

CARACTERÍSTICAS Y EXPECTATIVAS LABORALES DE LA GENERACIÓN “Y”
CHARACTERISTICS AND JOB EXPECTATIONS OF GENERATION “Y”

Nelly Cristina Bongiovanni cbongiovanni@fce.unrc.edu.ar

César Eduardo Soler esoler@eco.unrc.edu.ar

Facultad de Ciencias Económicas. Universidad Nacional de Río Cuarto.

Ensayo

Resumen

El presente trabajo de carácter bibliográfico, tiene como objetivo exponer cuáles son los rasgos distintivos que caracterizan al entorno laboral deseado, y los factores organizacionales, que motivan las preferencias en la elección laboral de las personas de la llamada "Generación Y" correspondiente a los nacidos en el período 1980-2000.

Estos jóvenes manifiestan un singular apego a los teléfonos celulares como instrumento para todo uso, y el uso de las redes sociales e internet como medios de comunicación, información y socialización. Son prácticos, activos y creativos; valoran la familia, amistad, su tiempo, la libertad, la lealtad, transparencia, honestidad y justicia; son abiertos a la diversidad y se involucran con la comunidad. Entre las expectativas laborales, prefieren las organizaciones que ofrezcan trabajo significativo, desafiante, con autonomía, flexibilidad y remuneración acorde al esfuerzo; que sus habilidades con las TIC sean aprovechadas; que brinden calidad de vida y posibilidades de desarrollo profesional; que tengan RSE, y que les permitan el equilibrio entre el trabajo y la vida privada.

Abstract

The objective of this bibliographical work is to expose what are the distinctive features that characterize the desired work environment, and the organizational factors that motivate the preferences in the labor choice of the people of the so-called "Generation Y" corresponding to those born in the period 1980-2000.

These young people show a singular attachment to cell phones as a tool for all uses, and the use of social networks and the Internet as means of communication, information, and socialization. They are practical, active, and creative; they value family, friendship, their time, freedom, loyalty, transparency, honesty, and justice; they are open to diversity and get involved with the community. Among job

expectations, they prefer organizations that offer meaningful, challenging work, with autonomy, flexibility, and remuneration according to effort; that their ICT skills are put to good use; that provide quality of life and possibilities for professional development; that have CSR, and that allow them to balance work and private life.

Palabras claves: Generación Y. Jóvenes. Características. Preferencias. Expectativa laboral.

Keywords: Generation Y. Young people. Characteristics. Preferences. Job expectation.

Introducción

Según la Real Academia Española¹, generación es “... 4.f. Conjunto de personas que tienen aproximadamente la misma edad. La generación de nuestros padres. 5.f. Conjunto de personas que habiendo nacido en fechas próximas y recibido educación e influjos culturales sociales semejantes, adoptan una actitud en cierto modo común en el ámbito del pensamiento o de la creación. La generación del 98. ...”. Es decir que hay ciertos patrones culturales que son propios del grupo social y que son compartidos por los individuos nacidos en un cierto período histórico.

Según Kopperschmidt en Golik M. (2013) “una generación se compone de personas que, por haber nacido en un mismo período de tiempo, comparten las mismas experiencias de vida y hechos históricos en etapas de desarrollo críticas”.

Esas experiencias críticas (movimientos sociales, fluctuaciones y crisis económicas, cambios tecnológicos, conflictos sociales y políticos, guerras) vividas en las primeras etapas de socialización forman la personalidad, los valores y las expectativas comunes que caracterizan una generación. Características que son únicas y diferenciales de las generaciones anteriores y posteriores.

Desde el punto de vista de las organizaciones esto significa que una generación comparte valores culturales y una forma particular de percibir el mundo en el contexto social, económico y político, que influye en su modo de actuar y en el momento de elegir una organización para desempeñar su trabajo.

Si bien, como ocurre en todos los procesos sociales, no hay un límite perfectamente definido acerca del comienzo y finalización, hay consenso de que la denominada *generación Y* o *generación del milenio (millennials)*, está integrada por aquellas personas nacidas en el período 1980-2000. Muchas de estas personas se están insertando hoy en el mercado laboral, planteando a las organizaciones un nuevo desafío para el sector de RRHH, ya que estos jóvenes tienen una visión renovada acerca de lo que significa el trabajo en relación con las generaciones anteriores.

Los responsables del área de personal en las organizaciones, necesitan conocer respecto de los intereses y valores de cada generación de trabajadores para mejorar las prácticas de gestión a su cargo. Caracterizarlas implica entonces conocer y entender sus razonamientos, intereses personales, ¿qué los motiva?, ¿qué competencias tienen?, ¿cuáles son sus estilos de vida y sus expectativas? (Golik 2013:68).

El período que se le atribuye a la generación Y, coincide con el gran desarrollo de las TIC (tecnologías de información y comunicación) que hubo en las últimas décadas, por lo que algunos medios llaman a los jóvenes de esta generación: *nativos digitales*. Las TIC han producido modificaciones tanto en el campo social, como en el político y el económico, cambiando los hábitos de la sociedad de manera significativa. La principal responsable de esos cambios es la conectividad, es decir la posibilidad de conectar diversos dispositivos electrónicos, transferir la información a alta velocidad y conocer lo que pasa con la realidad social, en cualquier punto del planeta y en pocos segundos.

¹ Diccionario de la lengua española (versión electrónica). Recuperada el 5 de marzo de 2016 de la 23ª versión: <http://dle.rae.es/index.html>

Esta situación de contexto, confiere a la generación Y algunas características especiales: el uso de la telefonía celular e internet que actúan como mediadores tecnológicos, son los principales referentes de las TIC complejizando las relaciones entre lo humano y lo tecnológico. Estos mediadores tecnológicos tienen amplio—grado de acogida entre los jóvenes como fuente de información y modos de comunicación, para ellos el empleo de la tecnología es parte de su vida diaria pues nacieron y se criaron con las TIC como parte del paisaje naturalizando su existencia. De aquí que para estos individuos, el uso de teléfonos móviles y las redes sociales sea rutinario, cosa que no ocurre en personas de generaciones anteriores.

También los acontecimientos sociales y políticos acaecidos en este período, han influido en la generación de una nueva cultura, que modifica los valores tradicionales de la generación de los padres, y lleva a defender el ambiente, la justicia y la diversidad. Incluso Instituciones como el matrimonio son puestas en tela de juicio por los jóvenes de la generación Y.

En lo laboral valoran y buscan optimizar el tiempo a efectos de hacer lo que les gusta, esta generación prefiere trabajar “y” disfrutar, entendiendo al trabajo como un medio para lograr bienestar y no como un fin en sí mismo. Conocer estas características, asumirlas como virtudes e integrarlas a la organización, es uno de los grandes desafíos que tienen los líderes de las organizaciones contemporáneas, que necesariamente deben comprender los talentos de la Generación Y, a efectos de incorporarlos de manera positiva y así contribuir al mejoramiento de las organizaciones.

La suposición de que los empleados de la generación Y, forman un grupo con características propias en el ámbito laboral pues poseen una visión diferente de las generaciones anteriores acerca del lugar que ocupa el trabajo en la vida de las personas, y que el contacto con la tecnología desarrolló en éstos empleados capacidades diferentes que no siempre están aprovechadas por las organizaciones, plantea algunos interrogantes:

- a) ¿Qué características tienen los jóvenes de la Generación Y?
- b) ¿Cuáles son las condiciones laborales que un empleado de la Generación Y prefiere y elige?

El presente trabajo tiene como objetivo realizar un relevamiento bibliográfico entre las investigaciones publicadas relacionadas con estas preguntas, con el fin de detectar cuáles son los rasgos distintivos que caracterizan a la generación Y, ya que tendrán influencia directa en las expectativas laborales y en los factores organizacionales del entorno laboral deseado por estos jóvenes.

Los resultados pueden ser de interés para los líderes de organizaciones contemporáneas, para diseñar sus políticas de Recursos Humanos, brindando las condiciones de trabajo adecuadas a efectos de aprovechar al máximo, el potencial de capacidades de los empleados de la generación Y, contribuyendo a mejorar la productividad de la organización y la calidad de vida del personal.

Características de los jóvenes de la generación y

Distintos autores (Nieto M. 2011 y González R. 2011) coinciden en afirmar que en el mercado laboral pueden distinguirse generaciones que conviven en diferentes proporciones:

Los *tradicionales* – la generación silenciosa: prácticamente ausentes del mercado laboral actual, nacidos hasta 1945.

Los *Baby Boomers* – nacidos en el “Boom” de la natalidad, después de la 2ª guerra mundial entre 1946 y 1963, hoy cuentan entre 52 y 69 años (base 2015). Son optimistas e idealistas, con expectativas de progreso, hoy ocupan puestos gerenciales o se están empezando a retirar.

La *Generación X*: nacidos entre 1964 y 1979 hoy cuentan entre 36 y 51 años (base 2015). Algunos los califican de negativos – son escépticos, la vida familiar ha sufrido transformaciones, las madres están incorporadas al mercado laboral, viven en hogares con videos, microondas y con cambios tecnológicos acelerados incorporados a la vida cotidiana. Hoy están ingresando a puestos gerenciales.

La *Generación Y*: nacidos a partir de 1980 hoy son menores de 36 años (base 2015) y están insertándose en el mercado laboral.

Son los hijos de la generación *Baby Boomers*, también se los conoce como la *Generación del Milenio*, *Generación Google*, *Generación Net* *Generación Einstein* o *Nativos Digitales*.

La generación Y tiene algunas características propias, Mariana Nieto (2011) en el trabajo “Los valores de la generación Y – bases para un cambio de gestión”, enumera las siguientes:

Desinstitucionalización. No creen en las instituciones, más bien valoran a las personas individualmente.

Apertura: Valoran la diversidad en todas sus formas (política, racial, religiosa, sexual, etaria, familiar, etc.) y poseen una arraigada conciencia de la responsabilidad social, el cuidado del ambiente y de la justicia.

Innovación: Tienen un mayor desarrollo del lado derecho del cerebro lo que los orienta a ser más creativos, emprendedores y emocionales. Disfrutan de lo nuevo y el sentimiento de libertad.

Informatización: Poseen un fuerte dominio de la tecnología de la información y del uso de redes sociales, telefonía móvil, etc. que les facilita la comunicación y socialización.

Autoestima y poder: Tienen una alta autoestima y confianza en sí mismos, con tendencias al hedonismo. Se sienten poderosos por el manejo de la información. Son personas de acción que necesitan ser protagonistas.

Compromiso: La responsabilidad y el involucramiento aparecen “sólo si” perciben que su aporte vale, en tal caso están dispuestos al aprendizaje práctico y rápido.

Socialización, trabajo en equipo y comparatividad: Tienen conciencia del trabajo en equipo y no se inhiben ante las estructuras jerárquicas. Se sienten partes activas de un equipo. Comparan su rendimiento con sus pares, para explotar al máximo su talento.

Cortoplacismo y Valoración del tiempo: Viven el presente con intensidad sin preocuparse tanto por el futuro, han crecido en un mundo de cambios acelerados. Valoran y buscan optimizar el tiempo a efectos de hacer lo que les gusta, esta generación pretende un balance entre el trabajo y la vida privada (trabajar y disfrutar) entendiendo al trabajo como un medio para lograr bienestar y no como un fin en sí mismo. Son pragmáticos y ayudados por el dominio de la tecnología pueden atender en simultáneo asuntos laborales y personales.

Patricio Ramírez-Correa, Jorge Arenas-Gaitán, Javier Rondan-Cataluña (2012) en el trabajo: *"Use of social networking services by the generation Y"* analizaron la adopción de los Servicios de Redes Sociales (SRS) por parte de integrantes de la generación Y, en una muestra de 771 usuarios de SRS, concluyendo que el uso de SRS está en función de la percepción de su facilidad de uso y de su utilidad. A la vez explican que la percepción de su utilidad es consecuencia de la percepción del grado de identidad social, altruismo y telepresencia². Los usuarios de estos servicios prefieren la interactividad y la riqueza de medios en estas tecnologías. Finalmente, indican que una implicación del estudio, es que la generación Y es solidaria, creen que su contribución a la sociedad es importante. El altruismo y la identidad social son las variables exógenas más valoradas por los encuestados.

Rocío González (2011:73-75) en su artículo: "La incorporación de la Generación Y al mercado laboral. El caso de una Entidad Financiera de la ciudad de Resistencia", para caracterizar a la Generación Y toma las referencias de Boschma (2007) que la denomina Generación Einstein y dice:

- Parecen superficiales e indiferentes, pero tienen fuertes intereses y están llenos de pasión.
- Se sienten "como pez en el agua" en la sociedad de la información.
- Aprenden por asociación de ideas, lateralmente no en forma lineal según patrones fijos. No esperan que les expliquen, ellos investigan y descubren cómo hacer las cosas, lo "googlean".
- Respetan a las personas auténticas y sinceras. Para ellos el valor mayor es la justicia,
- Tienen capacidad para vivir, aprender y trabajar en red.

Resumiendo, sus rasgos positivos: son sociables, listos y rápidos, dialogantes y solidarios.

Siguiendo a Boschma la autora tipifica las peculiaridades de los jóvenes "Y":

- *Son sociables - leales - familiares:* Valoran los lazos familiares y la amistad. En un mundo materialista la familia les da seguridad, los lazos con los padres son buenos, basados en la igualdad y el respeto. No hay urgencias para irse de casa porque pueden ser, hacer o deshacer dentro de límites razonables. Los padres les permiten que tengan su espacio, su identidad y ellos responden con respeto.
- *Se implican en la comunidad:* Se involucran en trabajos de voluntariado y creen que hay que hacerlo por la otra persona, fuera de programas oficiales. Le afectan las desgracias, el sufrimiento y las injusticias del mundo y especialmente en caso de catástrofes. Pero según el autor, no les interesa utilizar los canales oficiales (instituciones políticas) para intervenir en esos temas sociales.

² Significa que el individuo siente que se encuentra localizado en un lugar remoto del lugar donde realmente está.

- *Les gusta la funcionalidad*: Crecieron en la abundancia material, y hay para elegir calidad y funcionalidad. Compran por gusto o moda.

- *Son prácticos*: No tienen paciencia para lo que creen irrelevante. Los tiempos se acortan, necesitan información de acceso rápido, casi instantáneo, los trámites “están a un klik” en la web.

Entre los valores centrales se destacan: La *autenticidad* (desarrollo de la identidad propia), *respeto* por las capacidades (no por edad), y *autorrealización* (desarrollo personal: primero ser feliz, tener calidad de vida y hacer un buen trabajo, después la paga y la opinión del jefe).

Condiciones laborales y expectativas “Y”

Siguiendo con lo aportado por González R. (2011: 75-81), los jóvenes están más preparados que en generaciones anteriores, tienen más nivel de estudio, pasan solos más tiempo (los padres trabajan), hacen más viajes, están más enfocados a los resultados que a los procesos, generan expectativas laborales diferentes a las lógicas organizacionales instituidas.

Las organizaciones demandan plantillas jóvenes con características de la generación anterior, luego la “Y”, con sus valores, queda excluida.

Los jóvenes “Y” pretenden equilibrar la vida laboral con la personal, pero las empresas presionan exigiendo muchas horas de trabajo pretendiendo que “la vida sea el trabajo profesional”, mientras que los salarios no acompañan ese aumento de las exigencias de las empresas.

La fuerza laboral de la generación Y, son personas con iniciativa y capacidad para resolver problemas, que demandan entornos creativos, permeables a sus iniciativas, donde el esfuerzo sea reconocido y bien remunerado.

A ésta generación no le asusta la rotación en el mercado laboral, las promociones le interesan si implican un reconocimiento a su capacidad y le permiten poner en marcha sus iniciativas.

Así la autora González R. (2011) resume las siguientes expectativas o preferencias laborales:

Responsabilidad individual y libertad para la toma de decisiones, clima laboral agradable con relaciones sociales, oportunidades de aprendizaje y crecimiento, participación en la toma de decisiones, feedback continuo y revisión de su rendimiento, comunicación abierta y accesible, respeto a su estilo de trabajo, retribución por resultados y flexibilidad temporal y espacial. A estas preferencias le podemos agregar su necesidad de contar con la tecnología adecuada para desarrollar todo su talento diferencial y trabajar en equipo y en red.

Estas expectativas chocan con prácticas y procedimientos formales arraigados, por ejemplo: prohibir el Facebook en el trabajo, provocando el choque generacional en lugar de la colaboración que propone esta generación, implica un cambio cultural.

Los jóvenes “Y”, ajustan mejor al modelo de gestión de personal: Iniciar, participar, colaborar y desarrollar, que al modelo tradicional de Reclutamiento, entrenamiento, supervisión y retención.

Esperan desarrollarse en un trabajo que cambió las normas: los trabajos son cognitivamente más complejos, requieren de equipos y de habilidades sociales, están atravesados por las competencias tecnológicas, por lo tanto, la descentralización en la toma de decisiones es vertebral.

En éste escenario los empleados talentosos de la generación “Y” piden:

- *Libertad*

- *Para trabajar cuándo, dónde y cómo quieran:* flexibilidad de horarios, espacios y posibilidad para desarrollar su creatividad para mejorar su productividad.

- *Para disfrutar la vida laboral y familiar:* Trabajar para vivir.

- *Para probar nuevos trabajos:* no son leales a sus empleadores, son leales a su desarrollo profesional, están con la empresa que invierte en su desarrollo. El acceso al mercado laboral mundial por internet, le abre oportunidades de desarrollo y económicas impensadas en otras generaciones.

- *Personalización*

- *“Mi” trabajo, “mi” vida:* quieren ser reconocidos por su identidad, implica personalizar el trato, el trabajo, el aprendizaje, las oportunidades, los sistemas de trabajo y compensaciones, según su circunstancia de vida.

- *Análisis de valores y estilos de las empresas demandantes de personal.*

- Los jóvenes investigan profundamente los valores y estilos de gestión de las empresas antes de aceptar ingresar a ellas. Cuentan accesibilidad a la información digital.

- Valoran empresas con virtudes como honestidad, transparencia lealtad, RSE (Responsabilidad Social Empresaria), confiables, adecuadas para potenciar sus habilidades intelectuales.

- *Estilo de trabajo:* colaborativo, en equipo, desafiante no necesariamente con mayores responsabilidades. Divertido, agradable como para disfrutarlo, con respiros digitales permitidos como por ejemplo el faceboock. No burocrático, dinámico, acciones inmediatas, sin dilaciones, procesos ágiles, oportunidades de ascensos y desarrollo según sus logros, no por antigüedad. La falta de rapidez en la toma de decisiones y acciones los desmotivan, pierden lealtad, se van y rápidamente buscan otra organización para desarrollarse.

- *Innovación:*

- Quieren hacer distinto, agregar valor, desafiar el “status quo” para contribuir al éxito.

Mariela Golik (2013:112) resume las características de éstos jóvenes indicando que: valoran un trabajo que les sea significativo, que les de autonomía y flexibilidad, para trabajar a su manera y ritmo. Sin resignar sus expectativas de equilibrar la esfera laboral con la familia.

Por su parte Nieto M. (2011) pone en evidencia resultados de investigaciones que indican que el 88% de los jóvenes buscan empleadores con valores de RSE y que un alto porcentaje estaría dispuesto a renunciar si los valores de su empleador contradicen estos criterios. El enfoque de gestión preferido en la actualidad contempla la diversidad basada en el aprendizaje y la integración, que significa dar valor a

las diferencias (no sólo tolerarlas). Coincidiendo con otros autores ya mencionados Nieto (2011) destaca entre las expectativas de los jóvenes “Y” que se orientan a la gestión del tiempo y del espacio, así esperan conservar un tiempo personal, políticas organizacionales de flexibilidad horaria, días libres (viernes o lunes), horarios part-time, trabajos desde la casa o a distancia. Coincidiendo con González en la valoración de la libertad.

Consideraciones finales

A partir de lo analizado caben algunas reflexiones, a saber:

Efectivamente los jóvenes de la generación Y tienen características que los distinguen y los diferencian de las generaciones que les precedieron.

Las características principales que emergen son:

Priorizan conservar la libertad, disfrutar la vida privada y el trabajo, admitir e incorporar la diversidad de todo tipo.

Tienen el dominio del mundo digital (TIC) para aprender, informarse, comunicarse, socializarse e interactuar en tiempo real y a distancia. Seguridad y confianza en sus capacidades.

Se involucran en trabajos compartidos con equipos de pares; exigen dinamismo; acortamiento de los plazos, inmediatez; sus lealtades están condicionadas a su realización personal.

Son creativos, pragmáticos; activos; solidarios; valoran la justicia, la honestidad la RSE, lo social y comunitario, la amistad y la seguridad de la familia.

La generación Y representa un desafío para la gestión del personal en las organizaciones actuales, que justamente están a cargo de personas de generaciones precedentes con características, valores y estilos diferentes.

Las preferencias laborales de estos jóvenes están orientadas a: La optimización del uso del tiempo que les permita el equilibrio entre el trabajo y la vida privada. Que su trabajo reciba una remuneración acorde al esfuerzo y les permita buena calidad de vida, que se prioricen los resultados permitiendo flexibilizar las condiciones de espacio y tiempo de trabajo. Que el trabajo sea colaborativo, en equipo, desafiante, divertido, en buen clima, no burocrático, dinámico, con procesos ágiles atravesados por la tecnología digital. Que se evalúe por resultados y se vinculen a políticas de ascensos y desarrollo según sus logros y no por antigüedad. Poder tener posibilidades de desarrollarse profesionalmente. Que las empresas tengan incorporadas en sus prácticas conductas basadas en la transparencia, honestidad, justicia, solidaridad y RSE.

Bibliografía

- DICCIONARIO DE LA LENGUA ESPAÑOLA (versión electrónica). Recuperada el 5 de marzo de 2016 de la 23ª versión: <http://dle.rae.es/index.html>
- GOLIK, M. 2013. Las expectativas de equilibrio entre vida laboral y vida privada y las elecciones laborales de la nueva generación. Cuad. admon.ser.organ. Bogotá (Colombia), 26 (46): 107-133, enero-junio de 2013
- GONZÁLEZ, R. 2011 - La incorporación de la Generación Y al mercado laboral. El caso de una Entidad Financiera de la ciudad de Resistencia. Rocío S. González - Palermo Business Review | Nº 5 | 2011 | 167-193. http://www.palermo.edu/economicas/PDF_2011/PBR5/5_Business04.pdf
- NIETO, M. 2011 Los valores de la generación Y – bases para un cambio de gestión. X Buenos Aires (Congreso Internacional de Administración “La Gestión de la Transformación: Los retos de una nueva época”).
- RAMÍREZ-CORREA, P., ARENAS-GAITÁN, J. y RONDAN-CATALUÑA, J. (2012) en el trabajo: "Use of social networking services by the generation Y" – (Uso de los servicios de redes sociales por la generación Y) - Ingeniare. Revista chilena de ingeniería, vol. 20 N° 3, 2012, pp. 425-432