

# Los motivadores laborales de cada generación

Estamos viviendo una nueva realidad en el mercado laboral, donde es primordial reconocer aquello que nos ayudara a garantizar la fidelización y retención del talento, considerando al mismo tiempo lo que realmente desea recibir un empleado de su empresa.

En ese sentido, Cynthia Sánchez, directora de Gestión de Talento de ManpowerGroup, comparte los principales motivadores laborales que consideran las distintas generaciones que conviven en una organización:

- Los Centennials: suelen ser ambiciosos en cuanto a su desarrollo profesional y a la remuneración. Sin embargo, las mujeres y los hombres tienen diferentes expectativas. Las mujeres dan prioridad a la remuneración dos veces más que al desarrollo de habilidades; mientras que, para los hombres, las habilidades y la carrera profesional importan casi tanto como la remuneración.

- Los Millennials: Buscan flexibilidad y trabajos desafiantes. Lograr un equilibrio vida-trabajo a largo plazo. Aunque para las mujeres, conseguir un trabajo desafiante usualmente implica flexibilidad de horarios, pues ellas aún se encargan de la mayor parte de las tareas y los trabajos no pagados en el hogar, y tratan de lograr equilibrio entre el trabajo y los demás compromisos. La flexibilidad es algo esencial para ellas y una ventaja para ellos.

- La Generación X: los menores (35-44 años) tienen una influencia muy marcada por el boom tecnológico, a diferencia de sus pares mayores de la misma generación (45-54 años). Para todos los Gen X la búsqueda del equilibrio significa bienestar laboral y personal: flexibilidad horaria, trabajo remoto y licencias por maternidad/ paternidad, entre otros.

- Los Boomers: su mayor prioridad es el liderazgo y los equipos. Es decir, aman a sus líderes y a sus equipos, pero lo que menos les atrae es aprender nuevas habilidades. Buscarán crecer más como personas que como empleados. Aquí los empleadores necesitan diversificar y segmentar sus estrategias de aprendizaje para así comprometer a los Boomers durante más tiempo.

Considerando el estudio *Cerrando la brecha de habilidades: Lo que los trabajadores quieren*, de ManpowerGroup, los empleadores deben conocer muy bien estos motivadores, entenderlos e identificar sus diferencias. “Debemos personalizar nuestras estrategias, brindándoles beneficios que pueden hacer aún más atractiva una oferta laboral, más allá de la remuneración per se. Además, haciéndoles partícipes de una cultura de aprendizaje que los motive a estar en constante capacitación, y acceder a nuevos roles y retos, que no solo beneficien a la compañía sino a ellos mismos en su crecimiento laboral y en el desarrollo de su carrera profesional”, destacó Cynthia Sánchez.