



Brandester

ARTÍCULO

FEBRERO 2023

EL PROBLEMA GENERACIONAL EN EL
DIÁLOGO, LA GRAN AFECCIÓN QUE VIVEN LAS
EMPRESAS ACTUALES.

D. Juan Fco. Díaz Navas
Psicología y Neurociencias para tu marca y empresa.
Nº Colegiado: AO12552



Copyright © 2023
by D. Juan Fco. Díaz Navas

Hola lector.

Aquí os dejo este artículo que vas a poder disfrutar y donde os aportaremos solución para un tema concreto.

Este está hecho para ayudar al máximo número de personas como parte del contenido que ofrecemos a través de nuestra web [Brandester.com](https://www.brandester.com).

Si quieres ayudar a algún amigo o amiga puedes invitarlo a formar parte de nuestra comunidad digital mostrándole nuestra web.

Mr. Brandester

Index

*El problema generacional en el diálogo, la gran
afección que viven las empresas actuales. ...Pag. 2*

El equipo de Brandester



CAPÍTULO

EL PROBLEMA GENERACIONAL EN EL DIÁLOGO, LA GRAN AFECCIÓN QUE VIVEN LAS EMPRESAS ACTUALES.

A día de hoy, las empresas del mundo tienen un gran problema creado a partir de los cambios tecnológicos y los cambios sociales que han producido estas tecnologías en los últimos 30 años.

Seguro has oído hablar de estos cambios indicando que el problema está en la forma de relacionarse, consumo y entendimiento general de la vida. Pero la realidad de la estructura social que se está gestando es mucho más **compleja, interesante y profunda**.

A esto, hay que sumar el **acomodo económico** y financiero que han tenido las generaciones de estos 30 años que ha permitido que la mayor parte de esa fuerza laboral formada y preparada a conciencia para darnos ese salto de calidad productivo, disfrute los beneficios de una vida acomodada sin sentir las obligaciones que estos beneficios conllevan.

La sobreprotección paternalista sumada a la facilidad de conseguir las cosas a golpe de clic ha llevado que puedan vivir una vida holgada sin entender, más allá de la propia

abstracción de la acción de esfuerzo (que se traduce en las frasecitas vacías que vemos en casi todos los perfiles), que todo derecho tiene una obligación y que la obligación es con ellos mismos y sus iguales (la sociedad).

Esto nos ha llevado a tener unas generaciones totalmente dispares y que no cumplen su función con y para el crecimiento de la sociedad. Aquí hay un **componente socio-histórico** muy alto en el que, desde los años 80, hemos intentado con muchos esfuerzos igualarnos con el resto de países del Norte de Europa y Europa Central sin entender que nos llevan 10 o 15 años de ventaja en el desarrollo social, de la cultura de la colaboración para el mantenimiento del estado del bienestar y que todo esto va más allá de viajar a destinos increíbles por 100 euros y hacernos influfotos con la última ropa de moda, frases de falsa humildad y positivismo envenenado de narcisismo. Esto es fácilmente observable en el conjunto de parámetros a discusión en las políticas de esos países y el nuestro. También se puede observar en las estructuras y beneficios de Estado para el desarrollo de la riqueza y la productividad económica (donde se gastan los impuestos). Todo esto son indicadores de la madurez social de un estado.



CAPÍTULO

EL PROBLEMA GENERACIONAL EN EL DIÁLOGO, LA GRAN AFECCIÓN QUE VIVEN LAS EMPRESAS ACTUALES.

Esto nos ha llevado a que las generaciones de estos últimos 30 años no entiendan su papel en el **crecimiento de la sociedad y el país**. Lo chungo es que cuando no entiendes el componente socio-histórico en el que vives y la realidad de tu propósito, empiezan las pajas mentales que son buenísimas para la recaudación de votos, pero una auténtica odisea infernal para la productividad de los negocios, la generación de riquezas a nivel nacional y cuando todo esto sucede, el estado de bienestar salta por los aires.

De hecho, todo lo que está sucediendo nos está llevando a una época de baja salud mental en las plantillas y alta dificultad para la productividad empresarial.

En este caldo de cultivo perfecto, cada día parece más complejo contratar y tener un equipo potente que nos ayude al crecimiento de nuestro negocio.

Seguramente has tenido la sensación que eres **incapaz de conectar con tus trabajadores**, que tienes que actuar como padre vigilante y supervisar tú mismo la tarea de cada uno. Esto es una forma mal entendida del micromanagement que te lleva a perder mucho tiempo de lo importante: dirigir la nave y supervisar el camino trazado.

El principal foco de dificultad es **no entender el mundo en el que viven estas nuevas generaciones**. Un mundo híper conectado que va más allá de comprar en un clic. Ya que hoy en día **necesitas tener unas redes sociales potentes para todo**, somos más marca personal que nunca e incluso nos lo exigen para crear intimidad con otras personas. Ya que la intimidad nace en una gran parte de los casos de esos perfiles de redes sociales. Es cierto, nos hemos vuelto cómodos hasta para ligar y echar un casquete. Ese perfil va a marcar a que fiestas sociales te invitan, que tipo de persona te sigue, tu grupo de referencia, el dinero que te va a costar entrar a estos placeres y todo esto es socialización. Un bien fundamental que necesitamos para crear nuestro relato personal.

Por ello, nos encontramos que se está exacerbando el valor de lo especial y único, haciendo ver que todos podemos tener un gran sueldo, una gran vida y que está tan cercana como el tiempo que te atrevas a vivir en redes sociales.



CAPÍTULO

EL PROBLEMA GENERACIONAL EN EL DIÁLOGO, LA GRAN AFECCIÓN QUE VIVEN LAS EMPRESAS ACTUALES.

Esto, sumado a que el dibujo de la realidad cada vez es más oficioso y parecido a esas obligaciones que no han trabajado en la adolescencia y fase temprana de la adultez, mientras que ese mundo de redes nos hace poner nuestros sesgos cognitivos al límite aumentando el valor de la diferencia entre lo vivido y lo experimentado a nivel digital. Hace que cada vez exista más desasosiego al enfrentarnos a esa media en la que nos vamos a mover la mayoría de mortales.

Por ello, si quieres comunicarte con ellos, debes entender cuál es su mundo y ver que **las redes sociales y la vida digital es una parte fundamental de su forma de socializar**. Internet es la ventana desde la que dibujan el mundo.

La segunda cosa es que necesitan sentir que no se pierden nada, que están en todos los cotarros y que en cada uno de ellos queda evidencia de que estuvieron allí. Porque no es una necesidad personal en la mayoría de casos, sino una necesidad de notoriedad, es más importante crear esa foto que ese recuerdo.

Ya que esa foto puede ayudarle a conectar con su próxima pareja, tener tema de conversación en la próxima reunión entre compañeros de trabajo, conseguir un ascenso o cambio de puesto laboral, echar su siguiente polvo en la noche del sábado o conquistar a su suegra porque la misma lo investiga junto con sus amigas en el café del jueves.

La tercera es que no les gusta el dinero, pero si los **beneficios y privilegios que da el dinero**. Por ello, no importa cuántos beneficios des mientras que el dinero no les alcance para lo que ellos consideran sus necesidades: vivir fuera de la casa de sus padres, comprar su comida favorita, tener para condones, comprarse ropa con la que expresen su personalidad, pagar el teléfono, ir al restaurante de moda, quedar con el piconazo que le habló por Tinder y no quedar como un tieso o una aburrida, etc.

Si te das cuenta, todo lo que les produce y mueve va dirigido a la socialización y la conexión con las personas. Porque son unas generaciones ultra conectadas que han ido pasando del Chat Terra a Messenger, de Messenger a Tuenti, de Tuenti a Facebook e Instagram y de ahí al resto de redes sociales. Han crecido con una oportunidad de socialización enorme y es su máxima prioridad, aunque no lo sepan reconocer.



CAPÍTULO

EL PROBLEMA GENERACIONAL EN EL DIÁLOGO, LA GRAN AFECCIÓN QUE VIVEN LAS EMPRESAS ACTUALES.

Esto es lo que está en la base de esas orientaciones de trabajar con mayor intensidad en menos tiempo. Lo que te dicen es que quieren tener más tiempo para conectar con otros. Para que esto se aplique de forma correcta debes hacer una buena fundamentación de las tareas y que tengan claro lo que deben hacer. Si te surge el problema de los puestos donde sí o sí tienen que mantener un horario, ayuda bastante que exista un plus concreto que cree una diferenciación en la nómina de ese mes bastante considerable.

Con las políticas estilo google de espacios abiertos con lugares concretos para el recreo, el descanso, la siesta y demás; viene a responder a la necesidad de conectar con sus compañeros de trabajo y compartir ideas de una forma más amena y libre. Está genial si se tratan de departamentos creativos o de alta productividad que llevan una gran cantidad de estrés (recuerda que son unas generaciones que no llevan muy bien la presión, la frustración y la gestionan con muchas dificultades).

La utilización de los días libres está muy bien si tienen un salario que les permita moverse más allá de su casa. Si no existe ese salario, lo mejor que puedes hacer es retribuirle de forma económica y emocional cada hito que consigan para provocar un doble efecto. Un refuerzo positivo ante la sensación que producir más les genera mayor beneficio (economía) y un segundo refuerzo positivo en el que

ese trabajo bien hecho le ayuda a verse a sí mismo como más válido (trabajo sobre la autoestima y el autoconcepto que debe ir acompañado de una aprobación personalizada por parte del jefe o líder).

En el caso de que no puedas ofrecer salarios más altos, puede venirte bien tener un par de pisos alquilados a nombre de la empresa y darles el piso como beneficio en especies u ofrecer una ayuda al alquiler que vaya como plus por los réditos del año anterior y que sea revisable cada 10 meses para aprobarlo al año que viene. Esto puede ser interesante cuando la cuantía a ofrecer a cada empleado de incremento no sea muy alta o cuando no estemos muy seguros de dar un aumento del salario. Esto será visto por el empleado como algo favorable ya que el dinero ahorrado en dicho gasto le ayuda a incrementar el valor de su salario y nivel de vida.

Como conclusión. **si quieres solucionar el problema comunicativo con tus trabajadores, sean de la generación que sea, busca sus necesidades e intenta ponerle solución. Recuerda que el mercado laboral es un mercado, se mueve con dinero y responde a la ley de la oferta y demanda. Por ello, busca cubrir las necesidades de tus empleados como buscas cubrir la de tus clientes.**



Brandester

*En
Brandester
podemos
ayudarte a
encontrar la
solución.*

**Visítanos
[Brandester.com](https://brandester.com)**

*Gracias por
dedicarnos
este
tiempo.*