

LOS EMPLEOS EN TIEMPOS DE *MILLENNIALS*

Factores laborales más valorados.



Tanto corporativos como investigadores sociales han volcado esfuerzos para estudiar el comportamiento de la llamada generación *millennial*, y sobre cómo interactúa en los sectores económicos, laborales, sociales o tecnológicos. En el plano laboral, describen a esta generación como “individualista”, que tiende a no “ponerse la camiseta”, “aburguesada”, que exige buenos salarios, horarios flexibles, trabajo desde su hogar y a no durar más de dos años en un empleo.

Sin embargo, hay quienes opinan de manera contraria y afirman que este grupo de jóvenes busca nuevas transformaciones, que enfrenta retos constantes con el afán de que se reconozca su trabajo y se **valoren otras prestaciones adicionales.**

Sobre este tema, te vamos a presentar los principales hallazgos de la **Encuesta Millennials 2018** elaborada por la consultoría **Deloitte.**

Al relacionar todas las características que hacen a esta generación única a través de la individualidad, podemos decir que los *millennials* utilizan los avances tecnológicos a su alcance (**hiperconectados**) para especializarse y conseguir un trabajo que satisfaga sus necesidades (**emprendedores**) y además, difunden sus ideas políticas y sociales; no buscan otra cosa que la **igualdad y la tolerancia.***

* BBVA Research. ¿Quiénes son los 'millennials' y por qué son una generación única? En línea.

Primero definamos a la generación *millennial*

Definir a este sector no resulta sencillo para los investigadores, pero coinciden en el hecho de que se trata de una generación muy ligada a la era de la digitalización.

Esto es derivado de haber nacido entre los años 80 y el 2000 (época *boom* del internet); su edad oscila entre los 19 y los 38 años.

BBVA Research menciona que esta línea generacional no sólo pretende conseguir títulos universitarios y un trabajo estable; muchos se convierten en emprendedores con ideas novedosas, incluso premiadas.*

Es debido a estas características que los nuevos esquemas laborales están cambiando para adaptarse a las necesidades de los *millennials*, ya que si las estadísticas no mienten, esta generación será quien ocupe los grandes puestos de trabajo en el futuro.

¿Ponerse la camiseta?


Sin lugar a dudas. El estudio señala que uno de los principales objetivos, en cuanto al sector empresarial se refiere, es lograr que sus trabajadores generen las suficientes ganancias para mantener a flote el negocio, lo cual no está mal.

Sin embargo, precisa que es necesario que dichas organizaciones entiendan que para alcanzar esa meta deben mantener un clima organizacional que propicie un sentimiento de lealtad y pertenencia entre los empleados, lo que coloquialmente se conoce como “ponerse la camiseta”.




De acuerdo con el estudio de *Deloitte*, los jóvenes mexicanos valoran los siguientes factores para permanecer en un trabajo:


Un **62%** de los jóvenes encuestados estima que una buena remuneración económica o buen sueldo representa el principal factor para quedarse en un mismo puesto de trabajo.




Las oportunidades de crecimiento y aprendizaje constante son valoradas en gran medida, ya que ocupan el segundo lugar con el **60%**




El tema de la flexibilidad en cuanto a horarios de entrada y salida, además del lugar de trabajo (el famoso *home office*) toma el tercer puesto con el **50%**



Una cultura de trabajo positiva (buen ambiente laboral, espacios cómodos y sanos) es el cuarto factor mejor puntuado con el **43%**



El **41%** consideró importantes los programas e incentivos para el bienestar (ya sean prestaciones económicas o morales; como el reconocimiento al mérito).




En la encuesta, los jóvenes también señalan que para que las empresas puedan generar un impacto positivo en la sociedad deberían tener las siguientes metas:


Un **45%** propuso aumentar la calidad de vida de sus empleados.




43% se inclinó porque las empresas aporten valores a la sociedad (educación, información, además de promover salud y bienestar).



Mejorar y proteger el medio ambiente, **42%**



Generar empleos, **38%**



Innovar: desarrollar nuevos productos y servicios, **38%**



Con los resultados presentados por *Deloitte*, se puede inferir que ya no sólo se trata de la búsqueda de un trabajo o por cuestiones monetarias o remuneraciones económicas, los intereses de los jóvenes *millennials* van mucho más allá.

De acuerdo con el estudio: Cultura financiera de los jóvenes en México, poner un **negocio** es una de las tres principales metas económicas de los jóvenes *millennials*, **comprar una casa** y **concluir sus estudios** son las otras dos.