

► Empleo y Formación

PERSONAS & EMPRESAS & OFICINAS

¿Qué reivindican los «millennials»?

El tiempo pasa rápido, y los «millennials» ya están inmersos en el mundo laboral, sobrados de formación y motivación. Muchos de ellos tienen espíritu emprendedor, y se lanzan a crear «start-ups» con ideales e ideas capaces de llegar muy lejos; otros apuestan por la empresa colaborativa, consiguiendo, gracias al apoyo de jóvenes con sus mismas inquietudes e intereses, sacar grandes proyectos adelante; pero también los hay que entran a formar parte de nuestras organizaciones y empresas, y yo pregunto, en este caso, ¿qué es lo que se encuentran y cuáles son sus reivindicaciones? Los «millennials» que acceden al mercado laboral son creativos y creadores, tienen ilusión por explorar, son digitales y flexibles y lo que buscan es volcar esa energía y frescura en nuevos proyectos y empresas. Las compañías, aunque muchas de ellas ya tienen un plan de transformación en sus hojas de ruta, otras aún no, y en estos casos no están preparadas para recibir a este perfil profesional. Esta joven generación busca satisfacción y felicidad en su trabajo, esto no supone un contrato de trabajo estable y un buen sueldo, sino un trabajo por objetivos que llene sus expectativas, donde se valore su aportación e inividualidad. Cada uno debe demostrar lo que vale y recibir su compensación por lo que aporta. Ya no vale lo mismo para todos. Ésta es parte de la flexibilidad que ellos reclaman y que va unida a contar con los recursos y herramientas necesarios para realizar sus objetivos. Con esto me refiero a tener herramientas digitales de última generación, libertad de horarios y de lugar para trabajar, contar con espacios de trabajo adaptados para el trabajo colaborativo y el trabajo individual indistintamente. Sentirse escuchados y valorados, en definitiva. También exigen transparencia –en todos los sentidos–. Para los «millennials» no existen los rumores de pasillo, los secretos y los partidismos, necesitan tener una perspectiva clara de lo que se espera de ellos y seguramente darán incluso más, porque esto logrará su compromiso y vinculación con la empresa.

FRANCISCO VÁZQUEZ MÉDEM
Presidente de 3g Smart Group



Los «millennials» reivindican flexibilidad

Las mujeres siguen siendo reticentes a las carreras técnicas

Del 54% de universitarias en España, sólo un 25% opta por este tipo de estudios. Entre tanto, los hombres son mayoría en las ingenierías

ROSA CARVAJAL

La promoción de ingenieros de Telecomunicaciones de 1987 era esencialmente masculina. Sólo un 8% eran mujeres. Emma Fernández se encontraba entre ellas, cuando entonces no se hablaba de ingenieras con «a» sino de ingenieros. Hoy en día son muchas más las chicas que se inclinan por las carreras técnicas que en aquellos años y, sin embargo, no crecen a un ritmo suficiente. Datos de la Conferencia de Rectores de las Universidades Españolas (CRUE) ponen de relieve que del 54% de universitarias, sólo el 25% opta por este tipo de estudios. Los hombres continúan siendo muy mayoritarios en las ingenierías (76,4%), mientras que ellas lo son en los estudios de Educación Infantil, Enfermería, Psicología, Medicina, Educación Primaria y Derecho.

Eva Levy, autora de «Entre diversidad y fragmentación. Apuntes para tiempo de cambios», tiene claro que la circunstancia de que las mujeres estudien menos carreras técnicas responde a razones sociales. «Incluso entre las personas más cultas, está interiorizado el estereotipo de que los hombres, desde niños, están más capacitados para la ciencia, las matemáticas y lo “espacial”; mientras que las niñas funcionan mejor en las humanidades y en lo “verbal”. La idea está tan arraigada, entre padres y educadores, que las propias chicas, por buenos resulta-

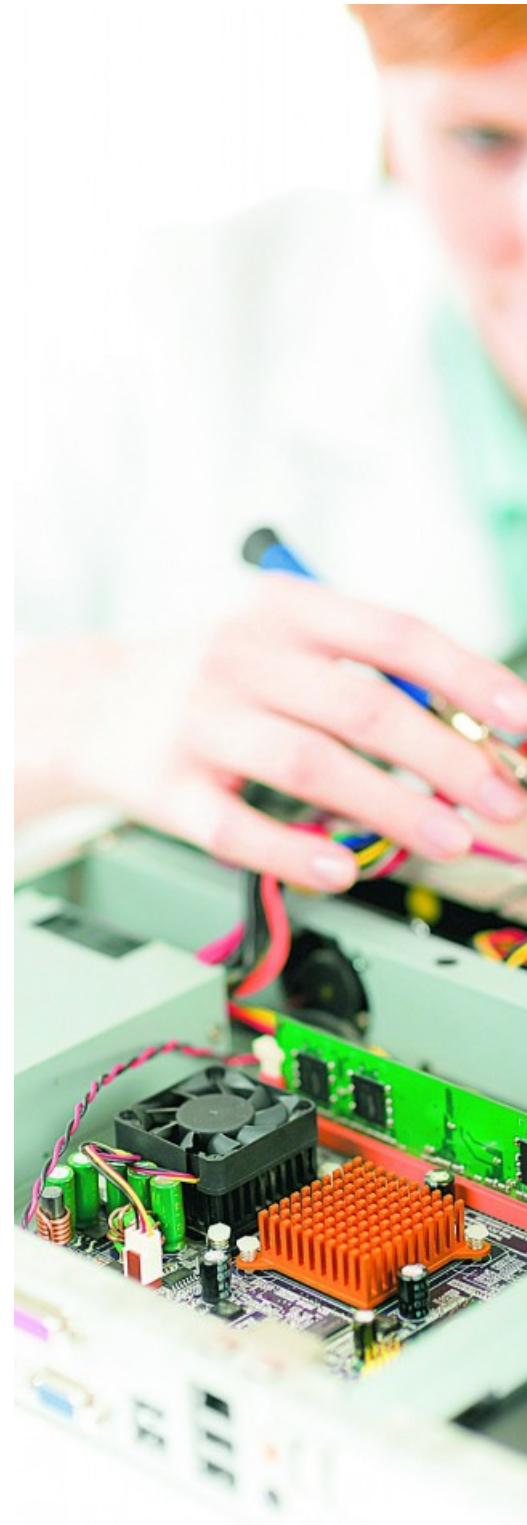
dos que obtengan en estas materias, los valoran por debajo de la realidad y piensan que hay que ser excepcional para elegir este tipo de carreras», explica Levy.

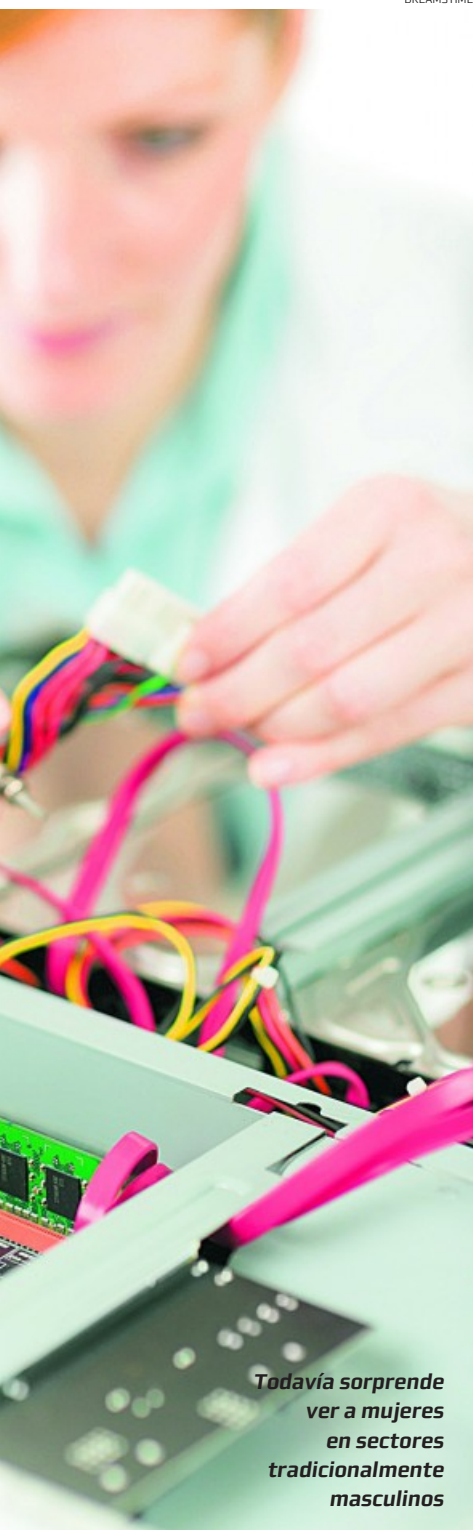
El 70% de los empleos y el 46% de las profesiones futuras surgirán en los ámbitos de la ciencia, la tecnología, la ingeniería y las matemáticas –las conocidas como carreras STEM– donde actualmente predominan los varones. Las mujeres representan sólo un 18% en las carreras técnicas y las TIC, una media que en Europa es del 23%. Según previsiones de la Comisión Europea, en 2020 habrá unos 825.000 puestos de trabajo en este sector y un alto déficit de profesionales. Es por ello que desde el sector se urge a desarrollar una labor de concienciación que fomente la vocación femenina en el ámbito tecnológico. «El cambio depende de gobiernos, centros escolares, familias y de los profesionales STEM que deben hacerse más visibles. A edades sensibles, no ver ejemplos atractivos llevan a

«El hecho de que las mujeres se decanten menos por estos grados responde a razones sociales y culturales»

las chicas a preferir otras salidas, casualmente peor pagadas que las ligadas a las carreras técnicas», explica Levy. La brecha salarial, también presente en el sector tecnológico, es otro factor que podría abocarlas a huir de las carreras técnicas, añade esta académica. Por citar un ejemplo, en la multinacional tecnológica Silicon Valley, los hombres cobran hasta un 60% más que las mujeres. Una de las conclusiones de «El Informe sobre

la Ciencia» de Unesco en cuanto a la participación de las mujeres pone de manifiesto que aunque han logrado la paridad en el alumnado que cursa estudios de máster en ciencias, solamente representan el 43% de los estudiantes que obtienen un doctorado. La disparidad de sexos se agudiza en el escalón siguiente, ya que sólo un 28,4% del personal de investigación en el mundo son mujeres. Además, el acceso de las investigadoras a fuentes de financiación de su actividad es más reducido que el de sus colegas masculinos, y son menos numerosas en las universidades de mayor prestigio. También son minoritarias en los puestos de mayor responsabilidad, tanto en los consejos directivos que administran las instituciones científicas como en los que





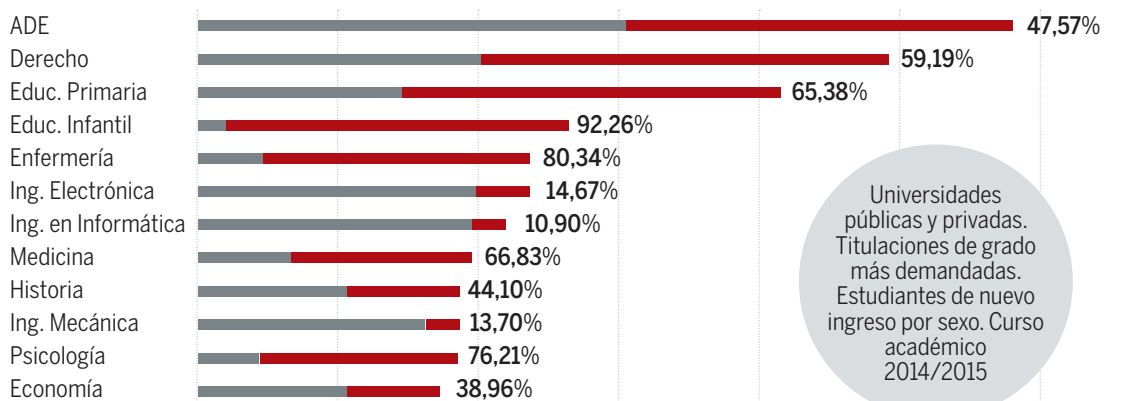
Todavía sorprende ver a mujeres en sectores tradicionalmente masculinos

DREAMSTIME

regentan las universidades. María del Pilar López, responsable de Tecnología Académica en U-Tad explica su experiencia como mujer investigadora. «Ver a una mujer ocupar puestos de responsabilidad en departamentos y sectores tradicionalmente masculinos es algo que a día de hoy sigue sorprendiendo, pero, a corto plazo, dicha situación se irá revirtiendo con el acceso de las mujeres a carreras tradicionalmente asociadas a hombres».

La Asociación Multisectorial de Empresas de la Electrónica, las Tecnologías de la Información y Comunicación, de las Telecomunicaciones y de los Contenidos Digitales (Ametic), sostiene que esta disparidad responde a una razón puramente educativa. Siguiendo las recomendaciones de la Comisión Europea y en el marco de su campaña e-Skills for Jobs para promover la presencia femenina en el mundo tecnológico, Ametic recorre colegios tratando de mostrar a los alumnos lo apasionante que es embarcarse en esta experiencia, además de desarrollar un programa específico de contenidos donde se destaca la contribución de la mujer a la ciencia y su papel en la industria moderna. «Mientras que de la Universidad y de los sistemas de cualificación profesional sólo un 25-30% de los egresados de carreras técnicas sean mujeres, será estadísticamente imposible lograr la paridad en ninguno de los niveles jerárquicos de las empresas», subrayan las mismas fuentes. Esta proporción no es exclusiva de España, ya que se extiende de manera más o menos homogénea para el resto de países avanzados. Por ejemplo, según datos de la multinacional Google, el 74% de las mujeres americanas muestra interés por la ciencia, la

Estudiantes de nuevo ingreso



Fuente: CRUE

Universidades públicas y privadas. Titulaciones de grado más demandadas. Estudiantes de nuevo ingreso por sexo. Curso académico 2014/2015

CLAVES

- Las tres titulaciones más demandadas en el sistema universitario español son Administración y Dirección de Empresas, Derecho y Educación Primaria.
- Las mujeres son mayoritarias en los estudios de Educación Infantil, Enfermería, Psicología, Medicina, Educación Primaria y Derecho.
- Los estudiantes de grado han incrementado sus preferencias por las ciencias de la salud y las humanidades, un 36,6% y un 21,5% respectivamente.
- Por el contrario las ramas de Ingeniería y Arquitectura han visto reducidas las matriculaciones, con 42.6897 universitarios menos, según la Crue.

tecnología, la ingeniería o matemáticas en el colegio, pero a medida que crecen, en secundaria y la escuela superior, sólo el 0,3% apuestan por la carrera de ingeniería informática.

SALARIOS

Algo que también debería motivar a las mujeres a decantarse por las carreras STEM es el salario, ya que pueden crecer hasta un 25% en este sector. Patricia Ponga, Internet & e-commerce director de Experis IT, la división tecnológica de ManpowerGroup, argumenta que los perfiles especializados en nuevas tecnologías, las llamadas IT, se mantienen en una «burbuja» en comparación con otros sectores más afectados por la crisis, con sueldos que pueden oscilar desde los 70.000 hasta los 230.000 euros. Que las mujeres se decanten menos por las carreras técnicas es, en opinión de esta experta, un tema cultural que tenderá a desaparecer en un plazo de cinco años, cuando entonces podrá hablarse de paridad.

Pero los avances no sólo tienen que venir del lado de animar a las mujeres a estudiar carreras STEM sino también por lograr elevar su representación en las escalas directiva y órganos de poder de las empresas. Según datos facilitados por Sodexo, en EE UU sólo hay 24 mujeres al cargo de empresas pertenecientes al Fortune 500, y a pesar de que el 45% de los trabajadores de las empresas incluidas en el S&P 500 (Standard & Poor's 500) son mujeres, éstas solo representan el 25% de los puestos directivos, el 19% de las sillas en los consejos y el 4% de los CEO de las compañías. Las diferencias salariales siguen estando patentes y los sueldos de las mujeres son un 24% menores que los de los hombres en puestos similares. Los cazatalentos, en su misión de buscar a profesionales, sostienen que valoran exactamente igual a un hombre que a una mujer. Lo que buscan en ambos casos es su encaje cultural, alineamiento con el puesto y motivación, señala Carlos Recarte.

«Hasta 2020 se crearán 900.000 nuevos empleos en el sector tecnológico y habrá un alto déficit de profesionales»

SIC TRANSIT

EL LÍDER QUE ESCUCHA LA OLA



SALVADOR MOLINA
Presidente del Foro Ecofin y presidente de Telemadrid

¿Eres de los que corren o de los que se paran a escuchar las olas? «Si dejas de pedalear, te caes de la bicicleta». Así comenzaba su receta mágica del liderazgo un profesor amigo. Para miles de pedagogos del «Management» el ideal de vida es ese perpetuum mobile que te hace estar en el cambio cuando se produce, que te hace coger

la ola en su cénit. ¡Hombres de acción! Sin embargo, algunos pensamos que «no por mucho madrugar, amanece más temprano». La pausa es necesaria para decidir hacia dónde encaminamos la acción. En la sociedad acelerada en la que vivimos, muchas organizaciones corren como pollo sin cabeza, por conseguir pan para hoy, pero descuidando el caladero del que extraen sus resultados.

¡Como una ola! El mundo está cambiando y hay que pararse a escuchar la ola. La creación en 1989 de la «World Wide Web» inauguró la revolución digital. Ese nuevo mundo interconectado y multipantalla

está afectando a nuestra percepción de la realidad, cambiando nuestros procesos cognitivos y alterando radicalmente las relaciones sociales, afectivas, económicas y políticas. Y todo, sin tiempo para procesarlo. No es tecnología. Es una mutación genética. Son los «millennials» y los «Generación Z». Una nueva sociedad autodidacta (el 33% aprende vía tutoriales en internet), que ha crecido en un contexto incierto marcado por la crisis y que tiene una manera diferente de ver el

mundo, asumiendo la diversidad y los cambios de roles como algo natural, sin ataduras materiales.

«El mundo cambia, sin tiempo para procesarlo. No es tecnología, es una mutación»

Los Z apuestan por la privacidad. Snapchat, Secret y Whisper son su símbolo, ya que han aprendido los riesgos de compartir todo en Internet. Los jóvenes Z son supervivientes de un contexto difícil que les ha hecho autosuficientes y creativos. Ellos no son el futuro, son el presente. Escuchemos esa ola que ya nos llega hasta la cintura.