

El International Business Report de Grant Thornton obtuvo la opinión de 75 empresas argentinas del mercado medio (entre 50 y 500 empleados) acerca de la incorporación de esta generación a sus equipos. Los famosos "millennials" son motivo de preocupación para las empresas de todas las dimensiones, no sólo porque están empezando a representar una porción cada vez más grande de la fuerza laboral, sino también por las incontables conjeturas que se hacen sobre ellos.

Las empresas, efectivamente, están preocupadas: al 50,7% de las empresas medianas argentinas se les hace difícil atraer y retener millennials. Sólo a un 12% les parece fácil, y al 37,3% restante les es indistinto.

La Gerente de Recursos Humanos de Grant Thornton Argentina, Mariana Amores, opinó acerca de lo que es trabajar con esta generación: "Los millennials ya no buscan un simple trabajo, sino que son ellos los que previamente "seleccionan y eligen" las empresas en donde quieren iniciar o continuar su carrera laboral."

Siempre se menciona el hecho de que en estos jóvenes es más común el salto entre empleos. Sin embargo, el IBR demuestra lo contrario. En la mayoría de las empresas medianas argentinas (62,7%), la tasa de rotación de millennials es inferior al 10%. A esta figura le sigue otro 17,3% cuya tasa de rotación está entre 10 y 30%. Esto quiere decir que el hecho de que los millennials no se quedan en un mismo empleo por mucho tiempo es un mito.

Retener a los millennials puede ser difícil, aunque Amores sostiene que la palabra "retención" ya quedó obsoleta. "Creo que la palabra 'retención' hoy ya no es adecuada y debemos comenzar a hablar de 'elección'. Así como desde las empresas 'elegimos' a aquellas personas que queremos se sumen a nuestras estructuras, debemos ser conscientes de que las personas también deben elegirnos."

A la hora de fidelizarlos, los reclutadores saben qué políticas son las más populares. La lista la encabezan las capacitaciones con un 50% de empresas medianas argentinas que las implementan, seguido de un 25,8% que ofrece horarios flexibles y otro 10,6% que ofrece beneficios no remunerativos como una membresía al gimnasio, descuentos en ciertas marcas y en entretenimiento. Un 13,6% de las empresas no ofrecen ningún tipo de beneficio adicional.

"Múltiples factores son ponderados por los millennials a la hora de aceptar una propuesta laboral," aporta Amores. "Si bien el salario sigue teniendo un peso decisivo, ya no es el único. Los beneficios y la flexibilidad, tanto para conciliar el trabajo con sus estudios, como también poder tener más tiempo libre, y/o la distancia entre el trabajo y su casa, se han vuelto factores muy importantes."

¿A qué se refieren los reclutadores cuando hablan de flexibilidad? Al parecer, muchas personas tienen un concepto erróneo de la modalidad: "Muchas veces pensamos en flexibilidad, asociándola directamente al home office, y solemos caer en un error. Espacios compartidos, oficinas dinámicas e interconectadas, relaciones con equipos de otros países, y cumplimiento de objetivos más allá de la cantidad de horas de trabajo diarias serán un factor diferencial para aquellas empresas que puedan aplicarlo y sin duda un rasgo atractivo y motivador para estas nuevas generaciones."