

Los Millennials y los Empleadores:
¿Podrá salvarse esta relación?



- Dos terceras partes de los Millennials dicen que dejarán sus organizaciones en 2020.
- La lealtad de los Millennials con sus organizaciones se relaciona con oportunidades de desarrollo en materia de liderazgo, flexibilidad en el trabajo, y sentido de propósito más allá del ingreso.
- Los valores personales de los Millennials guían sus opciones de carrera: 56 por ciento no consideraría a ciertos empleadores basándose en los valores o conducta de una organización, mientras que 49 por ciento ha rechazado proyectos que entran en conflicto con sus valores o su ética.

Los Millennials y los Empleadores: ¿Podrá salvarse esta relación?

Las empresas deberán ajustar la forma en que nutren la lealtad entre los Millennials, de lo contrario se arriesgarán a perder un alto porcentaje de su plantilla de trabajo, de acuerdo con la quinta encuesta anual de Deloitte sobre los Millennials. Cuarenta y cuatro por ciento de los Millennials afirman, que si les dan a escoger, esperarían dejar a su empleador actual en los próximos dos años. Y este porcentaje se eleva a 66% si el plazo es 2020. Estos reveladores resultados se obtuvieron a través de 7,700 encuestas a Millennials de 29 países entre septiembre y octubre de 2015.

La preocupación de la falta de desarrollo en capacidades de liderazgo y de su percepción sobre ser ignorados, fueron mencionadas por aquellos que consideran cambiar de carrera en el corto plazo.

Sin embargo, factores más amplios alrededor del balance trabajo/vida, como el deseo de flexibilidad y diferencias de los valores corporativos, están influenciando su opinión y comportamiento. Parece ser que los Millennials se guían por valores sólidos en todas las etapas de su carrera. Y se hace más evidente en niveles más altos o ejecutivos, al elegir al tipo de empleador que seleccionan, así como los proyectos que están dispuestos a aceptar y las decisiones que tomarían.



1

2

3

4

5

A medida que continúan manifestando una visión positiva del papel de la empresa en la sociedad han suavizado su percepción negativa acerca de la motivación y ética empresarial con respecto a encuestas previas, los Millennials mantienen su preferencia en empresas enfocadas más en las personas (empleados, clientes y la sociedad), productos o propósito, y menos en ingresos.

“Los Millennials le conceden mayor importancia al propósito de una organización por encima del éxito económico, permaneciendo fieles a sus valores y a las oportunidades para su desarrollo profesional. Los líderes requieren demostrar cómo valoran estas prioridades, o sus organizaciones estarán en riesgo de perder una amplia parte de su personal.” Asevera Punit Renjen, CEO de Deloitte Mundial. “Afortunadamente, los Millennials nos han provisto de un plan-de-ruta de cómo los empleadores pueden satisfacer esas necesidades de desarrollo profesional y planes de carrera.”



Ganándose la lealtad de los Millennials

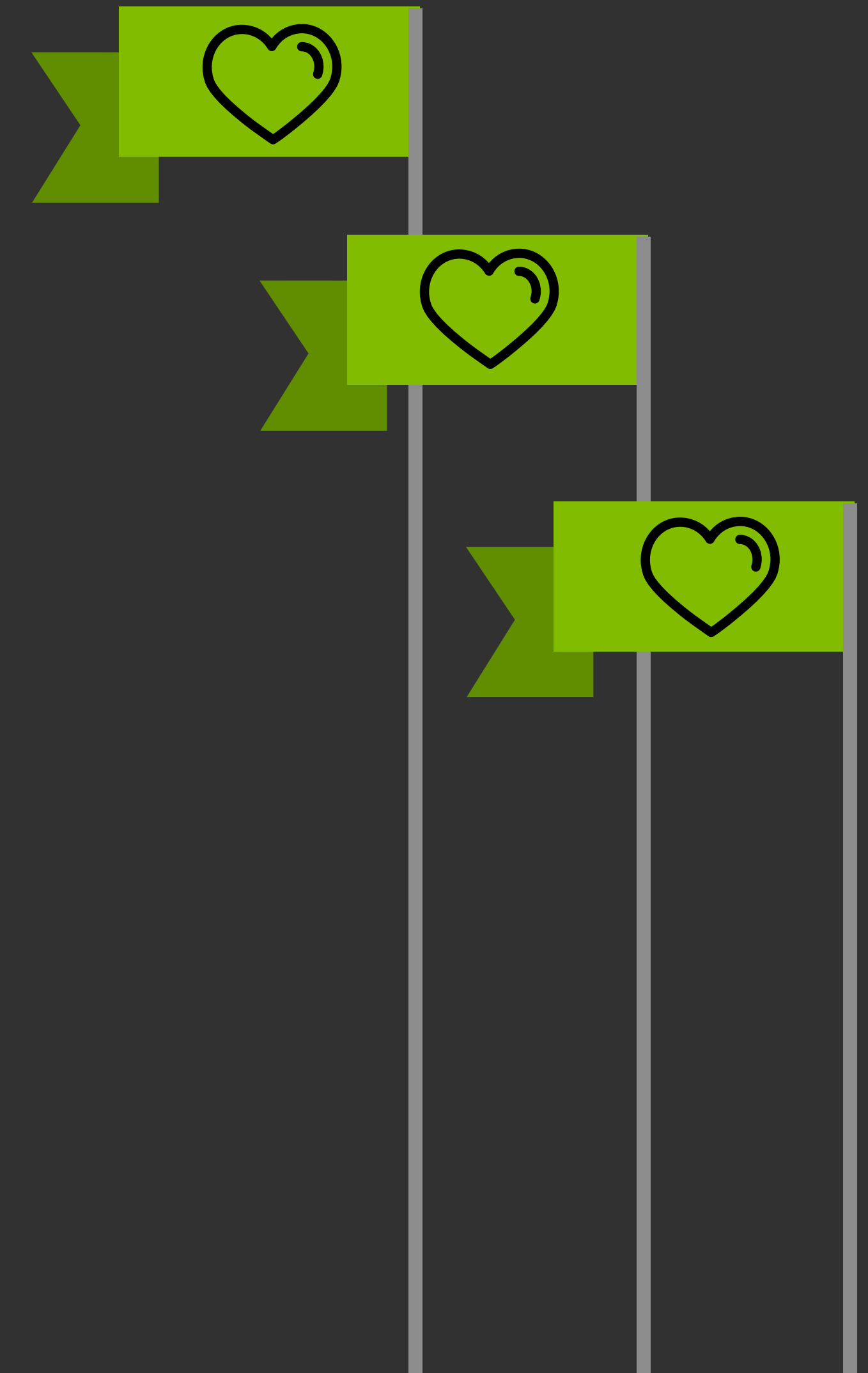
Los Millennials buscan empleadores con valores similares; 7 de cada 10 piensan que sus valores personales sean compartidos por la organización donde trabajan. Esto conforma lo potencialmente más rescatable para organizaciones que buscan retener a estos jóvenes profesionales.

Reducir la “brecha de finalidad” será también crítica para atraerlos y conservarlos. Ellos quieren trabajar para organizaciones enfocadas en proveer las capacidades, ingresos y nivel de satisfacción de sus empleados. En empresas que crean empleos, proveen bienes y servicios y que tengan un impacto positivo en la vida de la gente.

Los Millennials reconocen la necesidad de las empresas de ser rentables y de crecer, pero

creen que están demasiado enfocados en esos objetivos. Para los Millennials, las organizaciones con un fuerte sentido de propósito alcanzarán el éxito de largo plazo, mientras que las que no, están en riesgo.

De acuerdo con la encuesta, los empleadores que provean oportunidades de desarrollo de liderazgo como: vincular Millennials con mentores, estimular el balance vida/trabajo, proveer la flexibilidad que permita trabajar a los Millennials donde sean más productivos, darles más control sobre sus carreras, fomentar una cultura que estimule y recompense una comunicación abierta de comportamiento ético incluyente, serán los que más éxito tengan para retener empleados Millennials.



1

2

3

4

5

Los Valores son los tradicionales, y menos comprometedores

Contrario a lo que se piensa, la encuesta encontró que los Millennials no están particularmente influenciados por las “modas” que hay en algunos negocios o empleadores. Los encuestados muestran poco deseo de ser famosos, de tener un alto perfil en medios sociales o de acumular fortuna. En cambio, de forma general, las metas de los Millennials son muy tradicionales. Ellos buscan ser dueños de sus propios hogares, desean compañeros de vida y buscan seguridad financiera que les permita ahorrar lo suficiente para un cómodo retiro.

Su ambición a contribuir positivamente al éxito de sus organizaciones o al mundo en general son altamente calificados.

Al pedirles que señalaran el nivel de influencia que tienen diferentes factores en su toma de decisiones en el trabajo, comentaron: “...mis valores personales y morales” califican primero. La mayoría de los Millennials no tienen problema en mantener su postura al cuestionarlos para hacer algo que entre en conflicto con sus valores personales. Ello incluye Millennials más maduros, cuyo énfasis en valores personales continúa hasta los consejos de administración –sugiriendo que los futuros líderes basarán sus decisiones tanto en sus valores como en logros, metas y objetivos organizacionales específicos.

“En la generación pasada, muchos profesionales cuidaban su relación de largo plazo con el empleador, y pocos habrían soñado con decirle ‘no’ a superiores que les pidieran realizar algún proyecto”, comentó: Renjen. “pero, ahora los Millennials son más independientes y es más probable que antepongan sus valores personales frente a las metas organizacionales. Ellos están redefiniendo el éxito profesional, están administrando proactivamente su plan de carrera, y parece ser que sus valores no cambian a medida que progresan profesionalmente, lo cual tendrá un impacto dramático en cómo se harán negocios en el futuro.”



Hallazgos adicionales de la encuesta incluyen:

- **Una alta correlación entre satisfacción y propósito.** Un cuarenta por ciento de los Millennials muestran alta satisfacción en el trabajo, y 40% planea permanecer con su empleador hasta el año 2020, y afirman que su empleador tiene un alto sentido de propósito empresarial, más allá del éxito financiero. Aquéllos que reportan baja satisfacción o que piensan dejar la empresa antes de dos años nos dan cifras de 22% y 26%, respectivamente.
- **Factores más allá de lo económico impulsan a los Millennials a irse.** El deseo de abandonar su actual empleo dentro de los próximos cinco años es mayor entre los Millennials en mercados emergentes (69%) que entre los de economías desarrolladas (61%). Sin embargo, atípicamente

e incluyendo a Inglaterra con un 71%, sugiere que el deseo de cambiar no es meramente función del clima económico.

- **Empresa como fuerza al servicio del bien.** Los Millennials mantienen en alta estima a la empresa: tres cuartas partes (73%) sostienen que la empresa tiene un alto impacto en la sociedad en su conjunto. Este resultado se mantiene desde 2014 y muestra que a pesar de la desaceleración en ciertas economías locales o regionales, el optimismo de los Millennials sobre el potencial de la empresa en hacer el bien, se mantiene.
- **Descontentos con el desarrollo en materia de liderazgo.** Casi dos terceras partes (63%) de Millennials sienten que sus capacidades de



1

2

3

4

5

liderazgo no han sido desarrolladas por completo, y 71% de aquéllos que piensan dejar su empleo en los próximos dos años, están descontentos en cómo se han desarrollado sus capacidades de liderazgo, 17 puntos más arriba que aquéllos que pensaban quedarse hasta 2020.

- **Enfocados en productividad y crecimiento personal.** Los Millennials desean usar más tiempo discutiendo acerca de nuevas formas de trabajar, desarrollar sus capacidades y ser guiados por mentores.

- **Buscando flexibilidad.** Tres cuartas partes de los Millennials preferirían trabajar desde casa u otras locaciones donde consideran que serían más productivos. Sin embargo, solo a 43% se le ha permitido.

- **Sintiéndose en control.** Tres cuartas partes (77%) de los Millennials se sienten en control de su plan de carrera.

Los líderes globales de Deloitte discutirán la Encuesta de Deloitte sobre los Millennials y el impacto de éstos en empresas y empleadores durante la conferencia del World Economic Forum's en Davos, Suiza, del 20 al 23 enero de 2016.

Acerca de la encuesta

Los hallazgos de la investigación están basados en un estudio realizado por Deloitte Global a cerca de 7,700 Millennials representando a 29 países alrededor del mundo.

Todos los que respondieron fueron nacidos después de 1982, contaban con un grado universitario, empleados de tiempo completo, y predominantemente en empresas grandes del sector privado (más de 100 empleados).

www.deloitte.com/mx

Deloitte se refiere a Deloitte Touche Tohmatsu Limited, sociedad privada de responsabilidad limitada en el Reino Unido, y a su red de firmas miembro, cada una de ellas como una entidad legal única e independiente. Conozca en www.deloitte.com/mx/conozcanos la descripción detallada de la estructura legal de Deloitte Touche Tohmatsu Limited y sus firmas miembro.

Deloitte presta servicios profesionales de auditoría, impuestos y servicios legales, consultoría y asesoría, a clientes públicos y privados de diversas industrias. Con una red global de firmas miembro en más de 150 países, Deloitte brinda capacidades de clase mundial y servicio de alta calidad a sus clientes, aportando la experiencia necesaria para hacer frente a los retos más complejos de negocios. Los más de 225,000 profesionales de Deloitte están comprometidos a lograr impactos significativos.

Tal y como se usa en este documento, "Deloitte" significa Galaz, Yamazaki, Ruiz Urquiza, S.C., la cual tiene el derecho legal exclusivo de involucrarse en, y limita sus negocios a, la prestación de servicios de auditoría, consultoría fiscal, asesoría y otros servicios profesionales en México, bajo el nombre de "Deloitte".

Esta publicación sólo contiene información general y ni Deloitte Touche Tohmatsu Limited, ni sus firmas miembro, ni ninguna de sus respectivas afiliadas (en conjunto la "Red Deloitte"), presta asesoría o servicios por medio de esta publicación. Antes de tomar cualquier decisión o medida que pueda afectar sus finanzas o negocio, debe consultar a un asesor profesional calificado. Ninguna entidad de la Red Deloitte, será responsable de pérdidas que pudiera sufrir cualquier persona o entidad que consulte esta publicación.

© 2016 Galaz, Yamazaki, Ruiz Urquiza, S.C.