

# Millenials, bendición o maldición

Esta es una realidad; llegaron para quedarse y nadie se puede escapar de ellos. No hay caminos intermedios. Por primera vez en la historia se presentan 3 generaciones tan diferentes de forma simultánea en la fuerza laboral: Generación “Baby Boomer”, nacidos después de la segunda guerra hasta aproximadamente 1.960, Generación X, nacidos entre 1960 y 1.980, y los Millenials, aquellos que nacieron posterior a 1.980 y comienzan su vida laboral al comienzo del siglo XXI.

Hoy en día, en las empresas de servicios, el porcentaje de millenials dentro de la fuerza laboral pasa del 50%, mientras que en el sector manufacturero está sobrepasando el 45%.

Cada grupo generacional tiene sus propias características particulares, y muy diferentes de los demás grupos. Esto es lo que hace que los Millenials tengan dificultad de ser recibidos, acogidos entre los demás grupos, y retenidos por las organizaciones, motivo por el cual su rotación es más alta que la de los grupos anteriores, ocasionando no solo el incremento de costos de contratación, sino que adicionalmente, el aumento de operaciones de búsqueda de personal. Pero lo verdaderamente preocupante es que con cada deserción que se produce, se está drenando el conocimiento y la experiencia de su organización.

Si los rechazas, estarás perdiendo la oportunidad de contar con sus conocimientos, sus habilidades y sus conexiones. El rechazarlos tiene varias consecuencias. Primero, será la competencia quién sí los reciba y se beneficie de su potencial. Segundo, no podrás enfocar tus estrategias de mercadeo al no entender la forma de pensar y actuar de ellos, perdiendo participación en el mercado que ellos representan hoy, y cuya influencia será cada vez más importante. Tercero, no te permitirá competir en los mercados locales e internacionales utilizando las tecnologías y las redes que ellos manejan. Finalmente, te llenarás de personas que tienen una sola mirada y no se han podido adaptar al nuevo mercado y la forma de interactuar en él.

Hay quienes piensan que pueden contar con ellos, abren sus puertas para engancharlos con el propósito de hacerles una pequeña lobotomía y reprogramarlos de acuerdo con sus criterios tradicionales. El resultado no puede ser menos preocupante que en el anterior caso. No solo se aburrirán al darse cuenta de que no encajan en su ambiente, sino que, al salirse, regarán como pólvora su experiencia nefasta al haber trabajado con su

firma. De esta forma se creará un virus alérgico previniendo que otros millenials se acerquen a sus puertas.

Si los aceptas, y no existe otra alternativa, ya que cualquiera que sea la estrategia de contratación que utilices, los candidatos selecciones, traerá las mismas características incrustadas en el ADN, debes estar dispuesto a entenderlos, adaptarte y cambiar. Ellos no van a cambiar por ti, ellos no te necesitan, pero si quieres contar con su valiosa colaboración, no hay más remedio que analizar qué es lo que hemos venido haciendo que ya no es adecuado ni aceptado por ellos. Según Einstein, “Para resolver un problema debemos cambiar el marco mental que lo creó”, el problema es cómo manejar y retener el talento, el marco mental somos nosotros.

Para poder entender un poco más esta situación lo invito a observar este video:

<https://www.youtube.com/watch?v=5MC2X-LRbkE>

La estrategia no es hacerles operaciones cerebrales de acondicionamiento a los millenials, el reto es poder entenderlos y adaptarnos a las nuevas condiciones que el mercado laboral está presentando.

Hace un par de años presenté en la reunión de ACRIP en Bogotá mis conclusiones sobre una investigación de carácter nacional sobre las maneras de entender, manejar y retener los millenials. Si usted está interesado puede escribirme a mi correo [jcmejia@consultoresencapacitacion.com](mailto:jcmejia@consultoresencapacitacion.com)