

Título ¿Están preparadas las empresas para la generación Z?

Tipo de Producto Parte de Prensa

Autores Maioli, Esteban Patricio Ezequiel

Código del Proyecto y Título del Proyecto

P17S08 - Fuerza de trabajo multi-generacional y estructuras organizacionales. Tensiones y conflictos emergentes de la gestión administrativa y de recursos humanos (AMBA, 2017)

Responsable del Proyecto

Maioli, Esteban Patricio Ezequiel

Línea

Estudios Generacionales

Área Temática

Líneas Transversales

Fecha

2018

INSOD

Instituto de Ciencias Sociales y Disciplinas
Proyectuales

FUNDACIÓN
UADE

¿Están preparadas las organizaciones para la Generación Z?

Por Esteban Maioli
Investigador del Instituto de Ciencias Sociales de
la Fundación UADE

Los cambios sociales en el marco del desarrollo de la globalización económica, política y social son cada vez más acelerados. La innovación tecnológica, la comunicación en redes de información y la interdependencia económica obliga a que las organizaciones revisen sus estructuras, intervengan en la cultura organizacional y propongan modos de adaptación a entornos sumamente cambiantes. La incorporación de fuerza de trabajo siempre ha sido un elemento fundamental para las organizaciones. Tanto la búsqueda, el reclutamiento como la inducción a la cultura de la organización son algunos de los grandes desafíos que las organizaciones deben enfrentar en estos contextos. Por ello, vale la pena preguntarse: ¿cuán preparadas se encuentran las organizaciones para la incorporación de una nueva generación histórica, la Generación Z, como fuerza de trabajo?

Una generación histórica es un agrupamiento humano adscrito que se caracteriza por aglutinar a un colectivo social que comparte fechas de nacimiento. Más allá de esto, lo que resulta significativo es que una generación histórica comparte un conjunto de eventos históricos significativos que afectan su subjetividad, sus modos de ver el mundo, sus actitudes y sus prácticas.

La generación Z es la más "joven" de las generaciones históricas. Agrupa a todos aquellos que hayan nacido de 1995 a la fecha. Este colectivo social de jóvenes comparte un conjunto de actitudes psico-sociales específicas.

Algunas de sus características pueden resumirse del siguiente modo. Son los primeros en nacer en un mundo completamente digital, donde las redes sociales ya se han consolidado, y por ello, ellas forman parte de sus vidas. Son sumamente curiosos y disponen de herramientas para hacerse de gran cantidad de información (si bien no son muy hábiles para poder organizarla y jerarquizarla). Mantienen amplios círculos sociales, muchos de ellos por medio de la virtualidad. Generalmente, se muestran preocupados por los problemas del mundo contemporáneo, tales como la pobreza, la desigualdad o el cambio climático. Les gusta conformar pequeños grupos y necesitan de un reconocimiento constante por parte de los integrantes de sus equipos. Son seguros, auto-expresivos y abiertos al cambio. Algo narcisistas, constantemente se muestran frente a los otros. Son capaces de realizar muchas actividades al mismo tiempo, aunque con niveles de atención distintos para cada una de ellas. Son ansiosos y esperan que los problemas se resuelvan rápidamente.

Estas características deben ser consideradas al momento de pensar la incorporación de la Generación Z en las estructuras organizacionales como fuerza de trabajo. Las organizaciones dicen estar preparadas para la incorporación de las nuevas generaciones. Sin embargo, en la actualidad, las empresas deben enfrentar un desafío de enorme relevancia: la fuerza de trabajo multigeneracional. Cada generación histórica cuenta con

expectativas y actitudes hacia el trabajo distintas. ¿De qué modo las organizaciones son capaces de adaptar sus procesos para poder dar cuenta de tal diversidad?

La investigación sobre las prácticas organizacionales que han demostrado buenos resultados revela que las empresas deben adaptar sus planes de carrera y programas de desarrollo profesional a las necesidades, expectativas y características propias de cada generación. Esto puede resultar algo complejo, en especial por la tendencia a la estandarización de los procesos que generalmente conducen las empresas. Sin embargo, el reconocimiento de las particulares actitudes psico-sociales de las diferentes generaciones que conforman la fuerza de trabajo de una de organización revela que la "customización" de estos programas es una necesidad casi ineludible. Asimismo, estrategias de "mentoring" promueven en las nuevas generaciones mayores niveles de motivación y compromiso, en especial, a partir del reconocimiento constante de los supervisores y jefes directos que estas prácticas habilitan.

En conclusión, las organizaciones se ven obligadas a revisar muchos de sus procesos de selección, reclutamiento y retención de los talentos en el cambiante contexto actual. La fuerza de trabajo multigeneracional es un nuevo desafío que las empresas deben enfrentar y superar.