



FRANCISCO J. FERNÁNDEZ FERRERAS,

Socio Director de Análisis y Acompañamiento Organizacional (AYAO).

Los que vienen

A las nuevas generaciones de jóvenes que se incorporan durante estos años al entorno laboral se les ha denominado "millennials", jóvenes nacidos entre los años 1980 y 1999. La descripción más habitual es que son motivados y respetuosos, seguidores de las reglas, protegidos, orientados al trabajo en equipo y a la multitarea, con ganas de conseguir objetivos, confiados y optimistas respecto a su futuro y convencionales^{1 2} y que estas características les posicionan con ventaja para desenvolverse en esta nueva sociedad en red. ¿Estamos seguros de ello? ¿Están seguros de ello? Hay una fuerza clara de transformación que proviene de quienes comienzan su andadura profesional. Conocimientos adquiridos durante toda su niñez y adolescencia de un modo natural y que les facilita la utilización de herramientas y aparatos tecnológicamente avanzados y la comprensión de mecanismos de interacción de una forma intuitiva. ¿Es esto suficiente? ¿Es real cuando acaban sus estudios superiores respecto a los que ya se encuentran trabajando?

Desde el punto de vista de la educación se tiene que tener en cuenta que al tener una fuerte cultura cliente-servicio, consideran que la educación es una mercancía para ser adquirida y consumida. Por eso, esperan que su acercamiento al conocimiento sea lo más rápido, entretenido y sencillo posible al tiempo que buscan maximizar la relación tiempo de estudio/resultados obtenidos: aspiran a reducir lo más posible el primero al tiempo que incrementan los segundos. Son jóvenes que prefieren la práctica a la teoría, las tareas grupales a las individuales y la información en formato digital a los libros. Sin embargo, poseen escasa habilidad para resolver problemas, para seguir una argumentación o una demostración y dificultades para planificar a largo plazo³.

Creo que la manera de formar en nuestras universidades todavía no está acorde con la era en la que vivimos. Seguimos primando el conocimiento, que, siendo muy importante, no refleja las necesidades de la empresa. Me acuerdo de la famosa frase "la universidad genera títulos y las empresas requieren competencias". Hay que cubrir esta tremenda diferencia.

Esta revolución digital que inunda todos los estamentos hay que llevarla también a las aulas. No parece muy coherente andar predicando la transformación empresarial sin hacerlo en uno de los puntales del desarrollo de un país. Nos llevamos las manos a la cabeza cuando comparamos empresas en distinto nivel de desarrollo y seguimos sin dar un empujón a la incubadora del mundo futuro. Desde un punto de vista antropológico, estamos todavía volcados en la parte racional. Generamos cerebros, pero tenemos que formar personas. Sabemos cuáles son las competencias que requerimos a los directivos y a los no tan directivos. ¿Ha

Sabemos cuáles son las competencias que requerimos a los directivos y a los no tan directivos. ¿Ha evolucionado de la misma manera la forma de enseñar en la universidad que la forma de trabajar en las empresas? Creo que se está empezando a ver la necesidad de impartir asignaturas que se centren en competencias transversales, competencias más centradas en las personas •

evolucionado de la misma manera la forma de enseñar en la universidad que la forma de trabajar en las empresas? Creo que se está empezando a ver la necesidad de impartir asignaturas que se centren en competencias transversales, competencias más centradas en las personas. Y también creo que es más necesario que nunca. Muchas universidades norteamericanas han llegado a modificar sus programas curriculares, sus servicios y cursos para adaptarse a esta nueva cohorte de estudiantes (3). Y fijándonos en la otra cara de la moneda, ¿se les prepara a los docentes con las habilidades necesarias para que estén a la altura de las necesidades de sus alumnos?

El otro día leía sobre cómo se piensa que van a ser las casas del futuro. Parece que van a potenciar el encuentro físico que las herramientas tecnológicas nos pueden estar robando. Compensar el aislamiento en las redes sociales con zonas más funcionales y abiertas. ¿Es una tendencia creciente?

Vemos también el cambio en los espacios de trabajo y cómo se van difuminando las fronteras entre ellos. Espacios abiertos, multifuncionales, específicos para cada tarea, teletrabajo y áreas en los hogares con capacidad para convertirse en lugares de trabajo. La evolución creo que es clara en ese aspecto. ¿Ocurre lo mismo con las aulas de nuestras universidades más allá de la utilización del power point o de pizarras digitales? ¿Se está generando una brecha entre el tipo de educación en primaria, secundaria y bachillerato con respecto a la de la universidad?

Es ya bastante habitual el discurso de poner el cliente en el centro y reorientar la operativa, la organización, los recursos y la estrategia hacia él o ella. Afortunadamente, hay también una tendencia en la que se ubica al empleado en el centro y se comienza a hablar de la experiencia del empleado y de escuchar la voz del empleado. ¿Cuándo se hablará de la experiencia del estudiante y de centrarse en lo que demandan estos jóvenes? Si lo hacemos para consumidores y empleados, ¿cuándo se convertirá el estudiante en el centro del proceso de aprendizaje participando de manera



activa en la construcción de sus conocimientos, teniendo la capacidad para decidir cuál será el trayecto formativo más afín con sus intereses⁴?

Los mismos retos que tienen las empresas están empezando a fraguarse en el ámbito académico. Los problemas existentes para atraer talento para marcas reconocidas en la antigua economía, ¿cuánto tiempo va a tardar en extrapolarse a las universidades? Y debido a la globalización, si la oferta no está aquí en España, estará en algún otro lugar del mundo. Y bien sabemos que irse ahora a estudiar la carrera a Finlandia o a Singapur no es tan complicado como hace veinte años y cada vez será más fácil. Igual que hay áreas de empresas que atraen talento que busca innovación y posibilidad de desarrollo, así probablemente ocurrirá con departamentos, grupos de investigación y entidades educativas que ofrecen una visión diferente del aprendizaje y que cuentan en su claustro con profesionales que aúnan lo que busca esta nueva generación. De lo contrario, ¿cuánto se tardará en sustituir a docentes focalizados en el conocimiento por hologramas tutoriales?

La aplicación de las nuevas tecnologías a los negocios debe de implantarse también en las universidades. El análisis de los datos referentes a los estudiantes y la inteligencia artificial que se puede añadir, dentro de la protección de la intimidad individual, la automatización de procesos administrativos tediosos, la utilización de chatbots para la resolución de dudas, ... Muchas universidades deberían ser los escaparates de la aplicación de

la tecnología previa a la salida de los estudiantes al mundo laboral.

No quiero olvidarme de las empresas, porque exigir es muy fácil, pero creo que esto es una tarea por ambas partes. En un mundo cada vez más colaborativo y donde se quiere evolucionar hacia organizaciones más "teal", más adhocrácticas, ¿para cuándo la eliminación de silos, la co-creación y el trabajo en grupos transversales desde el inicio de las carreras? ¿Cuándo se generarán roles que sean los responsables de las relaciones con los universitarios, de diseño de colaboración en proyectos conjuntos con las universidades y se identifiquen indicadores que estén relacionados con la retribución variable o con la promoción? La sociedad les trata de una manera cuando son consumidores, cuando son empleados y cuando son alumnos y creo que este último papel es el que se encuentra menos avanzado en esta cultura digital. Deberíamos hacer algo al respecto, y hacerlo ya.]

REFERENCIAS

1. Elam, C., Stratton, T., & Gibson, D. D. (2007). Welcoming a new generation to college: The millennial students. *Journal of College admission*, 195, 20-25.
2. Monaco, M., & Martin, M. (2007). The millennial student: a new generation of learners. *Athletic Training Education Journal*, 2(2), 42-46.
3. Cuesta, E. M., Ibáñez, E., Tagliabue, R., & Zangaro, M. B. (2008). El impacto de la generación millennial en la Universidad: un estudio exploratorio. In XV Jornadas de Investigación y Cuarto Encuentro de Investigadores en Psicología del Mercosur. Facultad de Psicología-Universidad de Buenos Aires.
4. Cataldi, Z., & Dominighini, C. (2015). La generación millennial y la educación superior. Los retos de un nuevo paradigma. *Revista de Informática Educativa y Medios Audiovisuales*, 12(19), 14-21.