



Estrategias para la Retención de Millennials



Diciembre de 2018, Bogotá.

Ha sido un buen año. La satisfacción de los empleados ha sido una de las máximas prioridades de la organización, las iniciativas se desarrollan desde varios frentes.

Llegan los resultados de la última encuesta de satisfacción, miras los números... debe haber un error.

A pesar de los esfuerzos, la retención del talento humano (en particular el TH joven) sigue siendo un problema.



¡Bienvenidos!



Este documento le ayudará a entender nuevas variables a incluir en la conversación organizacional de la retención del talento.

Un entendimiento profundo de sus necesidades y expectativas le ayudará a configurar las estrategias más asertivas en la retención de *Millennials*.

Agenda

Caracterización de las generaciones

El ADN de los *Millennials*

Paso 1: Atraer al Talento Joven

Paso 2: Comprometer al Talento Joven

Paso 3: Retener al Talento Joven

Caracterización de las Generaciones

Generación Silenciosa



1920 - 1945

Vivió un tiempo dramático en la historia de la humanidad: la Gran Depresión en Norteamérica que afectó a las economías mundiales, el auge del nazismo y la Segunda Guerra Mundial. Estos hechos enmarcaron el crecimiento y consolidación de un modelo de vida donde se valoraba el trabajo en equipo y el sacrificio para alcanzar las metas, mientras reinaba la austeridad y el silencio.

Baby Boomer



1946 - 1964

Vivieron las grandes crisis y revoluciones de la historia contemporánea, vieron llegar al hombre a la luna y atestiguaron el cambio de la televisión de blanco y negro a color. Aunque un gran número de ellos aún trabaja, la mayoría se aproxima al retiro.

Generación X



1965 - 1979

Sus integrantes han buscado un mejor nivel educativo que el de la generación previa, colocando mayor énfasis en la calidad de vida y cuidado de la salud. Promoviendo el emprendimiento y fomentando los desarrollos tecnológicos.

Millennial (Y)



1980 - 2000

Las personas nacidas a partir de 1980 rompen los modelos tradicionales que definen a las dos generaciones anteriores.

Gen 2020 (Gen Z)



2000 +

...

El ADN de los *Millennials*

La curiosidad hizo al *Millennial*



Los *Millennials* necesitan conocer la razón de ejecutar una tarea, antes de hacerla. Prefieren entender el valor de las acciones de una manera anticipada. ¿Por qué deben invertir su tiempo en la tarea y cómo aportan al objetivo principal del negocio?

Expertos en tecnología



El *World Wide Web* ha nacido, marcando el comienzo de la revolución tecnológica. Los *Millennials* son considerados "nativos digitales" del mundo. Son la primera generación 'siempre conectada' de la historia.

Expectantes de nuevos roles



En promedio, los *Millennials* están en un rol por tres años. Con el alto nivel de networking, comparación con sus pares y posibilidades de búsqueda de trabajo *online*, no es sorprendente entender que los *Millennials* estén ávidos para su próximo reto.

Todo es aceptado y
todo es incluyente



Ha sido expuesta a una gran cantidad de culturas, personas, oportunidades de desarrollo e información en comparación con generaciones anteriores. No solo esto los ha convertido en ser más tolerantes a la diversidad, sino también en el más probable de los casos, a lugares de trabajo.

El equilibrio
es todo



La Generación X esperaba equilibrio en su vida laboral, la Generación Y o *Millennial* simplemente lo demanda. Si es posible para uno, es posible para todos y con tanto que sucede fuera de sus vidas laborales, lo esperan como norma en cualquier tipo de trabajo.

No preguntes,
obtenlo!



Los *Millennials* tienen más confianza cuando se trata de desafiar al sistema. Tienen menos miedo de hacer preguntas, hacer comparaciones o cuestionar "la norma" de las cosas. Si están pensando algo, lo más probable es que lo expresen.

Paso 1.

Atraer

Comprometer

Paso 2.

Retener

Paso 3.

Paso 1.

Atraer

1. Flexibilidad
 - Horarios
 - Vacaciones
 - Espacio físico
2. Cultura
 - Principios y valores
 - Código de vestuario
3. Disfrutar el trabajo
 - La experiencia del empleado
 - Puntos de dolor que los frustra
 - Espacios amigables

1. Impacto - Contribución
2. *Mentoring*
3. Retroalimentación continua
4. Reconocimiento

Paso 2.

Comprometer

1. Entrenamiento
2. Cómo se van a desarrollar - Plan de carrera
3. Balance
4. Seguridad



Retener

Paso 3.

Últimos comentarios

Aprendimos que:

- **Esta generación no es como las anteriores.**
- **Valoran la Cultura y en particular el sentido de “propósito”.**
- **Quieren que confíen en ellos con flexibilidad.**

Una vez obtienen el trabajo:

- **Se requieren ofertas particulares para mantenerlos comprometidos y entusiasmados.**
- **Quieren generar cambios, nuevas formas de hacer las cosas.**
- **Demandan planes de carrera claros.**
- **El desarrollo continuo es crítico.**

También aprendimos que:

- **No todos los Millennials son iguales.**
- **Se requieren formas de atraer, comprometer y retener específica para cada grupo poblacional.**

¿Qué sigue?...

No olvidemos a la Generación Z

**Generación Z. Post Millennials.
iGeneration.**

Las organizaciones deben prepararse para entender aquellos que vienen a irrumpir con nuevas reglas de juego.





Contáctenos

Juan Eduardo Cros

Director Management Consulting
E: jcros@kpmg.com

Juan Sebastián Delgado

Gerente Capital Humano
E: juandelgado@kpmg.com

Luisa Fernanda Verano

Consultor Senior Capital Humano
E: lverano@kpmg.com

www.kpmg.com/co/capitalhumano



Gracias.



[Kpmg.com/socialmedia](https://www.kpmg.com/socialmedia)

© 2018 KPMG International Cooperative (“KPMG International”), a Swiss entity. Member firms of the KPMG network of independent firms are affiliated with KPMG International. KPMG International provides no client services. No member firm has any authority to obligate or bind KPMG International or any other member firm vis-à-vis third parties, nor does KPMG International have any such authority to obligate or bind any member firm. The KPMG name and logo are registered trademarks or trademarks of KPMG International. All rights reserved.