

El reto de integrar a los Millennials a la vida laboral (El Financiero 11/09/14)

El reto de integrar a los Millennials a la vida laboral (El Financiero 11/09/14) Angélica Hernández ahernandez@elfinanciero.com.mx Jueves, 11 de septiembre de 2014 Para retenerlos es necesario flexibilidad de horario, trabajo en equipo y dinamismo. La generación de los Millennials cada vez está más inserta en el mundo laboral y por tanto, las empresas deben empezar a cambiar las estructuras de sus organizaciones y aprovechar las ventajas de esta generación como: creatividad, adaptabilidad, dominio de las nuevas tecnologías, entre otras. Pero al mismo tiempo esta generación demanda condiciones de trabajo diferentes como flexibilidad de horario, trabajo en equipo y dinamismo constante, condiciones que deben tener en cuenta las organizaciones para poder generar relaciones laborales de largo plazo. "Están dispuestos a trabajar bajo un nuevo esquema que permiten las nuevas tecnologías, que es el hecho de que no importa donde estén, si están físicamente o no en la oficina pero que sí están dispuestos y demandan tener una forma de trabajo mucho más libre que les permita trabajar a distancia siempre estando conectados a sus dispositivos móviles", afirmó Ana Estrada, directora de Brújula Interior. En este sentido, dijo que ésta generación funciona bien con el coaching, "con la condición de que no sean regulados en su vestimenta, en su tiempo y lugar de trabajo, es decir que puedan trabajar a distancia". Actualmente los Millennials representan aproximadamente una cuarta parte de la población en México y de acuerdo al Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), en 2013, el 15 por ciento de todas las contrataciones realizadas correspondieron a esta generación y a mediano plazo se estima que esta cifra aumentará hasta en un 25 por ciento. Esta generación nacida entre 1982 y 2002, trae consigo ideas y perspectivas frescas que les permiten innovar en el mundo laboral, aunque también traen un chip diferente en la concepción de las organizaciones pues sus valores, objetivos y prioridades distan de las actuales generaciones a cargo de las empresas y es ahí justamente donde está el reto. "Buscan ser incluidos en la toma de decisiones importantes y esa es la parte fundamental para retenerlos, incluirlos y que se sientan parte de la empresa, esto implica una estrategia de comunicación interna para compartir la información de la empresa con ellos", dijo Sylvain Namy, Director Ejecutivo de Page Personnel. Agregó que la dificultad que enfrentan, por lo menos el 90 por ciento de las empresas en México, fuera de las transnacionales que ya están más acostumbradas, es que el 70 por ciento de esa generación buscan un balance entre la vida profesional y personal. "Creo que la dificultad en México es que cuesta un poco más de trabajo porque hay muchas empresas familiares, y les cuesta más donde el dueño es de otra generación. Entonces, lo que deben hacer estas organizaciones es tener una comunicación abierta entre los dueños y los Millennials. Para ellos se debe romper esta jerarquización en la comunicación", dijo. Por su parte, Estrada dijo que es muy difícil confiar en un Millennial cuando solamente es demandante y no ha probado ser competente, sin embargo es importante entender que son una generación que si le das confianza y se lo demuestras puede llegar a ser muy comprometido.