

Caracterización de profesionales de la generación Millennials en la región de Arica y Parinacota, Chile.

Resumen

La globalización, los avances tecnológicos, el foco puesto en el conocimiento y el capital humano como factor clave competitivo y de progreso, unido a la masificación de los medios de comunicación, uso de redes sociales y la conexión entre los individuos 24/7, ha impactado a toda la sociedad. Hoy en las empresas conviven al menos tres generaciones de trabajadores lo que genera conflicto en vez de sinergia. La generación más joven que está en el mercado laboral, la cual en Chile abarca cerca del 10%, es la generación Y o también llamada Millennials. En Chile poco se sabe de cómo se comporta esta generación, y este estudio es el primero de este tipo que se lleva a cabo en la Región de Arica y Parinacota.

Esta investigación se desarrolló en dos fases, un primer focus group con 40 entrevistados y luego un trabajo de campo con encuesta a 204 profesionales de la zona. Algunos hallazgos dan cuenta que son individuos altamente tecnologizados y con un alto componente de dependencia hacia las redes sociales. No es una mayor renta el principal factor de decisión para un posible cambio de empleo, valoran el reconocimiento de sus aportes y se sienten altamente calificados para cambiar de trabajo si lo desean. Si bien se sienten a gusto liderando equipos de trabajo, suelen ser más individualistas y buscar la autonomía, otorgan una alta importancia a disponer tiempo para la familia, a la sociabilización y a la pertenencia a grupos sociales.

Palabras claves

Capital Humano - Generación Millennials – Gestión estratégica

Introducción

El proceso de la globalización de la economía, la configuración de bloques comerciales y el progreso de los países más exitosos se ha basado en un claro entendimiento de la importancia de la formación y en la adecuada administración del capital humano como factor competitivo y de progreso.

Otra tendencia relevante es el avance de las tecnologías, en especial, las de información, acompañada de la masificación en la utilización de las redes sociales y la comunicación 24/7 a través de estos medios y el énfasis en la relevancia de los procesos de producción y administración del conocimiento de los individuos, las organizaciones y los países, para potenciar las capacidades de aprendizaje, generación y generalización del conocimiento (Ramírez, 2012).

Lo anterior ha traído fuertes repercusiones en el ámbito empresarial, Di Lucca (2012) plantea un nuevo paradigma con cambios en la trama intergeneracional, el que expresa como “Lo que hacía bien antes no me sirve ahora”, es decir, planteando por ejemplo, que ahora se le ofrece a un profesional un mejor salario por un puesto de trabajo, y no lo acepta. O un joven profesional retrasa su ingreso al mundo laboral por realizar un viaje. Estos son sólo esbozos de algunas señales de cambio disruptivo en el que la sociedad en su conjunto y sus relaciones están inmersa. Incluso se reconoce que a nivel empresarial hay entre 3 y 4 generaciones conviviendo, lo que genera conflictos donde debería haber sinergia, ello además trae consecuencias para la gestión del recurso humano y en el cómo las empresas deben encauzar sus esfuerzos para motivarlos. Especialistas en Recursos Humanos ya se refieren a los aspectos que involucra a las nuevas generaciones en las organizaciones. Se reconoce una alta rotación, poca motivación y fidelización de éstos jóvenes, quienes serán los cuadros de reemplazo organizacionales.

A este respecto, el aporte de esta investigación va en la línea de analizar y caracterizar a la generación más joven que está trabajando en las empresas, es decir, esta investigación considera

la caracterización de los profesionales pertenecientes a la Generación Y, denominada también generación Millennials, Milenaria o del Milenio. Ésta posee características, estilos de vida y valores que se han formado a partir de los eventos significativos generacionales que marcaron su vida histórico-social, que los identifica con estilos de aprendizaje y laborales particulares.

Más puntualmente abordará a los profesionales de Chile y específicamente a los que trabajan en la región de Arica y Parinacota en Chile, región que limita con Perú y Bolivia. Los primeros hallazgos, dan cuenta que estos profesionales tienen un comportamiento bastante similar al que muestran los jóvenes de la misma generación que viven en USA y en Europa pero a diferencia de estos últimos son bastante más individualistas. Por otra parte, cabe señalar que es el primer estudio de esta línea en la región.

Revisión de la literatura: la generación Y o Millennials

Si bien el objeto de estudio es la generación Y, primeramente nos referiremos a como se ha categorizado los diferentes grupos generacionales. Aunque no hay un acuerdo en los años exactos que involucra cada generación, hay acuerdo relativo en que se distinguen 4 generaciones a partir de los años 20.

Howe & Strauss (2007) presentan cuatro grupos generacionales: la denominada Tradicional (Veteranos), que incluye a aquellas personas nacidas entre 1920 y 1940; Baby Boomers, que corresponde a los nacidos entre 1940 y 1960; la generación X o personas nacidas entre 1960 y 1980 y la generación Y o Millennials nacidos entre 1980 y el año 2000, a este respecto Lowe, Levitt & Wilson (2008), plantean que por primera vez en la historia de Estados Unidos, están presentes en las organizaciones cuatro generaciones. Se estima que la Generación Tradicional abarca el 10% de la fuerza laboral de Estados Unidos, la generación Baby Boomers, constituye el 45% del mercado laboral, la generación “X” representa el 30% y la generación Y o de recambio, ya posee el 15% de la fuerza laboral.

Según Poggi (2013) la autora de Nickelodeon Targets “Post – Millennials” in Up front, la generación de Baby Boomer, cuyo nombre se asocia a las altas tasas de natalidad que se registraron en este periodo (natalidad explosiva o baby boom), es uno de los grupos que más influencia ha tenido a la época actual. Es reconocida su participación en el contexto organizacional e industrial, asociado a los esfuerzos de la planificación estratégica en las empresas. No se asocia a marcas ni preferencias políticas marcadas. Es la generación con la más alta incidencia de divorcios, así como matrimonios con hijos después de los 30 años, conforman el sector de mayor poder adquisitivo y por tanto altamente consumistas. Por su parte, en relación a la generación Y, Poggi (2013) que considera el cohorte entre 1977 y 1994 se destaca por que se encuentran cultural y tecnológicamente conectados, son altamente creativos. Prefieren la estabilidad en la empleabilidad que la estabilidad en el empleo.

Di Lucca (2012) señala que la generación Y (GY), comprende a los jóvenes nacidos a partir de 1983 y hasta 1994, reconocida como la generación de la manifestación social que de una u otra manera empieza a gestar el tema del intercambio y diferenciación.

Los autores Boschma y Groen (2006), denominan a la generación Y como generación Einstein que incluye los nacidos entre 1986 hasta ahora, según los autores, es la primera generación de jóvenes desde la Segunda Guerra Mundial que se identifica por características positivas: sociabilidad, cooperación, inteligencia, implicación, entre otras. Agregan además, que se reconoce como la sociedad de la información las veinticuatro horas del día y los siete días de la semana, plasmando los conceptos *anywhere, anytime* y *anyplace*. (*donde quiera, en cualquier momento y en cualquier lugar*)

Taylor (2005), describe a esta generación como aquella influenciada por el posmodernismo, que asume la realidad como creada, no solo social sino también individualmente, se valoran las opiniones y preferencias personales por sobre la verdad, la razón o la ciencia. Ron Zemke et al. (2000), afirma que los Millennials norteamericanos tienen una fuerte inclinación al trabajo en

equipo, prefieren trabajar una vez que los objetivos estén claro y se sienten altamente cómodos con un figura fuerte de autoridad.

De la perspectiva global de varios autores, la revolución de las TICs en la vida cotidiana, la permanente conexión a través de las redes sociales y la capacidad multitarea, son características claves de este grupo. A pesar de las diferencias de enfoques o intereses, los estudios coinciden en que los Millennials provienen de una niñez sobresaturada de actividades y horarios y que se han educado en una cultura cliente/servicio que ha marcado sus vidas y sus estilos de consumo (Tagliabue, 2010).

Son jóvenes que nacidos en un contexto social fuertemente tecnologizado, utilizan estos artefactos productivamente y los consideran no sólo como un producto tecnológico sino parte de la vida cotidiana. Para ellos resulta vital estar conectados 24/7, ya que no son mecanismos de comunicación sino también de sociabilización.

Diversos estudios, coinciden en que los Millennials americanos y europeos, presentan una marcada capacidad multitarea, que implica el quiebre del pensamiento lineal de generaciones previas. Se destaca una fuerte orientación a fines y que éstos se vinculan de manera estrecha con su desarrollo personal.

Según Ferrer (2010), buscan el camino al éxito y a la gratificación inmediata. Temen menos a la autoridad que sus antecesores, se identifican con los valores de sus padres, presentan una fuerte orientación a la familia. En términos socio-políticos, comparten mayormente el discurso del liberalismo. El autor agrega, que no tienen reparos en establecer relaciones de pareja que sean estables sin tener que sentir que renuncia por ello a su independencia ni al desarrollo de su vida profesional. En el análisis de aspectos cotidianos, la música se convierte para ellos no en una forma de entender la vida - como en generaciones anteriores - sino en el complemento de las películas que ven, el espejo de las mezclas de estilos y modas con los que conviven y, sobre todo, una forma más de expresión pero aplicada a los nuevos cauces técnicos por los que acceden a ella.

La nueva generación apuesta a sus propias competencias antes que a la conservación de un empleo, enfatizan en las competencias comunicativas y en la inteligencia emocional su productividad laboral.

Considerando la existencia de diferencias significativas que existe entre nuestra región y los modelos americanos o europeos, se hace interesante considerar la investigación de Cuesta (2010), desarrollada entre el 2007 y el 2010 en Argentina a jóvenes Millennials, que permite acercarse más a la realidad que pudiese existir en Chile. Lo anterior, dado que tal como se expuso anteriormente, son los eventos significativos generacionales o contexto socio histórico el que moldea a una generación. Este estudio reflejó que un tercio de los encuestados no tiene trabajo aún, ni tampoco interés en encontrarlo. En su mayoría el empleo actual fue obtenido por recomendaciones.

En el contexto educacional, a diferencia de épocas anteriores, las carreras se elegían mayormente por el acceso a la vida laboral o porque de alguna manera garantizaba la prosperidad económica o el ascenso social. Sin embargo, de acuerdo a este estudio, casi un 80% eligió su carrera por gusto personal y sólo el restante por la garantía del ingreso al mercado laboral.

En materia laboral, referente a los aspectos que consideran importantes para evaluar un empleo, tomarlo o privilegiar uno sobre otro, los 8 factores presentes en la evaluación obtuvieron las siguientes elecciones (ordenadas de mayor a menor preferencia): 1. Desarrollo de carrera; 2. Vida laboral – vida personal; 3. Desarrollo de funciones y tareas interesantes; 4. Remuneración; 5. Clima laboral; 6. Jornada laboral óptima; 7. Estabilidad laboral; 8. Prestigio de la compañía

Por otra parte, al consultarles acerca del lugar que ocupa el trabajo en sus vidas, se obtuvo que un 55% lo considera como un espacio de crecimiento, un 34% lo vinculó a la forma de conseguir estabilidad económica y el restante porcentaje se dividió casi en partes iguales entre aquellos que consideran que el empleo es un espacio de sociabilización y aquellos que lo ven como la actividad más importante que realizan. (Cuesta 2010)

Por otro lado, una investigación realizada en Chile durante el 2013¹ por la compañía de reclutamiento Robert Half, reveló que los profesionales pertenecientes a la generación Y (definida en el estudio, como aquella que comprende jóvenes chilenos de entre 24 y 36 años), son excesivamente individualistas, ya que sólo el 4% de ellos valora realizar tareas en equipo.

Otro antecedente interesante, es que el estudio determinó que más del 90% de los ejecutivos chilenos pertenecientes a este grupo generacional, privilegia el desarrollo profesional y el óptimo equilibrio entre la vida personal y laboral al momento de escoger un trabajo. De la misma manera considera como expectativa de permanencia en una empresa, no más allá de 4 años (77%).

Finalmente un 35% destacó que les molesta que sus jefes de mayor edad tengan problemas con el uso de las nuevas tecnologías, ya que consideran que esto es una gran barrera para el crecimiento efectivo de las empresas.

Boschma & Groen, (2006) plantea que de pequeños los Millennials vieron como sus padres eran los únicos tomadores de decisiones válidos, no existía en la mayoría de los casos una integración del ámbito laboral con el mundo personal y social; el desarrollo familiar necesariamente estaba bajo la tutela del trabajo, trabajo que muchos perdieron luego de haberse desempeñado durante 15 años o más en la misma empresa, como consecuencia de los procesos de racionalización o reingeniería.

Los jóvenes aprendieron, a partir de esas transformaciones y sus experiencias vitales, que no eran las empresas las que iban a asegurar la estabilidad de su empleo, buscaron capitalizar ese aprendizaje para sobrevivir en una sociedad en la que aún el trabajo constituye una variable de inserción e identidad. Son una generación que ya no busca estabilidad en el empleo sino en la empleabilidad (Cuesta, 2010). Machado (2010), describe que el ingreso al mercado del trabajo de esta generación se da en un escenario de: alto crecimiento económico mundial; mercado globalizado y con fuerte acceso a la información; carencia de profesionales cualificados, es decir,

¹www.roberthalf.cl/portal.ref NE-02659

la demanda aumentó más rápido que la oferta; alto nivel académico con fuerte exigencia profesional y competitividad entre las empresas; miles de nuevas empresas creadas.

Metodología de la Investigación

La metodología que comprende esta investigación corresponde a un estudio descriptivo - correlacional, que implica la recolección y análisis de datos obtenidos a partir de una muestra de profesionales de la región de Arica y Parinacota - geográficamente primera región del norte de Chile - pertenecientes a la generación Millennials. Esta se desarrolla en dos fases; primero un focus group y segundo el desarrollo y aplicación de una encuesta de medición basado en una escala de actitudes bajo el método de Likert. Ambas fases permiten finalmente caracterizar a esta generación identificando y relacionado las variables vinculadas que representan a este grupo generacional. Por otra parte la investigación corresponde a un estudio no experimental y transeccional.

Como se pudo apreciar en la revisión de la literatura, no hay acuerdo en los años exactos en los cuales inicia la generación Y, por lo que para esta investigación se va a considerar como aquellos jóvenes que nacieron entre los años 1978 y 1990, tal como lo señala la tabla n°1.

Tabla n°1: Generación Millennials

Generación	Fecha de Nacimiento	Edad	Rango de años
Gen Y	1978 – 1990	36 – 24	12

Fuente: Elaboración propia

Para la primera fase se considera un focus group donde se convocaron a 40 jóvenes de entre 24 y 34 años, y que comprende alumnos de último año de carreras universitarias, egresados de las mismas y profesionales. Esto se desarrolla en la ciudad de Arica.

La segunda fase, comprendió la aplicación de un cuestionario a profesionales que trabajan en la región y cuyo tamaño muestral de 211 encuestados obedece al siguiente procedimiento: de

acuerdo a la nueva encuesta Nacional de Empleo (primer trimestre 2014) del Instituto Nacional de Estadísticas, la población estimada en Chile perteneciente a la generación en estudio, es decir, entre 24 y 36 años, corresponde a un estimado de 9,65% dentro de la fuerza de trabajo, sobre el total de residentes en Chile. Considerando que la población se distribuye normalmente, se estima que alrededor de 20.313 habitantes correspondan al rango de edad señalado a partir de los 213.816 residentes en la región de Arica y Parinacota².

A su vez, para estimar el dato referencial del total de profesionales de la región, se utiliza el indicador Porcentaje de la población con educación terciaria de la OCDE (2013)³, que establece que en Chile un 41% promedio de sus habitantes con edades entre 25 y 34 posee educación profesional. A partir de ello, la población se estima en 8.460 profesionales.

Considerando un muestreo probabilístico simple, con niveles de confiabilidad y error de estimación del 95% y 4% respectivamente, el total de encuestados es de 211 profesionales.

El instrumento de recolección de datos, capturó por una parte las características de los jóvenes de la generación Y, en combinación con otros antecedentes como la remuneración, aspectos laborales y familiares, entre otros, lo que permitirá un mayor análisis. El cuestionario se diseñó principalmente en base a la escala de actitudes de Likert considerando siete niveles y abarca 55 tópicos, destacando entre ellos las dimensiones de competencias, actitudes, agilidad intelectual, redes sociales, tecnología entre otros.

Resultados de la investigación

Los resultados de la primera fase se resumen en la tabla n°2. En ella se lista el conjunto de características que se vinculan a la generación Y en Chile, listado que fue validado a través de un focus group que incluyó 40 personas entre los 24 y 34 años, desarrollado en la ciudad

² De acuerdo a datos preliminares Censo 2012 / www.ine.cl

³ Resultados de las instituciones Educativas e Impacto del Aprendizaje 2011 / Panorama de la Educación 2013/indicadores OCDE

de Arica y que comprende alumnos de último año de carreras universitarias, egresados de las mismas y profesionales.

Tabla n°2: Características de la Generación Millennials

Ámbito General	Ámbito de Empleo	Ámbito Familiar
<ul style="list-style-type: none"> -Cultura del trofeo y del reconocimiento -Se valoran las opiniones y preferencias de los demás -Capacidad multitarea -Sociabilización mediante redes virtuales -Fuerte orientación a la familia -Vacíos ideológicos -Construyen fuertes redes sociales -Buscan información en internet más que en docentes o padres -Lo que se demanda está vinculado al gusto personal y la utilidad -Impacientes -Toman decisiones en tiempo real y exigen inmediatez en las respuestas y en los resultados -Manejan muy bien el presente, no les interesa el pasado y se despreocupan por el futuro -Poco propensos al ahorro y altamente propensos al gasto 	<ul style="list-style-type: none"> -El empleo actual fue obtenido por recomendaciones -Prefieren la estabilidad en la empleabilidad que en el empleo -No está en sus planes permanecer toda una vida en una misma empresa -Cómodos con una figura fuerte de autoridad -Enfatizan en las competencias comunicativas y en la inteligencia emocional su productividad laboral -El desarrollo de la vida personal y familiar es un factor clave al escoger un empleo. -Se concentran en objetivos de corto plazo, más que metas de largo plazo -El desarrollo de tareas interesantes y motivadoras pudiese pesar más que la remuneración al momento de elegir un empleo -Son exigentes con el tipo de tareas que les sean asignadas -Buscan beneficiar su crecimiento personal. -Están preocupados por el medio ambiente y la responsabilidad social empresarial 	<ul style="list-style-type: none"> -Niñez con padres presentes -Niñez sobresaturada de actividades -Práctica de deportes desde pequeños -Crecieron con los videojuegos -Cuando eran pequeños, sus padres eran quienes tomaban las decisiones -Recuerdan en sus padres, la permanencia por largos periodos en los mismos empleos -Nacieron bajo la prosperidad económica -Estudio de carreras universitarias -La carrera elegida fue por gusto personal, no por imposición de otros o como garante de bienestar económico

Fuente: Elaboración propia

Cabe destacar que algunos autores proponen como una característica de esta generación el trabajo en equipo, sin embargo, se observó que la mayoría de los participantes del focus group destacaron más la preferencia por el individualismo.

En relación a la segunda fase, destacar que los resultados se obtienen a partir de 204 encuestas válidas, la confiabilidad del test se sustenta en un Alfa de Cronbach de 0,87, lo que indica una correlación alta y un nivel elevado de estabilidad en las respuestas, presentando el cuestionario indicios de garantías de fiabilidad y un impacto significativo en la confianza del uso del instrumento en otras muestras de individuos con características similares. Lo anterior, así como los análisis descriptivos y correlacionales son trabajados con el paquete estadístico SPSS V21.

En términos de la información general de los elementos muestreados, del total de encuestados, el 58,3% son mujeres. El 60,8% indican ser solteros, 33,7% casados y el 5,5% restante indica estar separados. Por otra parte, 89 de los 204 profesionales no tiene hijos, mientras que 72 y 39 de ellos indican tener 2 y 3 hijos respectivamente. Los profesionales encuestados se desarrollan laboralmente tanto en instituciones públicas como privadas de la región, en un amplio conjunto de rubros que incluye salud, educación, servicios públicos y judiciales, telecomunicaciones, agroalimentaria, banca e instituciones financieras, manufactura y fuerzas de orden público.

En términos de renta promedio, un 60% recibe ingresos que van entre los US\$ 1.500 y US\$ 2.800 mensual, mientras que solo un 3,5% tiene rentas superiores a los US\$ 3.500. Cabe señalar que un estudio de la Fundación Sol (2015), señala que la media de sueldos de la región de Arica y Parinacota, alcanza sólo a US\$ 550. Lo anterior da cuenta que estos profesionales de la generación Y en su mayoría más que triplican el sueldo promedio de la región. Resulta interesante también que el 44,6% de los profesionales posee estudios de postgrado, sin embargo, el manejo de inglés tanto oral como escrito es bajo.

Dentro del ámbito de las competencias, se puede ver que los profesionales vinculan su ingreso al mercado laboral y el nivel de vida alcanzado a los estudios que han desarrollado, con medias

de 6,25 y 6,18 puntos respectivamente, (recordar uso de escala Likert de 1 a 7) en este plano es importante destacar que en muchos casos los profesionales encuestados son la primera generación dentro de sus familias que han alcanzado una formación profesional. Por otro lado, en general los profesionales no coinciden en que el desempeño laboral necesariamente se debe a la formación profesional, esto último coincidente a perfiles de una generación Millennials que enfatiza en las competencias personales y en la inteligencia emocional su productividad laboral.

Con media de 5,5 y una alta dispersión de 1,47, los profesionales indican que le es reconocida la experiencia, así como la notoria mayoría está de acuerdo en que se siente bien liderando equipos de trabajo (media de 6,2), lo anterior, propio de la generación del milenio que busca liderar grupos y procesos.

En el plano de las actitudes, el 62% indica que la renta no es el elemento principal para cambiar de empleo, coincidentes con otros estudios, en los que se caracteriza a la generación Y, como aquella que busca el óptimo equilibrio entre la vida personal y laboral al momento de escoger un trabajo, así mismo con el mayor peso que le otorgan al desarrollo de tareas interesantes y motivadoras más que a la remuneración.

Es interesante destacar que un 78% de los profesionales afirma no tener problemas para quedarse trabajando fuera del horario normal, con media de 5,24. En un análisis más profundo, este punto se justifica en las condiciones particulares que tiene la región en términos de costo de vida y facilidades de cercanía y acceso a los lugares de trabajo, condiciones distintas a las que se desarrollan en grandes ciudades.

Por otro lado, existe una alta dispersión entre la percepción de los profesionales frente a la posibilidad de decidir con autonomía en el lugar de trabajo, condición que caracteriza a la generación Y, que considera importante los aportes individuales que pueda desarrollar en la compañía enmarcados en la independencia que tenga en el desempeño de sus labores. En este ámbito, el 85% de los profesionales indica haber propuesto innovaciones en trabajo.

En relación a la dimensión de la agilidad intelectual, el 96,1% de los profesionales afirma adaptarse con facilidad a los cambios, mismo porcentaje que considera que los cambios permiten el crecimiento personal. Es interesante referirse a que se refleja una alta dispersión (1,86) en lo que respecta a que los profesionales relacionan situaciones de la vida personal para resolver aspectos laborales o viceversa, de la misma manera, y reflejando la individualidad que caracteriza a esta generación en Chile, no se distingue una clara mayoría que imite con facilidad las acciones de otros que han generado resultados positivos.

Dentro del análisis de la satisfacción, un 96% de los profesionales se considera satisfecho con lo que es y ha logrado, con medias de 6,13 y 6,27 puntos respectivamente. Este grupo afirma estar altamente de acuerdo en que es el trabajo un factor clave que ha permitido conseguir las cosas que desean. En el ámbito familiar, existe alta satisfacción al considerar que se dedica suficiente tiempo a la familia, así como, que el desarrollo laboral no ha implicado sacrificar dichos espacios familiares. Nuevamente esto se puede explicar dadas las características propias de la región. Sin embargo, es mayor el nivel de dispersión y desacuerdo al hacer este mismo análisis en relación a la dedicación a grupos de amigos y actividades sociales y de recreación.

Si bien la oferta laboral en la región es limitada y condiciona un cambio de empleo con facilidad, un 80% de los profesionales está a lo menos de acuerdo en que posee la formación y experiencia suficiente para cambiarse de trabajo si lo desea, sin embargo, un 65% de ellos se proyecta varios años más en la organización en la que actualmente se desarrollan. Vinculado a lo anterior, solo un 16% reconoce estar muy de acuerdo frente a poseer una red de contactos importantes que les permita conseguir un nuevo trabajo y un 49% de ellos indica que los amigos son el mejor canal para conseguirlo.

Por otra parte, se reflejan los niveles más bajos en acuerdo y altos márgenes de dispersión en aquellas afirmaciones referentes a que la remuneración está sobre el promedio de mercado y satisfacción frente al mismo en relación a la renta actual (1,91 y 1,97 respectivamente). Lo

anterior se debe a la gran amplitud de organizaciones en las que se desarrollan los encuestados y las disparidades de rentas según lugar de trabajo en la región de Arica y Parinacota.

Finalmente a partir del análisis de correlación de Pearson, existen niveles de relación interesantes entre aquellas interrogantes del ámbito de las habilidades con aquellas referidas a la adaptación de los profesionales. Por otra parte tanto la satisfacción profesional, como el constructo remuneraciones presenta niveles de correlación con la dimensión motivación. Finalmente la dimensión comportamiento se correlaciona tanto con la satisfacción del yo, como con la empleabilidad.

Discusión y conclusiones

En Chile la denominada generación del milenio comprende el 9,65% de la fuerza laboral del país, mientras que en Estados Unidos el 15% corresponde a este segmento.

Coincide ser una generación enmarcada en la sociedad de la información las veinticuatro horas del día y los siete días de la semana, basando la sociabilización a través de las redes sociales. Debido al desfase propio del acceso a las tecnologías que tiene el país en relación a países norteamericanos y europeos, en Chile la generación Y si bien no creció en un contexto tecnologizado, hoy se constituye en la generación clave de este desarrollo en las organizaciones, no solo como mecanismos de mejora de los procesos, sino como elementos esenciales de comunicación y sociabilización.

Los profesionales Y otorgan importancia al desarrollo constante de sus competencias, demostrado en el interés de la obtención de postgrados, garante también de la diferenciación que buscan frente a sus pares y como satisfactor personal.

Si bien se destaca que los Millennials prefieren la estabilidad en la empleabilidad que la estabilidad en el empleo, y esto pudiese coincidir con la realidad de las grandes urbes productivas

del país, en Arica aún la mayoría de los profesionales se proyecta por varios años más en la organización en la que actualmente se desarrolla.

Si bien es cierto, resultados de estudios anglosajones indican que los Millennials prefieren el trabajo en equipo, en la realidad local, aún se manifiesta la preferencia por la individualidad, coincidente con estudios nacionales en esta materia.

Son coincidentes los resultados locales, acerca de la marcada capacidad multitarea de los profesionales, así como la búsqueda de la gratificación inmediata, no estando ésta necesariamente orientada a las remuneraciones. Presentan una fuerte orientación a la familia, buscando el equilibrio de esta con el desarrollo profesional y su independencia personal.

Se puede concluir que el rango etario definido para el estudio de la generación Y en Chile y particularmente en la región de Arica y Parinacota – nacidos entre 1978 y 1990 – es adecuado. Considerando el contexto histórico social y económico del país y las brechas existentes con el resto del mundo, es en su mayoría coincidente el perfil de los profesionales millenials en Chile con la caracterización de investigaciones internacionales.

Claramente la generación del milenio, se distingue por presentar motivaciones, intereses y actitudes frente al trabajo muy dispares de las que desarrollan generaciones anteriores, generando grandes paradigmas sobre su desempeño organizacional y sobre las filas de la gestión de las sociedades, por lo cual, los resultados de esta investigación permiten mejorar la comprensión de las variables que movilizan a la generación del milenio, contribuyendo al quehacer de las organizaciones. La comprensión de las capacidades, competencias esenciales y actitudes distintivas de estos profesionales contribuirá a la orientación de ellas hacia la creación de valor y generación de ventajas competitivas, así como el rol fundamental que juegan -como generación de recambio- en el desarrollo económico y social de la región.

Finalmente, destacar el aporte que tiene esta investigación, al ser el primer y único aporte al estudio de la generación Millennials y particularmente de los profesionales pertenecientes a ella de la región de Arica y Parinacota, región con un alto potencial de desarrollo económico basado

principalmente en las capacidades de sus habitantes. Conociendo esta realidad, las empresas de la región, si quieren un desarrollo armónico de sus empleados, deberán rediseñar y diferenciar las estrategias de gestión del recurso humano, pues deben tener en consideración que conviven al menos tres generaciones de trabajadores cuyas motivaciones son muy diferentes.

Referencias Bibliográficas

Boschma, J. & Groen, I. (2006). Generación Einstein: más listos, más rápidos y más sociales. Comunicarse con los jóvenes del siglo XXI.

Cuesta E., Ibañez M. E., Tagliabue R, Zangaro M. (2010). La nueva generación y el trabajo. Barbarói, 2(31). 126-138

Di Lucca, S. (2012). El comportamiento actual de la Generación Z. Proyectos de Explotación de la Agencia Profesional. Buenos Aires.

Durán, G. & Kremerman, M. (2015). Los verdaderos sueldos en Chile. Panorama actual del valor del trabajo usando la encuesta NESI. Fundación Social.

Ferrer, A. (2010). Millennials, la generación del siglo XXI. Nueva Revista de Política, Cultura y Arte, 130.

Howe, N., & Strauss, W. (2007). The next 20 years. Harvard Business Review, 85

Lowe, D., Levitt, K. & Wilson, T. (2008). Solutions for Retaining Generation y Employees in the Workplace. Business Renaissance Quarterly.

Machado, R (2010). Trabajo: La Generación Y. Revista Qué Pasa

Poggi, J. (2013). Nickelodeon Targets' Post-Millennials' in Upfront. Advertising Age. Retrieved, 21.

Ramírez, P. et al. (2012). Uso de los servicios de redes sociales por la generación Y. Ingeniare. Revista chilena de ingeniería, vol.20N°3, pp.425-432

Taylor, M. (2005). Generation Next: Today's postmodern student-meeting, teaching, and serving. Collection of Papers on Self-Study and Institutional Improvement, Chicago: The Higher Learning Commission.

Zemke, R. et al. (2000). Desafío generacional. Buenos Aires: Ediciones B.