000 seguidores.

TikTok se ha consolidado como una plataforma esencial para atraer a la Generación Z en Chile y Latinoamérica, redefiniendo la manera en que los jóvenes consumen y crean contenido digital. "TikTok es una gran oportunidad para transmitir la cultura y ambiente laboral de la empresa", comenta Mario Mora, CEO & Founder de FirstJob. "A diferencia de LinkedIn, TikTok permite conocer de manera más auténtica lo que pasa en una organización".

Penetración y Uso en Chile

En Chile, TikTok cuenta con más de 8 millones de usuarios, lo que representa una parte significativa de la población conectada. Un estudio realizado por la agencia Jelly reveló que el 76% de los usuarios chilenos dedica entre 30 minutos y 2 horas diarias a la aplicación. A medida que la plataforma continúa evolucionando, es probable que su influencia en la cultura juvenil y en las dinámicas sociales de la región se profundice aún más.

