

LA GENERACION Z (MILLENNIALS?) EN EL ESTUDIO Y EN EL TRABAJO

Lucía Inés Brottier, Facultad de Ingeniería UNCuyo, lucia.brottier@ingenieria.uncuyo.edu.ar

Elena Calíguli, Facultad de Ingeniería UNCuyo, elena.caliguli@ingenieria.uncuyo.edu.ar

Horacio Manzur, Facultad de Ingeniería UNCuyo, hmanzur@fing.uncu.edu.ar

Resumen—Definimos como objeto de esta investigación a la Generación Z considerando los jóvenes nacidos entre 1990 y 2000 que tienen entre 18 y 28 años. También se los puede denominar Millennials ya que son nativos digitales que empiezan a desarrollarse en el ámbito laboral al partir de este milenio. Nos planteamos tres preguntas de investigación. La primera es cómo perciben los docentes a esta generación. La segunda es como los perciben las organizaciones al incorporarlos como fuerza laboral y la tercera es cómo se perciben a si mismos estos jóvenes, cuáles son sus preferencias y expectativas? Como metodología de relevamiento de datos - además de la consulta bibliográfica - hemos realizado encuestas a 401 jóvenes en este rango etario, a 55 Docentes Universitarios y entrevistas a 52 responsables de Recursos Humanos. Las conclusiones nos evidencian que son jóvenes participativos, multitarea que se adaptan a trabajar en red, pero fuertemente comprometidos con sus preferencias y expectativas a la hora de estudiar y trabajar y nos da oportunidad a docentes y empleadores de proponer estrategias que los ayuden a potenciar sus fortalezas y transformar sus debilidades.

Palabras clave— *trabajo, enseñanza, jóvenes.*

1. Introducción

Puede ser que no nos resulte cómodo encuadrar a las personas en categorías de análisis, sin embargo para poder facilitar el estudio proponemos identificar las categorías a través de generaciones. Actualmente encontramos en las organizaciones la convivencia de cinco generaciones que identificamos a continuación. Si bien las fechas no son taxativas, y depende de los autores que consultemos, se los puede encuadrar como *Veteranos* a los nacidos entre 1940-1950, muchos de los cuales actualmente son los dueños o fundadores de empresas o están en puestos decisorios, por lo cual tienen todavía gran influencia. Algunos representantes de esta generación son el Papa Francisco, Donald Trump o Frederick Smith (FedEx). La generación de los *Baby Boomer* se puede encuadrar entre 1951-1960 y que se encuentran en puestos de alta gerencia y dirección, como Vladimir Putin, Tim Cook (Apple) y William Gates (Microsoft). Sigue la Generación X (entre 1961-1975) con referentes como Jeff Bezos (Amazon) y Larry Page (Google). La Generación Y puede ser considerada con los nacidos entre 1976 y 1990 y en este caso Mark Zuckerberg es un representante indiscutible de los “Y”. Nuestros alumnos - quienes están hoy en las aulas universitarias - y los jóvenes profesionales empiezan ya a ser parte de la Generación Z y hemos

considerado a los jóvenes nacidos desde 1990 en adelante. La denominación Millennials se aplica en cierto modo a quienes son nativos digitales - siguiendo a Prensky y sus definiciones y estos jóvenes empezaron a desarrollarse en el ámbito laboral al partir del 2000. Para nuestro proyecto de investigación seleccionamos a los jóvenes nacidos entre 1990 y 2000 es decir que tienen entre 18 y 28 años a los efectos de facilitar el análisis.

2. Grupos de Interés y Metodología de relevamiento

Nos planteamos tres preguntas de investigación para conocer más a esta Generación Z.

La primera pregunta se refiere a los procesos de enseñanza aprendizaje y cómo perciben los docentes universitarios a esta generación, formas de aprendizaje y uso de nuevas herramientas pedagógicas.

La segunda pregunta es como los perciben las organizaciones al incorporarlos como fuerza laboral, qué competencias aportan y si tienen estrategias particulares para atraer, motivar y retener a los jóvenes Z.

La tercera pregunta de investigación es cómo se perciben a sí mismos estos jóvenes, cuáles son sus intereses, preferencias y expectativas, cómo prefieren estudiar y qué buscan en el trabajo profesional.

Utilizamos diferentes instrumentos de relevamiento de datos que se indican a continuación:

Para conocer la opinión de los docentes preparamos y realizamos una encuesta electrónica a 55 docentes universitarios, todos de la ciudad de Mendoza, de universidades públicas y privadas. En la misma les consultamos sobre su percepción de las características de los jóvenes Z si las consideran fortalezas o debilidades, los principales intereses y formas de aprendizaje. Indagamos desde el rol docentes las prácticas pedagógicas utilizadas y las competencias transversales que se proponen en el dictado de la asignatura de modo que los alumnos puedan apropiárselas.

Para conocer qué piensan las organizaciones con respecto a los jóvenes Z que se incorporan a la fuerza laboral, preparamos y realizamos una entrevista a 51 responsables o analistas de las Áreas de Recursos Humanos de empresas de Mendoza, la mayor parte privadas (92%) y sólo algunas pertenecientes a organizaciones estatales (8%) que refieren las mismas opiniones no resultando una variable sensible si la organización es privada o pública. Les consultamos sobre las fortalezas o debilidades de esta generación para su desempeño laboral, los intereses más relevantes de estos jóvenes empleados y qué es lo que más desmotiva a esta generación en su experiencia laboral. También les consultamos sobre los programas, beneficios y prácticas de Recursos Humanos para la gestión de estos jóvenes y si difiere de otras generaciones y por otra parte cuales son las competencias más buscadas por las organizaciones en sus jóvenes profesionales.

También para conocer los requerimientos y las ofertas de las empresas se realizó un relevamiento desde las páginas web de 102 organizaciones, todas ellas privadas que están en Argentina y como criterio de selección de las mismas, contratan a ingenieros industriales. El relevamiento de las empresas argentinas también colaboró con las ofertas de las mismas a los jóvenes y con la identificación de las expectativas de competencias de estos jóvenes que evidencia en sus búsquedas y requerimientos.

Finalmente para los alumnos realizamos también una encuesta vía google doc y la distribuimos en grupos de Facebook de las Facultades de Universidad Nacional de Cuyo y a través de Whatsapp entre contactos de los alumnos para alcanzar a egresados totalizando 435 encuestas de las cuales 401 resultaron en el rango del proyecto de investigación. En la misma consultamos por sus motivaciones, tomando como referencia algunas encuestas realizadas a jóvenes por otras instituciones, sus expectativas laborales y sus preferencias de formas de aprendizaje. Para esta última consulta tuvimos en cuenta el modelo de Felder y Silverman de estilos de aprendizaje.

Como las encuestas se realizaron en el ámbito de la Facultad de ingeniería entre alumnos y egresados es mayor el porcentaje. El resto de los encuestados son de otras carreras De los jóvenes encuestados el 45% correspondió a carreras de ingenierías, 13% a disciplinas de la salud, 11% a carreras docentes, 10% a contadores o administradores de empresas, y el resto a otras diferentes formaciones como abogacía y arquitectura. Sin embargo por considerar desde este análisis que se trata de un tema generacional la intención fue aumentar la muestra de jóvenes (para lo cual se publicó la encuesta en las páginas web de otras facultades)

Por tratarse de una investigación cuanti-cualitativa si bien se indica los porcentajes de mujeres y hombres encuestados, no ha sido la intención considerar la variable sexo para la sensibilización de los resultados en esta oportunidad. El 65% de los encuestados fueron mujeres y el resto hombres, lo que refleja aproximadamente la población de la Universidad Nacional de Cuyo (Estadísticas Publicadas 2014 por la Secretaría de Políticas Públicas y Planificación indica 62% de mujeres y 38% de hombres. Con respecto al nivel de estudios el 75% universitarios incompletos o en curso y el 25% universitarios completos de los cuales 1,7% tienen estudios de posgrado. El 46% se encuentra trabajando actualmente. De ellos el 59% en relación de dependencia, el 27% independiente y el 14% restante realiza ambas formas de trabajo.

Con respecto a cómo se enteran de lo que sucede en el mundo se asignó un 84% a las redes sociales, 74% a los diarios on line, 58% a la televisión y el 23% a la radio siendo seleccionado solo por un 9% los diarios impresos. Con respecto a la tecnología el 18% considera que hace un uso excesivo, el 61% un uso elevado y el 20% moderado.

3. Resultados obtenidos y análisis sobre los jóvenes Z

Analizamos las características de los jóvenes de esta generación desde tres perspectivas diferentes: cómo se ven a sí mismos, como los ven los docentes y como los ven las áreas de Recursos Humanos de las organizaciones.

¿Cómo se ven a sí mismos los jóvenes Z?

Con respecto a lo qué es más importante se obtuvo la siguiente jerarquía: en primer lugar la familia con un 70%; en segundo lugar los amigos con 44%. En tercer lugar aparece el trabajo con 31% y en cuarto lugar lo económico con un 26 %. El quinto y sexto lugar se encuentran a la par con los hobbies (25%) y el deporte (32%) y los intereses religiosos se encuentran en el último lugar (el 61% de los encuestados ubicó a los intereses religiosos como lo menos importante)

Con respecto a los *intereses* se propusieron cuatro:

Participar en política, participar en acciones solidarias, hacer carrera en la empresa y tener su propio emprendimiento. Cada uno de estos intereses podía valorarse como: *Me interesa mucho, me interesa bastante, participo actualmente, me interesa poco o no me interesa.*

Se obtuvieron los siguientes resultados:

- Participar en política no les interesa o les interesa poco al 76% de los encuestados, mientras que sólo el 16% indicó que le interesa bastante y 4,8 % participa actualmente.
- Participar en acciones solidarias les interesa mucho o bastante al 64 % mientras que realmente lo hace el 11% de los encuestados.
- Hacer carrera en una empresa tiene el 73% de interesados y tener un propio emprendimiento llega al 79% mientras que un 7% de los encuestados ya tiene su propio emprendimiento.

Con respecto a las *prioridades* en la vida de estos jóvenes se propusieron seis: Tener una familia, tener un trabajo que les guste, acceder a una buena educación, disfrutar de los amigos, viajar y conocer el mundo y llevar una vida saludable. Cada una de estas prioridades podía valorarse como: *Muy importante, importante, poco importante y nada importante.* Los resultados evidencian que:

- Tener una familia es la principal prioridad para el 48% mientras que no les interesa al 24%
- La segunda prioridad más seleccionada fue tener un trabajo que les guste con el 61% y la tercera acceder a una buena educación con el 54%
- Disfrutar con amigos ocupa el cuarto lugar (27%) seguido de viajar
- Llevar una vida saludable fue seleccionada en último lugar por el 27%

Los factores necesarios para conseguir trabajo consideran los jóvenes que son en orden de importancia la formación el 41%, la experiencia laboral el 30.5 % y los contactos personales el 22%.

¿Cómo ven los docentes a los jóvenes Z?

La consulta a los docentes sobre cómo perciben esta Generación Z reveló las siguientes características como fortalezas: capacidad de trabajar en equipo en un 67%; tolerantes e inclusivos en un 62%; capaces de multitareas en un 60%, participativos en un 58%; protagonistas y creativos puntuados con un 53% y tienen la necesidad de feedback constante 44%.

Como debilidades de los Jóvenes Z se identifica en primer lugar la comunicación y expresión escrita en un 76%; dispersos en un 65%, la impaciencia y la comunicación y expresión oral se equiparan en un 64%; poca capacidad de concentración en un 62%; poco autosuficientes en un 47% y que requieren resultados inmediatos en un 45%.

Las características de autodidactas, consumistas y estructurados no se evidencian como distintivas de esta Generación Z para los docentes.

Con respecto a las competencias transversales que los docentes tratan de desarrollar en sus cátedras para estos jóvenes se advierten: la capacidad de toma de decisiones en el 87% de los casos; la creatividad en el 80%; la capacidad de organización y

administración del tiempo en el 67% y con 55% puntúan a la autonomía y la construcción de relaciones.

¿Cómo ven las áreas de Recursos Humanos de las organizaciones a los jóvenes Z?

En primer lugar, se listó una serie de características de esta Generación Z (Millennials) y se solicitó al Personal de RRHH que indicara si las consideraba fortalezas, debilidades o si creía que no eran propias de estos jóvenes. Se registraron como fortalezas las capacidades de trabajar en grupo, autodidactas, creativos, participativos y multitareas. También su nivel de inglés como segundo idioma, la disponibilidad para viajar y para radicarse en otras ciudades y su interés por la formación. Como debilidades se catalogaron la falta de concentración, la impaciencia, ser poco estructurados y la comunicación y expresión oral. No se identifican como propios de esta generación el respeto, la responsabilidad y el consumismo. Como se puede apreciar coincide con la percepción de los docentes en gran parte.

A continuación, se pidió que se identificaran los tres factores que consideraban que más les interesaban a los jóvenes profesionales, resultando hacer lo que les gusta, la flexibilidad horaria y la remuneración económica y los beneficios.

Las cinco competencias más valoradas por las organizaciones fueron: inteligencia emocional, toma de decisiones, compromiso, creatividad-innovación y trabajo en equipo.

Sobre la opinión de estos jóvenes el 99% está de acuerdo que no buscan un trabajo de por vida; el 72,5% que requieren respuestas inmediatas. El 68,5% los percibe como emprendedores, que prefieren ser sus propios jefes y que priorizan los aspectos sociales y recreacionales. El 65% considera que poseen expectativas por sobre sus competencias actuales y que tienen temor a elecciones definitivas porque pierden otras opciones, como así también el 53% está de acuerdo que estos jóvenes piensan que merecen una atención preferencia y que requieren feedback frecuente y orientación en sus tareas. Un 47% finalmente apuesta a que su forma de pensar va a ayudar a cambiar al mundo para mejor.

4. Los Z y el aprendizaje

Formas de estudiar para aprender que utilizan

También relevamos las preferencias de los jóvenes con respecto a las formas más efectivas para aprender y obtuvimos la siguiente escala de prácticas: leer es la preferencia más seleccionada, seguida de resolver problemas, ver videos y escuchar la clase con la misma valoración, sigue escribir y finalmente trabajar en grupo.



Figura 1. Trabajo en equipo.
Elaboración propia

Con respecto a con quién estudiar el 49% prefiere estudiar solo, el 42% con otra persona y sólo el 9% con un grupo. También el 29% prefiere utilizar un pizarrón al estudiar, el 45% lo hace en vos alta y el 26% leyendo en silencio.

También el 58% estudia por apuntes propios, 32% por libros y el 10% por apuntes de compañeros. El 61% estudia con un plan diario mientras que el 19% según el interés de los temas y el 20% no planifican sino que se prueban si llega a la fecha de examen.

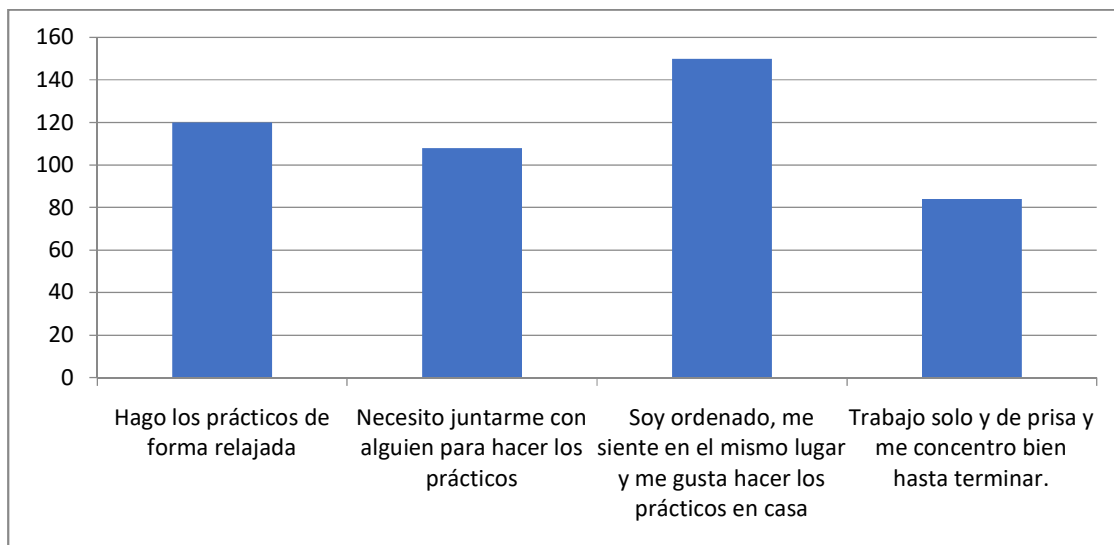


Figura 2. Método de estudio.
Elaboración propia

Apreciaciones sobre las expectativas en la etapa universitaria

Preguntamos diferentes aspectos del proceso de enseñanza aprendizaje que involucran expectativas, preferencias e intereses con los siguientes resultados:

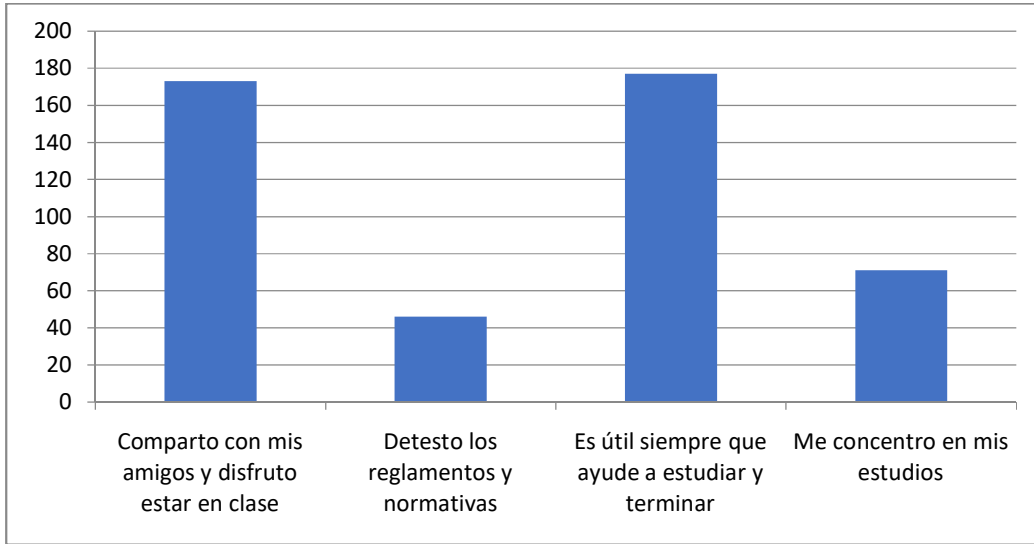


Figura 3. Aspecto de la vida universitaria
Elaboración propia

Resultó más valorada la vida universitaria cuando colabora con el estudio y la finalización de carrera, seguida muy de cerca el compartir con amigos y disfrutar de las clases. Y aprecian a los profesores dedicados que conocen sus materias y preparan las clases haciéndolas interesantes

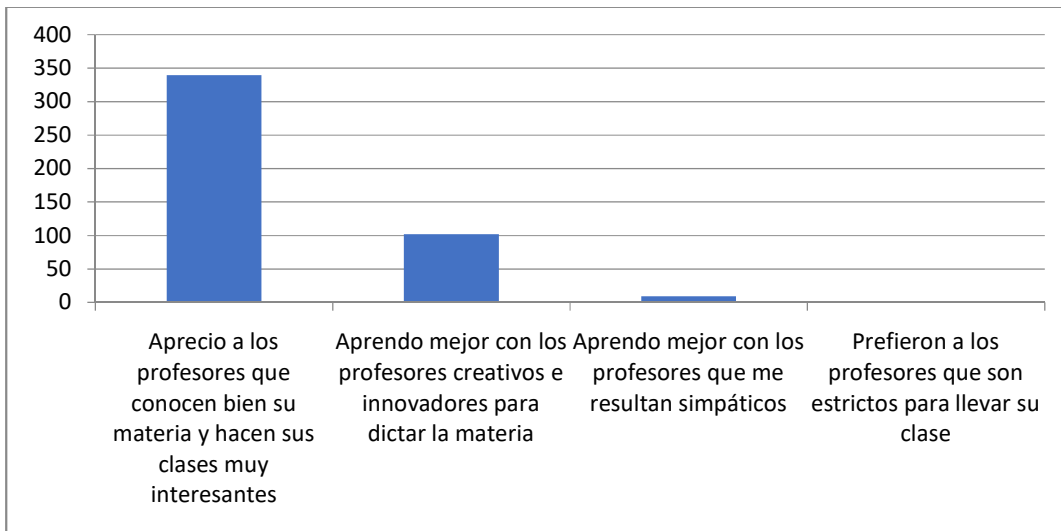


Figura 4. Relaciones con los profesores
Elaboración propia

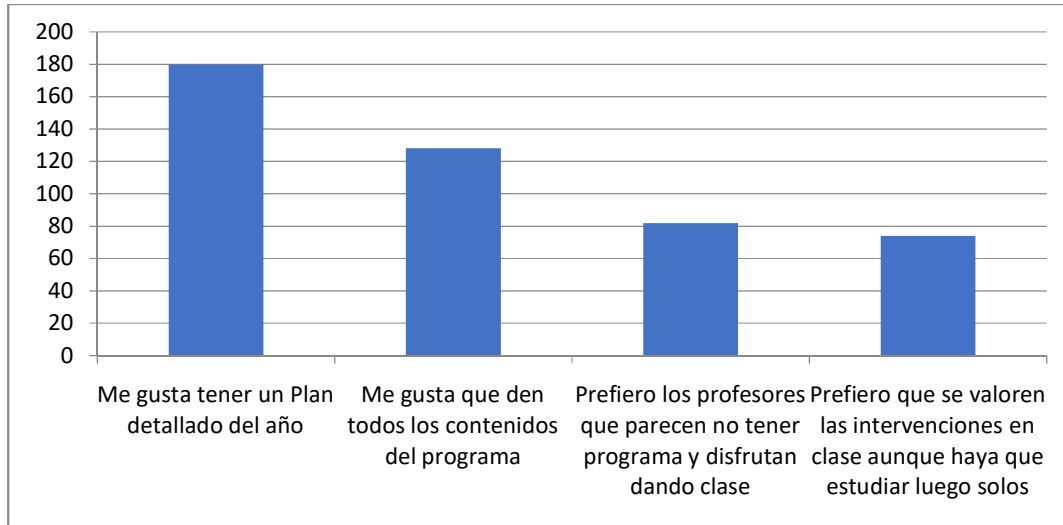


Figura 5. Conocimiento del programa
Elaboración propia

La mayoría prefiere contar con el plan detallado de trabajo y que se den todos los contenidos propuestos y asistir a las clases contando con el material de estudio.

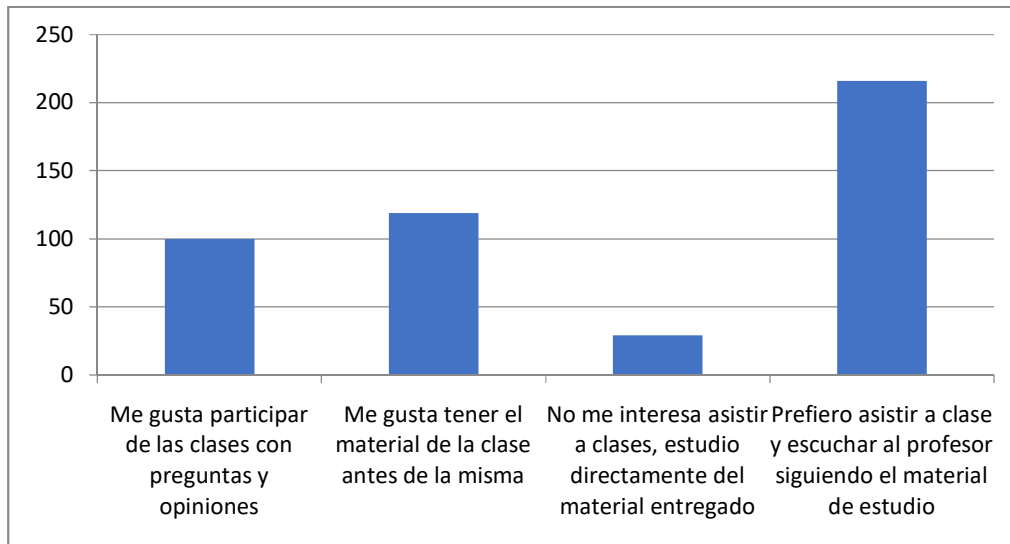


Figura 6. Preparación de las clases
Elaboración propia

La resolución de los exámenes se divide principalmente entre hacerlo en el orden que se presentan las preguntas y el análisis de todo el contenido del mismo antes de su resolución.

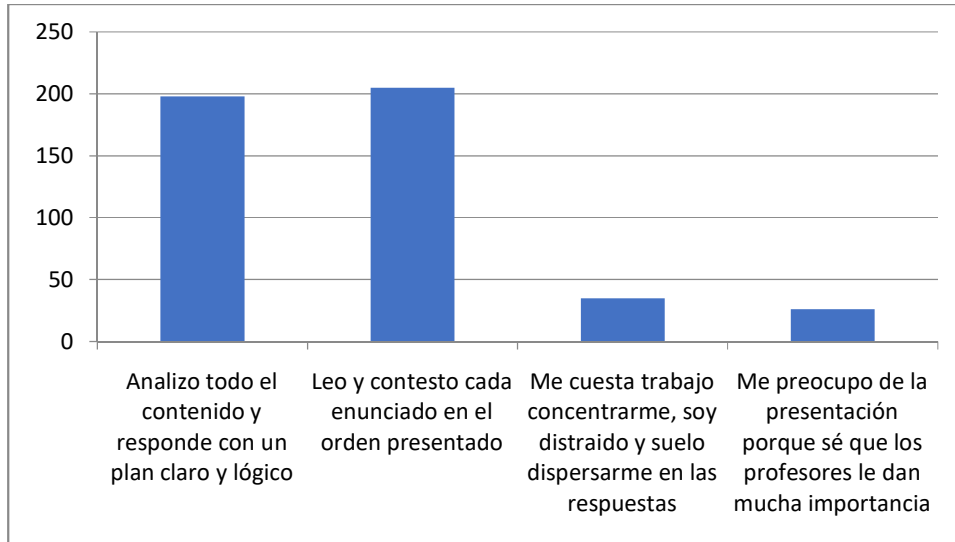


Figura 7. Actitud durante un examen
Elaboración propia

Las calificaciones tienen diferente importancia según sea quien ha respondido la encuesta. Y las materias preferidas tal vez por la muestra encuestada tuvieron un alto puntaje las lógicas y las creativas.

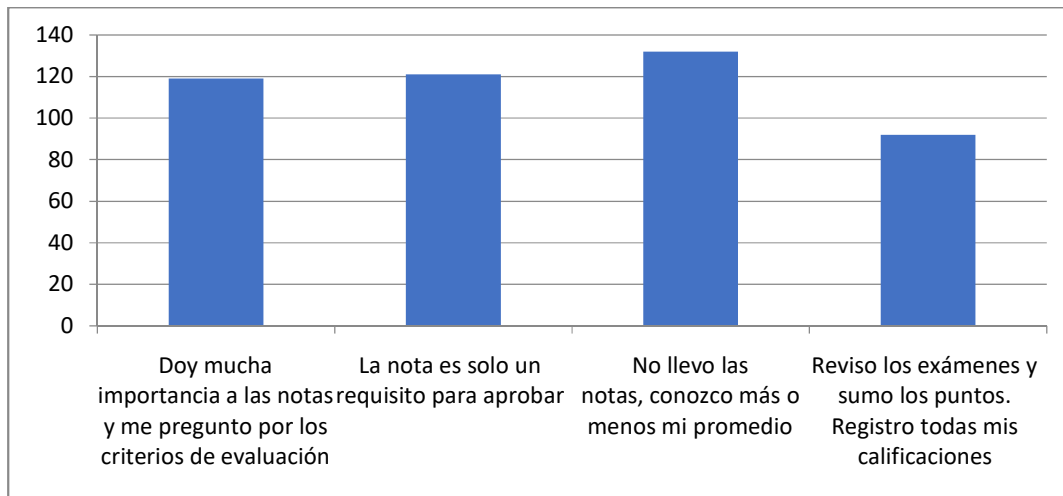


Figura 8. Importancia de las calificaciones
Elaboración propia

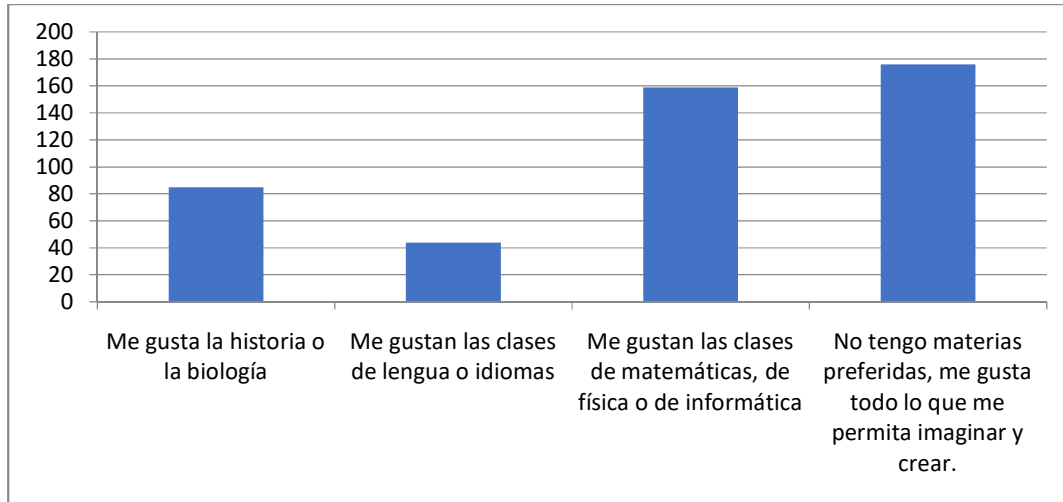


Figura 9. Materias preferidas
Elaboración propia

5. Los Z y su inserción laboral

Nuestros jóvenes Z tienen ideas bien definidas con respecto al trabajo profesional.

La primera pregunta sobre la jerarquía de factores que les lleva a elegir el lugar para trabajar estuvo encabezada por hacer algo que les guste y la posibilidad de desarrollo personal seguido por la remuneración y el clima laboral y los compañeros de trabajo. La flexibilidad en las tareas y la relación con los jefes fue la menos seleccionada. El 57% está dispuesto a trabajar en cualquier lugar del mundo mientras que un 28% prefiere quedarse en Mendoza.

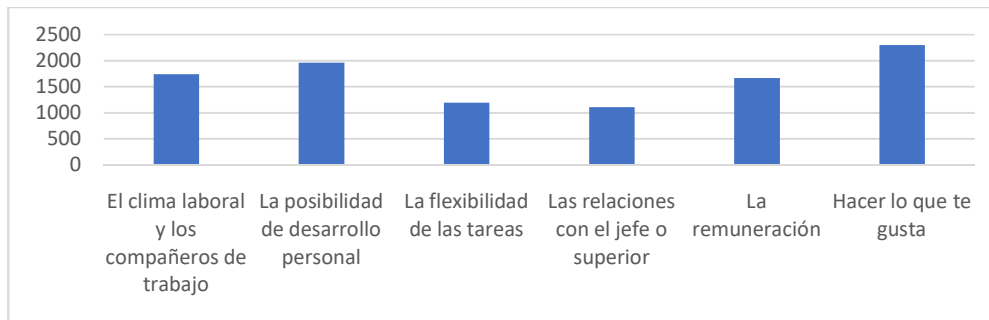


Figura 10. Ponderación de los factores de elección del lugar para trabajar
Elaboración propia

En la apreciación sobre los beneficios más importantes que les aporta el trabajar coinciden en el mantenimiento económico y realizarse como profesional seguido de aprender y ahorrar para otros gastos para finalmente contribuir a una propuesta de valor y tener amigos.

La Generación Z (Millenials?) en el Estudio y en el Trabajo

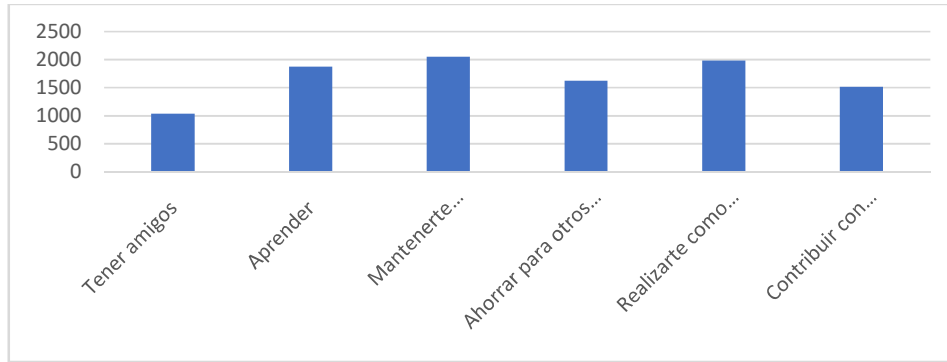


Figura 11. Ponderación de los beneficios más importantes de trabajar
Elaboración propia

Los valores que se construyen en el lugar de trabajo son importantes considerando el buen trato como una prioridad, la confianza, la orientación y el acompañamiento y la transparencia.

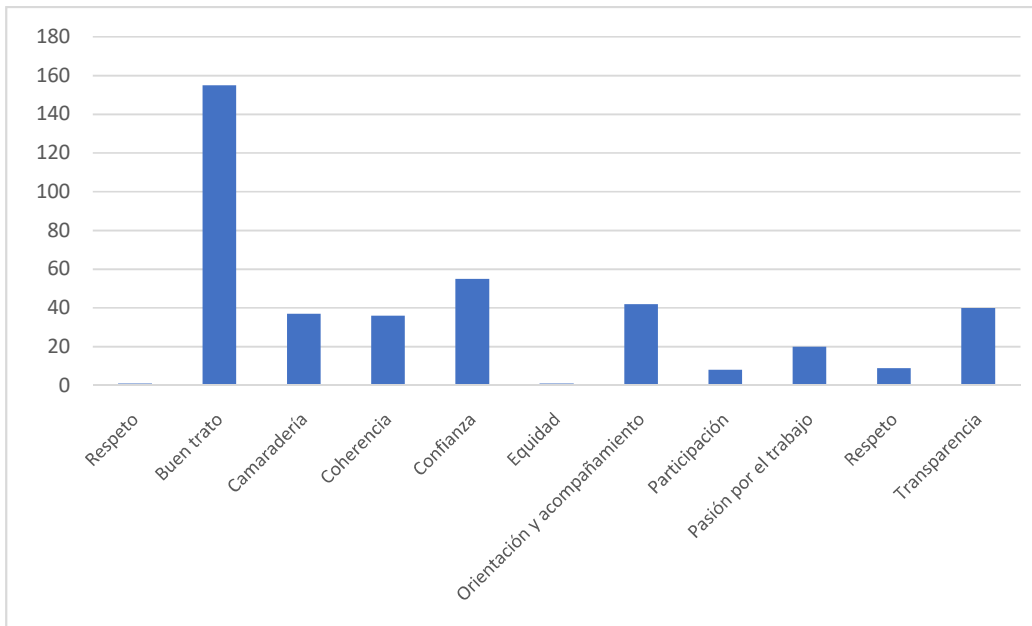


Figura 12. Valores más importantes del lugar de trabajo
Elaboración propia

Finalmente los factores más desmotivantes son el mal clima laboral, el bajo salario y la falta de oportunidades para el desarrollo.

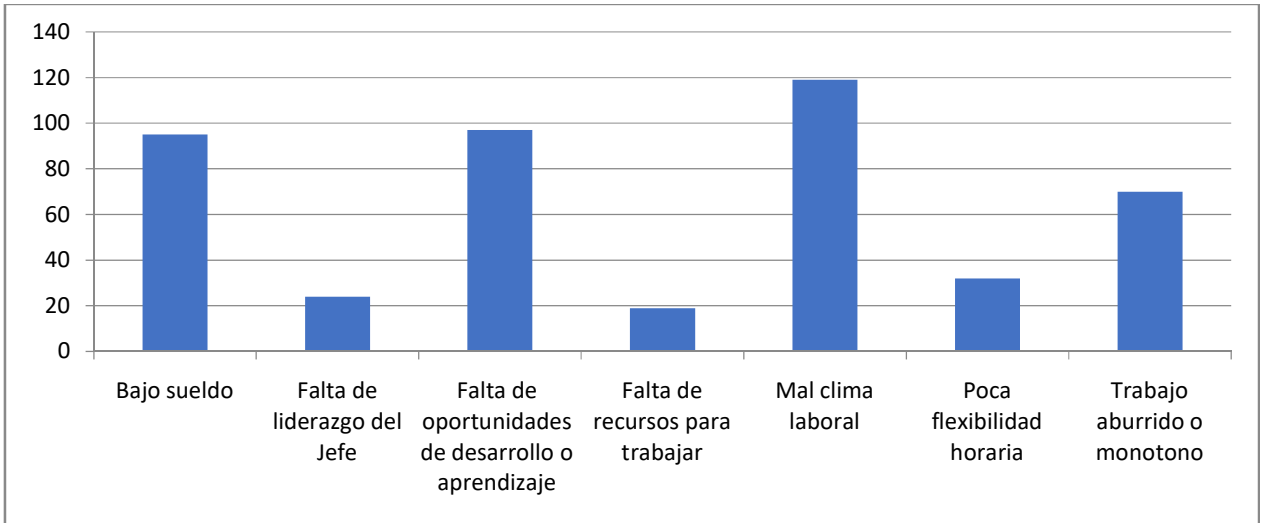


Figura 13. Factores más desmotivadores del lugar de trabajo
Elaboración propia

Y siguiendo a las preguntas que proponen en sus encuestas la organización “El buen lugar para trabajar” identificamos que en cinco años solo el 9% se imagina en el mismo puesto, el 14% en otro puesto de la misma organización, el 41 % en otra organización y 36% en un emprendimiento propio.

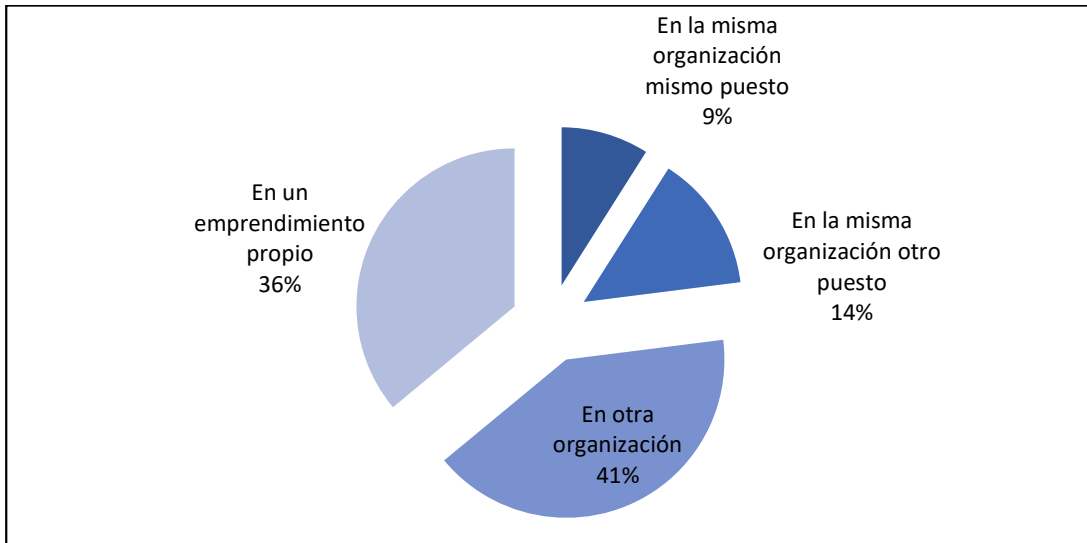


Figura 14. Dónde se ven en 5 años
Elaboración propia

6. Conclusiones

Hemos avanzado en tipificar diferentes características de la Generación Z desde ellos mismos, desde los docentes y los responsables de recursos humanos que hemos compartido en este trabajo. También sus apreciaciones sobre el estudio y los procesos de aprendizaje y sus expectativas y preferencias a la hora de insertarse laboralmente.

Las empresas ven a la Generación Z como un gran interrogante porque no llegan a comprender como conjugan ideales con intereses y ven con angustia su perfil porque presienten que su permanencia en la misma no está asegurada por un buen nivel de ingresos monetarios. Las empresas esperan de los GZ un nivel de compromiso institucional que estos no están dispuestos a satisfacer a costa de la frustración de sus expectativas. El máximo aporte es el hacer uso de la creatividad en la solución de problemáticas reales.

Los docentes perciben fortalezas y debilidades y algunos están trabajando para adecuar sus métodos pedagógicos al desarrollo de competencias transversales.

Queda un largo camino por recorrer para avanzar en propuestas que contengan esta Generación desde la formación y lo laboral y les brinde las oportunidades de desarrollar al máximo sus fortalezas y aprender de sus debilidades.