

Comunicado de prensa– 27 de septiembre de 2016



Barómetro Edenedred-Ipsos 2016: ¿son los *mileniales* realmente tan diferentes de sus colegas de mayor edad en el lugar de trabajo?

Por lo general se describe a los *mileniales*¹ como empleados con espíritu de equipo que tienen dificultad para aceptar una estructura jerárquica y que ya no consideran su salario como la única motivación, sino que buscan un sentido de realización en su trabajo. La imagen más común es la de una generación que busca sobresalir de entre sus mayores, pero que es difícil de definir. La décimo primera edición del barómetro Edenedred-Ipsos, que se llevó a cabo en 15 países entre 14,400 empleados, de los cuales 3,500 tienen menos de 30 años, muestra que la conducta y las expectativas de los empleados más jóvenes se han mantenido constantes, contrario a la creencia popular. Para este grupo, que está más motivado que sus colegas de mayor edad, la compañía ideal debe tener atributos muy similares a los citados por sus colegas con más experiencia. Para la compañía, el problema no es lidiar con esta generación por separado, sino reanalizar los retos de liderazgo en un ambiente que se enfoca cada vez más en el digital, horizontal y multifuncional, tomando en cuenta las especificaciones de los países.



DATOS CLAVE

- **Más de 3,500 empleados menores de 30 años** fueron encuestados en 15 países: Bélgica, Brasil, Chile, China, Francia, Alemania, India, Italia, Japón, México, Polonia, España, Turquía, Reino Unido y Estados Unidos.
- **26% de los mileniales** dice que su motivación en el trabajo incrementa con el tiempo vs. 15% de las personas mayores de 30, una brecha que ya se observaba hace 10 años², con resultados contrastantes dependiendo del país (12% en Francia, 19% en Alemania y el Reino Unido, 26% en Estados Unidos, 30% en Brasil, 32% en China y 58% en India).
- **57% de las personas menores de 30** siente que la compañía ideal es la que da prioridad a recompensar su esfuerzo.
- **59% de los mileniales** espera que sus directivos respeten sus iniciativas.

¹En el barómetro Edenedred-Ipsos, los mileniales (también conocidos como “nativos digitales” o “generación y”) son considerados empleados de menos de 30 años o que nacieron después de 1986.

²Resultados de la encuesta Ipsos RED© 2006 (meta: alcance en empleados a nivel mundial).

LA GENERACIÓN Y NO ES TAN INUSUAL

Después de que el 26% de los mileniales declaró que su **motivación en el trabajo** es cada vez mayor en comparación con el 15% de los empleados mayores de 30, la Generación Y muestra un mayor compromiso con el trabajo que sus compañeros de mayor edad. Los empleados de esta generación también tienen más **seguridad en sus vidas profesionales futuras** dentro de su compañía (26% "muy seguros") que sus colegas de mayor edad (18%).

Sin embargo, contrario a la creencia popular, también se halló que los empleados más jóvenes están más motivados que sus compañeros de mayor edad hace diez años (27% vs. 19% entre las dos generaciones²).

¿Son los mileniales tan diferentes cuando se trata de su relación con los directivos? Los empleados encuestados como parte del barómetro de Bienestar en el Trabajo Edenred-Ipsos revelan que las expectativas son bastante similares: honestidad (misma tasa de 62% para los menores y mayores de 30), justicia (61% para mileniales y 62% para otros empleados) y su capacidad para respetar iniciativas (59% y 58%) son cualidades que buscan como prioridades en sus directores.

Cabe resaltar que también es más importante para ellos sentir que los administrativos los respetan en comparación con los mayores de 30 (35% vs. 28%).

¿Pero qué esperan de sus empleadores? Al igual que todos los empleados, las prioridades se centran en el nivel de desarrollo individual y profesional. Cuando se les preguntó sobre su **compañía ideal**, todos principalmente querían que se reconociera su compromiso y les permitiera desarrollarse. De hecho, **recompensar esfuerzos** ocupó el primer puesto (57% de los mileniales y 62% de los empleados mayores de 30), seguido por **oportunidades de desarrollo** (38% y 34% respectivamente). Las condiciones laborales no son tan importantes como el reconocimiento de los esfuerzos; el deseo de tener una organización menos jerárquica ocupa el último puesto.

Para los menores de 30, los principales retos a los que se enfrentan las compañías son **manejo de talento** (32% mencionó la lealtad, 29% contratación), **atención al aspecto humano** (respeto por una vida equilibrada: 28%, riesgos psicosociales: 27%) o **administración del cambio** (27%), mientras que estos aspectos fueron citados en menor proporción por sus colegas de mayor edad. Sin embargo, **el tratamiento especial para los mileniales** no parece ser una prioridad para esta generación: la administración intergeneracional ocupó el último puesto con 15%.

Otra idea errónea salió a la luz: **la importancia que se da a la vida privada** como una especificación de los más jóvenes. Los mileniales encuestados consideraron el equilibrio laboral-personal como una de sus principales preocupaciones (28%), en una proporción similar a la de sus colegas de mayor edad (29%), pero pusieron más énfasis en los retos relacionados con las nuevas tecnologías y la "conexión permanente".

DIFERENCIAS MÁS CULTURALES QUE GENERACIONALES

Por lo tanto, en general, los mileniales sólo sobresalen un poco más de sus colegas de mayor edad; se pueden notar algunas diferencias significativas por país, pero sólo en ciertos criterios. Esto es especialmente cierto para las expectativas que tienen que ver con la compañía. En Brasil, las buenas condiciones laborales son un factor clave al elegir una compañía (40% entre los menores de 30 y 32% entre los mayores de 30), a diferencia de China, donde la flexibilidad es primordial (31% vs. 19%), y Francia, donde se hace más énfasis en la diversidad (10% vs. 7%).

Aunque las diferencias no son siempre generacionales, algunas veces son culturales, sin importar a qué grupo de edad nos refiramos. **Las diferencias en las tendencias de motivación en el lugar de trabajo** hablan por sí solas: entre los empleados en Francia, por ejemplo, sólo el 12% de los mileniales cree que está incrementando con el tiempo (uno de los niveles más bajos del grupo), vs. el 19% en Alemania y el Reino Unido, 26% en Estados Unidos, 30% en Brasil, 32% en China y 58% en India.

EL RETO REAL: ADMINISTRACIÓN EN UN MUNDO DIGITAL

La experiencia digital precoz de los mileniales probablemente haya formado su conducta, pero no hasta el punto de diferenciarlos radicalmente de sus colegas de mayor edad en términos de su relación con el trabajo.

Las oportunidades de desarrollo y la atención que se presta a los empleados siguen siendo las expectativas primordiales para los menores y mayores de 30. De forma similar, **el manejo de talento, la atención que se**

presta a empleados y la administración del cambio son los principales retos a los que se enfrentan las compañías que identificaron los empleados para los próximos años (sin importar la edad) – por encima de la diversidad, las relaciones intergeneracionales y la digitalización, lo cual sin duda ya se considera como integrado en términos de herramientas.

Más que una confrontación generacional, el principal reto es la capacidad de las compañías de cubrir las expectativas de sus empleados en un ambiente donde la tecnología digital desempeña un papel cada vez más importante en su vida diaria.


"Como experto en prestaciones para empleados, la prioridad de Edenred es el bienestar en el lugar de trabajo, por lo que brinda una gran variedad de herramientas y soluciones a las compañías que buscan atraer y retener talento. El barómetro Edenred-Ipsos muestra que, más allá de la brecha generacional, los empleados más que nada esperan recibir apoyo para desarrollarse y ser reconocidos por su compromiso, y en niveles que varían significativamente según el país. En un ambiente cada vez más digital, adaptar métodos administrativos es un reto cada vez más grande en todos los niveles de la compañía", dice Jeanne Renard, Vicepresidenta Ejecutiva de Recursos Humanos y Responsabilidad Social Corporativa en Edenred.

"El reto clave es desarrollar las capacidades de liderazgo de los directivos, en un mundo en evolución que se enfoca cada vez más en lo virtual, horizontal y multifuncional para poder crear las condiciones para que los empleados se comprometan al máximo, sin importar a qué generación pertenezcan", dice Antoine Solom, Director Administrativo de IPSOS LEAD.

EDENRED-IPSOS BAROMETER

Como líder mundial en el mercado de prestaciones para empleados, Edenred ha desarrollado durante más de 50 años una gran variedad de herramientas para entender las tendencias sociales. La 11ª edición del barómetro Edenred-Ipsos sobre bienestar de empleados se llevó a cabo en enero de 2016 entre una muestra de 14,400 empleados en Bélgica, Francia, Alemania, Italia, Polonia, España, Turquía y el RU, y, por primera vez este año, en Brasil, Chile, China, India, Japón, México y Estados Unidos. Como parte del barómetro, se encuestó a más de 3,500 empleados "mileniales" de entre 18 y 30 años de edad.

Siga el barómetro Edenred-Ipsos en Twitter: [#WBWbarometer](#) (barómetro de bienestar en el trabajo)

 **+ 100,000**
employees have been surveyed
since the first barometer

Acerca de Edenred

Edenred es líder mundial y nacional en el campo de soluciones que mejoran la eficacia de las organizaciones y el poder adquisitivo de las personas. Sus soluciones garantizan a las empresas que sus fondos se asignan a un uso específico, permitiendo la gestión de: Beneficios para Empleados, Gastos Profesionales y Recompensas e Incentivos. Actualmente opera en 42 países, con 6,300 colaboradores, atiende a 660,000 clientes privados y públicos, 1.4 millones de comercios afiliados y 41 millones de beneficiarios.

Edenred en México, cuenta con 35 años de presencia atendiendo en la actualidad a más de 30 mil empresas clientes, 3 millones de beneficiarios y más de 40 mil comercios afiliados a sus soluciones. Más información en [edenred.com.mx](#) | [facebook.com/EdenredMx](#) | [twitter@EdenredMexico](#) | [LinkedIn](#) como [EdenredMéxico](#)

Contactos para medios:

Olivia Castañón

Tel. 5010-3200

olivia.castanon@porternovelli.com

Mariana Gálvez

Tel. 5010-3200

mariana.galvez@porternovelli.com

Acerca de Ipsos

Ipsos, la firma de investigación líder en Francia experta en conocimientos relacionados con la conducta de consumidores, ciudadanos y empleados, trabaja en todos los sectores empresariales. Desde 1975, nuestros expertos han ayudado a publicistas, tomadores de decisiones e instituciones con estrategias de marketing, retos de RH, posicionamiento de comunicación y estudios de opinión.

En Ipsos, nuestra pasión son los individuos, los mercados, las marcas y la sociedad. Ayudamos a nuestros clientes a navegar con mayor rapidez y facilidad en un mundo que se enfrenta a profundos cambios, y les damos la inspiración necesaria para tomar decisiones estratégicas. Nosotros cambiamos el terreno del juego.

Para leer las noticias más recientes de Ipsos, visite la página www.ipsos.fr