



La literatura generacional ha estado obsesionada con los [Millennials](#) durante más de una década, describiéndolos casi como un polo opuesto a sus padres [Baby Boomer](#). Y, casi sin darnos cuenta, los millennials están “sentando la cabeza”, se convierten en padres y madres, son ya los nuevos líderes en sus organizaciones y tenemos a unos 61 millones de miembros de la Generación Z, los centennials, listos para incorporarse a nuestras empresas.

La Generación Z, ¿querrá trabajar en tu empresa?

Una portada de la revista Time describió a la Generación Z como “conectada de manera diferente”. Esta generación tiene expectativas distintivas de su trabajo.

La generación Z ha sido criada por padres de la generación X. Crecieron en una época de la mayor inestabilidad económica desde la Gran Depresión. Muchos experimentaron que su padre perdía su trabajo debido a tiempos económicos difíciles. Esta mentalidad y la mayoría de edad en la recesión han impactado significativamente en su visión pragmática del mundo, su enfoque en la necesidad de ser cautelosos financieramente. Esta perspectiva ha dado forma a una generación que valora el trabajo duro y reconoce la necesidad de invertir en su futuro ahora. Quieren ser financieramente estables y están dispuestos a actuar para que esto suceda.

¿Es tu empresa atractiva para estos trabajadores? Se estima que en 2020, la Generación Z supondrá el 20 por ciento de la fuerza laboral, una masa crítica que no puede ser ignorada. Para atraer a esta generación, y aún más importante para retenerlos, las organizaciones deben reevaluar los elementos clave de su lugar de trabajo.

Dicho esto, estas son 5 sugerencias para convertirse en una empresa atractiva para la Generación Z.

1.- Brinda oportunidades de avance profesional flexibles y únicas.

El 64% de los encuestados de la Generación Z en una encuesta de Robert Half mencionó la importancia de las oportunidades de carrera en la selección de un trabajo. No buscan cualquier oportunidad en una organización. Quieren [carreras profesionales](#) individualizadas y oportunidades de avance basadas en el desempeño. No aceptarán la misma carrera profesional que sus compañeros de trabajo. Buscan una carrera profesional más personalizada que se ajuste a sus necesidades específicas y capitalice las experiencias que ya han adquirido.

Valoran la estabilidad y esto puede traducirse fácilmente en una mayor permanencia en una empresa. Están dispuestos a trabajar duro y quieren ser recompensados por su desempeño con oportunidades de crecimiento.

La generación Z debe ser constantemente desafiada.

2.- Ofrece aprendizaje continuo.

El aprendizaje continuo es una parte crítica del crecimiento para la Generación Z. Sin embargo, estas oportunidades de aprendizaje pueden ser significativamente diferentes. Los programas de rotación podrían convertirse en una piedra angular en la exposición continua de la Generación Z a nuevas oportunidades de aprendizaje.

Aceptan empezar desde abajo y adoptarán movimientos laterales que brinden un desafío y una oportunidad para crecer. Quieren oportunidades de [mentoring](#) y aprendizaje que los preparen para la promoción y el crecimiento.

Esta necesidad de aprendizaje continuo, entonces, requiere que los gerentes y mentores estén disponibles y proporcionen *feedback* continuo.

3.- Cambia tu enfoque de formación

La Generación Z busca “guías de aprendizaje”. Están preparados para convertirse en “autoaprendices” o aprendices activos. Prefieren resolver problemas y encontrar soluciones por su cuenta, con una guía que les oriente.

Las organizaciones de hoy deben considerar repensar la conferencia o clases magistrales. La Generación Z no quiere cursos formales. Con períodos de atención más cortos, son esenciales las piezas de formación más pequeñas y los enfoques de ritmo más rápido con más *feedback*.

Se requiere una variedad de enfoques para involucrar al alumno de la Generación Z. “Observar y hacer” es fundamental. Esta es una generación de aprendizaje muy visual. Los videos cortos pueden ser una herramienta de formación efectiva. Los formadores también deben considerar juegos para el aprendizaje, especialmente en dispositivos móviles, y actividades en grupos pequeños. La formación debe expandirse más allá del aula, ya que la formación en el trabajo

adquiere una importancia adicional para estas personas.

El aprendizaje debe basarse en competencias con un enfoque en la resolución de problemas y el desarrollo de habilidades. La Generación Z ha crecido comunicándose a través de mensajes de texto cortos, twitter y chat instantáneo. Como resultado, se necesita capacitación específica en escritura y habilidades interpersonales.

Son pensadores creativos y críticos. Siempre han estado expuestos a la web para buscar información, por lo que buscar soluciones creativas es su segunda naturaleza.

4.- Replantea ese plan de oficina abierto.

El entorno de oficina creado para atraer a los millennials puede no ser tan atractivo para la generación Z. La generación más nueva en el lugar de trabajo no es tan tribal como los millennials; están un poco más centrados en la individualidad y su entorno de trabajo debería reflejar esto. Las organizaciones, entonces, pueden necesitar transformar este plan de oficina abierta en uno que satisfaga de manera más efectiva múltiples necesidades para múltiples generaciones. La Generación Z aprecia un ambiente de trabajo colaborativo donde están constantemente en contacto con sus compañeros. ¡Pero es importante no eliminar esas oficinas todavía! Un plan de oficina híbrido con espacios de trabajo privados y colaborativos puede ser la solución.

La generación Z prefiere la flexibilidad en el trabajo. Esto se puede lograr a través de múltiples ubicaciones y horarios de trabajo ajustables, y con el teletrabajo. Esto puede significar que trabajan desde casa o incluso una cafetería. Los espacios de trabajo compartido también son atractivos.

Pero la Generación Z no estará teletrabajando a tiempo completo. La interacción personal que valoran se logra en la oficina y a través de relaciones de mentoring y reuniones periódicas con sus gerentes. Su necesidad de comunicación y colaboración cara a cara se satisface mejor con un formato de oficina híbrido que brinda oportunidades para un trabajo remoto y horarios flexibles.

5.- Busca nuevos enfoques en la atracción del talento centennial

Debe considerarse la singularidad de esta nueva generación en el trabajo. Las organizaciones no pueden esperar reclutar por los viejos medios y atraer a esta generación con viejas políticas. Las organizaciones deben ser flexibles y creativas para incorporar con éxito a los empleados de la Generación Z.

Para esta generación digital, publicar trabajos en línea es esencial. Las empresas, entonces, deben tener una presencia en línea más fuerte y considerar una marca consistente en todos los canales. Debido a que la Generación Z es conocedora de la tecnología, las organizaciones deben estar activas en los medios digitales para estar en el radar de la Generación Z. Para atraerlos, las empresas deben anunciar las oportunidades de desarrollo que ofrecen incluyéndolos en las ofertas

de trabajo, en videos en sitios web profesionales, y a través de mensajes de marca en las redes sociales.

La optimización móvil es un requisito para esta generación. La Generación Z quiere cargar su currículum desde su dispositivo móvil y que solo demore unos segundos en hacerlo.

La Generación Z quiere conectarse con la compañía, su cultura y su misión. ¡Entonces las empresas deben hacerlo personal! Crear una marca coherente y memorable con historias llama la atención de la Generación Z. Quieren saber qué hace que una empresa sea única y desean una conexión personal. Publicar un video para compartir historias de los empleados actuales ayuda a conectarse y atrae al solicitante de esta generación. Las organizaciones deben ser claras (y honestas) en la propuesta de valor de la empresa.

La guerra por el talento está lejos de terminar. Las organizaciones que acomoden a los trabajadores de la Generación Z más pronto estarán mejor posicionadas para librar esa guerra de manera más efectiva.

Desde **Human Performance** podemos ampliarte esta información y, si lo consideras oportuno, compartir contigo ideas y experiencias sobre este tema. [Ponte en contacto con nosotros](#) y nuestro equipo profesional te atenderá encantado.

Si te ha gustado esta entrada, y deseas recibir todos nuestros artículos cómodamente en tu email, te invitamos a [suscribirte a nuestro blog](#)



[Àngels Mora](#)

Directora de Consultoría de RR. HH. en Human Performance.

Te invito a visitar mi [perfil completo](#).