

Juntos hacia la excelencia: el encuentro entre talento junior y senior marca la diferencia competitiva



No cabe duda, los consultores de talento lo vemos a diario, estamos viviendo un momento en el que las empresas que quieran ser competitivas deben aprender a fidelizar el talento joven e inexorablemente establecer un puente entre generaciones.

La pandemia nos dio una gran lección, supuso un cambio de paradigma sin precedentes, y estamos observando cómo en la post pandemia algunos líderes, los más observadores, aquellos que ven las crisis como oportunidades, han aprendido

la importancia de gestionar desde la confianza y la participación de todos, juntos.

Hay una sabiduría que sólo da la experiencia, siempre que hay un momento complejo en la historia se busca el conocimiento de los más mayores.

En la crisis de Lehman Brothers, la mayoría de analistas no habían vivido una crisis, fue necesario recurrir al talento más senior para gestionar la situación desde la experiencia, y para, al menos, no repetir errores del pasado y aplicar los aprendizajes que tanto costaron a otras empresas en el momentos pretéritos.

Gestión de la sensación de amenaza

La sensación de amenaza de unos y otros, viene del desconocimiento y de la falta de comunicación y de confianza. Cada uno desde su posición vive en la zona de confort y cuesta salir de ella para abrir la mente, escuchar y mirar con ganas de aprender de posiciones distintas que a priori nos pueden resultar chocantes.

Las empresas del futuro, las que de verdad van a ser las más competitivas, son aquellas que logran que todos trabajen la resistencia al cambio.

¿Y qué aportan los junior?

Hay muchos tópicos acerca del compromiso de los jóvenes, sin embargo, sí lo tienen con su propio proyecto personal. La cuestión es que el joven entiende las decisiones de otro modo.

Las nuevas generaciones, por suerte, están mucho más concienciadas con la sostenibilidad y con el aporte de valor al entorno. En el imaginario colectivo, la empresa no se ha considerado un lugar para la solidaridad, para el aporte de valor al mundo, sino un espacio de rentabilidad, fin.

**“No puedes crear la experiencia. Debes experimentarla”
Albert Camus**

¿Qué hay de bueno en la cultura “senior”?

- La cultura del esfuerzo, del pasado... Tiene recompensa.
- Los senior conocemos bien la importancia “del camino”. Dicho así suena aburrido, a padre, pero verás como si le damos otro enfoque lo vemos todos: voy a utilizar un ejemplo universal que todas las generaciones vemos con claridad: el deporte.
- Nadie concibe el éxito de un deportista de élite sin esfuerzo, lo sé muy bien, uno de mis hijos ha estado aquí. Esta lógica aplica a cualquier estamento de la vida profesional. Verdad que ahora la cultura del esfuerzo se ve con otros ojos.





Sin embargo, últimamente estoy teniendo una reflexión, ya que cada día hablo con compañías que me cuentan sus proyectos, proyectos en los que necesito creer para compartir con los candidatos, y curiosamente he tomado consciencia de la importancia del sector privado en la construcción de un mundo mejor.

El sector público hace su función, pero también, existen miles de proyectos privados pequeños y grandes haciendo una labor encomiable cada día.

¿Y las empresas?

Hace unos días hablaba con el máximo dirigente de una empresa financiera sobre la importancia del storytelling, del porqué de las compañías más que del proyecto en sí a la hora de atraer talento, de la importancia de construir valor

Desde el plano del candidato, esto debería ser un “must” para todos los profesionales, sin embargo, los seniors hemos vivido una cultura de la búsqueda de la seguridad que a muchos puede haber despistado. Las generaciones que vienen tienen claro que quieren trabajar para un mundo mejor y que necesitan aportar valor en el proyecto en el que trabajan. ¡Y esto es fantástico!

No hablo desde lo teórico, en Alexander Hughes lo estamos poniendo en práctica cada día, tenemos el foco en el desarrollo del doble prisma de la individualidad y la globalidad, los valores comunes y la suma

de lo que hace único a cada uno de nosotros en nuestra maravillosa diversidad, generacional, de género y cultural, con base en cuatro valores comunes: compromiso, colaboración, confianza y ¡future ready!



JAUME BONALS
Director General
Alexander Hughes
Spain

j.bonals@alexanderhughes.com