'Millennials': el reto de integrar a la quinta del videojuego

Probablemente seas o trabajes con algún *millennial*, que incluso podría ser tu jefe. La quinta del videojuego ya ha desembarcado en el ámbito de la empresa. Y trae cambios debajo del brazo, como advierte Guido Stein en el libro *Líderes y millennials*.



15 de febrero de 2018

Ya representan el 32% de la población mundial y se prevé que en 2025 supondrán el 75% de la fuerza laboral global. Los ***millennials*** ya han empezado a tomar posiciones en las organizaciones. Y muchas de ellas, sobre todo las más avanzadas, están adaptando su cultura corporativa a la idiosincrasia de esta generación, con el propósito de atraer y retener a lo más granado de esta importantísima bolsa de talento.

©IESE Business School

¿Cómo son? ¿Qué les atrae y qué les desmotiva? ¿Cuáles son sus expectativas profesionales? ¿Dónde y cómo tienen previsto realizarlas? ¿Cómo se relacionan con los miembros de otras generaciones? ¿Qué pueden aportar a las organizaciones?

El profesor del IESE **Guido Stein** lleva años formulándose esas y otras preguntas. Y ahora ha recopilado los hallazgos de diversas investigaciones en *Líderes y millennials: un meeting point de generaciones*.

Se trata de un libro que, según él mismo confiesa, ha escrito por la necesidad de entender mejor a sus propios hijos, a sus alumnos y a un número creciente de los empresarios y directivos con los que colabora.

Teoría, práctica y reflexión

La obra está dividida en tres grandes bloques. La primera parte, esencialmente descriptiva, aborda los rasgos generacionales comunes y, en especial, la influencia de la tecnología en sus relaciones personales, sociales y empresariales. Este primer bloque se complementa con una serie de reflexiones acerca de cómo dirigir a los *millennials*, qué tipo de dirección demandan o incluso qué prácticas adoptar para hacer más atractiva la organización a los ojos de esta nueva remesa de profesionales (más información en el artículo "**Cinco prácticas que atraerán a los millennials**").

La segunda parte despliega tres casos reales, basados en las experiencias de **Microsoft**, **Salesforce.com** en Europa y otra empresa. En ellos, se observa la convergencia de las distintas generaciones en las empresas y las decisiones que convendría adoptar para que ese "*meeting point* de generaciones" al que se refiere el autor en el título del libro deje de ser una amenaza y se convierta en una oportunidad.

En la tercera parte, el profesor Stein concluye, a modo de epílogo, con una visión muy personal sobre la importancia de educar la **inteligencia** y el **carácter**.

La inteligencia es fundamental porque la tecnología nos proporciona unos medios fantásticos, pero que no pueden constituir un fin en sí mismos, ya que "su mera instalación o empleo no aumenta el conocimiento o la felicidad", advierte Stein.

En cuanto a la necesidad de educar el carácter, el autor señala que es lo que nos dará "la capacidad de aguantar ante las adversidades que presenta la vida a todo el mundo". Un mensaje válido para cualquier generación, pero especialmente dirigido a los *millennials*, muy

©IESE Business School

diestros con la tecnología al ser los primeros nativos digitales y que no se distinguen precisamente "por su capacidad sostenida de aguantar lo que no les gusta", apunta Stein.

A partir de todos los materiales analizados, el autor realiza una completa radiografía de los *millennials* en el entorno laboral, al tiempo que ofrece un buen número de claves para aquellas organizaciones que deseen mejorar su encaje y extraerles todo el potencial.

Sobre la investigación

El libro se apoya en las investigaciones previas de Guido Stein, incluyendo los resultados de una encuesta a 22.000 directivos y otra a centenares de universitarios y participantes en el programa Executive MBA del IESE, así como a algunos de sus superiores.

www.iese.edu/es/insight

©IESE Business School