

Ecoaula Opinión



■ Por FELIPE YNZENGA ARANDA

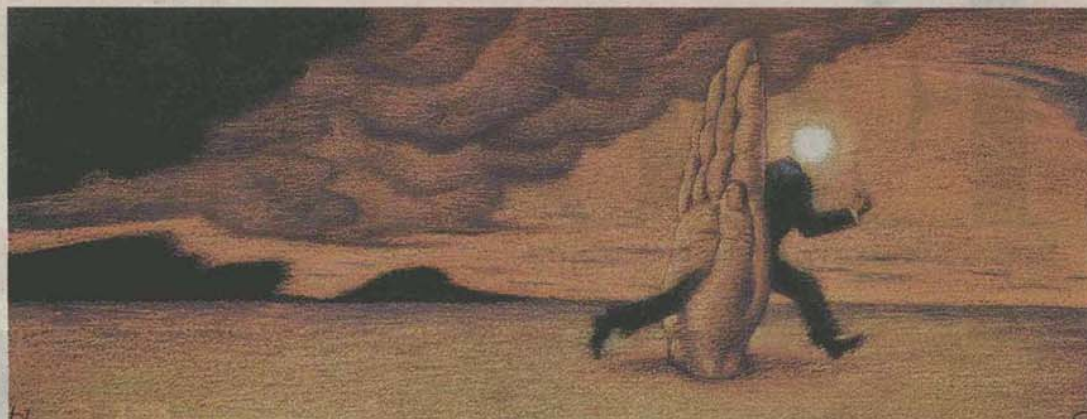
¿Cómo motivar a las nuevas generaciones?

L

os adolescentes de hoy serán los profesionales que van a dirigir las empresas y los equipos de mañana. Acuden a las universidades y las escuelas de negocios para desarrollar su carrera. Lo que les diferencia de generaciones anteriores es su forma de entender las redes sociales. Internet es su espacio, donde comparten y se enriquecen: Facebook, Twitter, My Space, *blogs*, *chats*, buscadores y un largo etcétera. Destacan por ser activos, comunicadores y colaboradores, no les da miedo el cambio, y su motivación es estar a la última. Para ellos, no es atractivo guardar en un cajón información que puede ser útil para otros, es más enriquecedor compartirla.

Las nuevas tecnologías permiten obtener información *just in time*, aquí y ahora. La generación Y está demostrando tener una visión distinta sobre las relaciones sociales y las formas de aprendizaje. Pero, ¡cuidado!, Internet es un cajón de sastre. En virtud de sus habilidades, debemos educar su espíritu crítico y su capacidad de contrastar y manejar la información de manera responsable y eficiente.

En el contexto empresarial entran en juego nuevos valores relacionados con la comunicación, la colaboración, la creatividad y la responsabilidad. Un nuevo paradigma se encuentra ante



CORBIS

nosotros. La influencia de las nuevas generaciones obliga a las empresas a crear una cultura innovadora sostenible. El nuevo talento buscará *empresas-proyecto* donde desarrollarse, entornos de colaboración que fomenten la creatividad, ofrezcan nuevos retos, rapidez, flexibilidad en la toma de decisiones y autonomía. En definitiva, un estilo de liderazgo cercano y desarrollador.

El directivo deberá ser un facilitador de oportunidades y transparente en su gestión para que cada una de las personas que integran los equipos sepa qué y cuánto están aportando a la organización. El nuevo talento tiene claro que no quiere trabajar para jefes *tiranos* o jefes *paternalistas* que limiten su desarrollo. No dudarán en plantearse un cambio, de modo que si la empresa no se ha preocupado por entender sus necesidades, se marcharán en busca de un nuevo proyecto.

Te adaptas o estás fuera de juego. Hoy el reto de las empresas está en

invertir para adaptarse a los nuevos tiempos. Diseñar estructuras flexibles, jerárquicamente más planas, que fomenten una cultura de colaboración real y un ambiente creativo desarrollador.

Pensemos en un proyecto de ingeniería de grandes dimensiones, por ejemplo, la construcción de una central petrolera en mitad del océano. Empresas con actividades diferentes colaboran entre sí temporalmente. Unidas por un mismo propósito, se separan una vez alcanzado. A medio plazo ocurrirá lo mismo en las estructuras internas de las organizaciones, diferentes personas con perfiles y conocimientos diversos se unirán voluntariamente, movidos por su motivación personal. Una vez alcanzados los objetivos del proyecto, se separarán. La diversidad, el intercambio de experiencias, modos de pensar y diferentes perspectivas de ver la realidad enriquece a las personas, a los equipos y por supuesto a los resultados.

INTERNET ES SU ESPACIO, DONDE COMPARTEN Y SE ENRIQUECEN

DEBEMOS APRENDER A EDUCAR SU ESPÍRITU CRÍTICO

Las empresas no son las que innovan, son las personas las que en un entorno adecuado, generan valor en las organizaciones. No hablamos de empleados que desempeñan funciones y responsabilidades concretas, sino de *emprendedores-clientes*, que demandan dinamismo, cooperación, interdependencia, nuevos retos que les entusiasmen y les permitan crecer como profesionales.

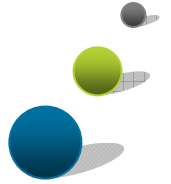
La guerra del talento es y continuará siendo una tarea compleja. Por esta razón, deberá ser una prioridad estratégica de la dirección. El *cliente interno* del mañana no tendrá las mismas necesidades que los profesionales de hoy, esto implica un cambio de estrategia en los procesos de captación y retención. Ahora los esfuerzos se enfocan en crear un entorno favorable y atractivo para atraer el talento de las nuevas generaciones.

© Felipe Ynzenga Aranda es Director Adjunto de INFOVA

El becario Precario

■ POR CHECA & CARMONA





Artículo de opinión

**Artículo publicado el 02 de diciembre de 2009 – El Economista
Diciembre 2009**

Autor: Felipe Ynzenga Aranda. Director Adjunto INFOVA

¿Cómo motivar a las nuevas generaciones?

Los adolescentes de hoy serán los profesionales que van a dirigir las empresas y los equipos de mañana. Acuden a las universidades y las escuelas de negocios para desarrollar su carrera profesional. Lo que les diferencia de generaciones anteriores, es su forma de entender las redes sociales. Internet es su espacio, donde comparten y se enriquecen: Facebook, Twitter, My Space, Blogs, chats, buscadores y un largo etcétera. Destacan por ser activos, comunicadores y colaboradores, no les da miedo el cambio, y su motivación es estar a la última. Para ellos, no es atractivo guardar en un cajón información que puede ser útil para otros, es más enriquecedor compartirla.

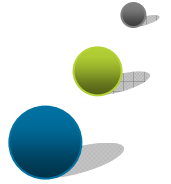
Las nuevas tecnologías permiten obtener información “just in time”, aquí y ahora. La generación “Y” está demostrando tener una visión distinta sobre las relaciones sociales y las formas de aprendizaje. Pero ¡cuidado!, Internet es un cajón de sastre. En virtud de sus habilidades, debemos educar su espíritu crítico y su capacidad de contrastar y manejar la información de manera responsable y eficiente.

En el contexto empresarial entran en juego nuevos valores relacionados con la comunicación, la colaboración, la creatividad y la responsabilidad. Un nuevo paradigma se encuentra ante nosotros. La influencia de las nuevas generaciones obliga a las empresas a crear una cultura innovadora sostenible. El nuevo talento buscará “empresas-proyecto” donde desarrollarse, entornos de colaboración que fomenten la creatividad, ofrezcan nuevos retos, rapidez, flexibilidad en la toma de decisiones y autonomía. En definitiva, un estilo de liderazgo cercano y desarrollador.

El directivo deberá ser un facilitador de oportunidades y transparente en su gestión para que cada una de las personas que integran los equipos, sepa qué y cuánto están aportando a la organización. El nuevo talento tiene claro que no quiere trabajar para jefes “tiranos” o jefes “paternalistas” que limiten su desarrollo. No dudarán en plantearse un cambio, de modo que si la empresa no se ha preocupado por entender sus necesidades, se marcharán en busca de un nuevo proyecto.

Te adaptas o estás fuera de juego. Hoy el reto de las empresas está en invertir para adaptarse a los nuevos tiempos. Diseñar estructuras flexibles, jerárquicamente más planas, que fomenten una cultura de colaboración real y un ambiente creativo desarrollador.

Pensemos en un proyecto de ingeniería de grandes dimensiones, por ejemplo la construcción de una central petrolera en mitad del océano. Empresas con actividades diferentes colaboran entre sí temporalmente. Unidas por un mismo propósito, se separan una vez alcanzado. A medio plazo ocurrirá lo mismo en las estructuras internas de las organizaciones, diferentes personas con perfiles y conocimientos diversos se unirán voluntariamente, movidos por su motivación personal. Una vez alcanzados los objetivos del proyecto, se separarán. La diversidad, el intercambio de experiencias, modos de pensar y diferentes perspectivas de ver la realidad enriquece a las personas, a los equipos y por supuesto a los resultados.



Las empresas no son las que innovan, son las personas las que en un entorno adecuado, generan valor en las organizaciones. No hablamos de empleados que desempeñan funciones y responsabilidades concretas, sino de “emprendedores - clientes”, que demandan dinamismo, cooperación, interdependencia, nuevos retos que les entusiasmen y les permitan crecer como profesionales.

La guerra del talento es y continuará siendo una tarea compleja. Por esta razón, deberá ser una prioridad estratégica de la dirección. El “cliente interno” del mañana no tendrá las mismas necesidades que los profesionales de hoy, esto implica un cambio de estrategia en los procesos de captación y retención. Ahora los esfuerzos se enfocan en crear un entorno favorable y atractivo para atraer el talento de las nuevas generaciones.