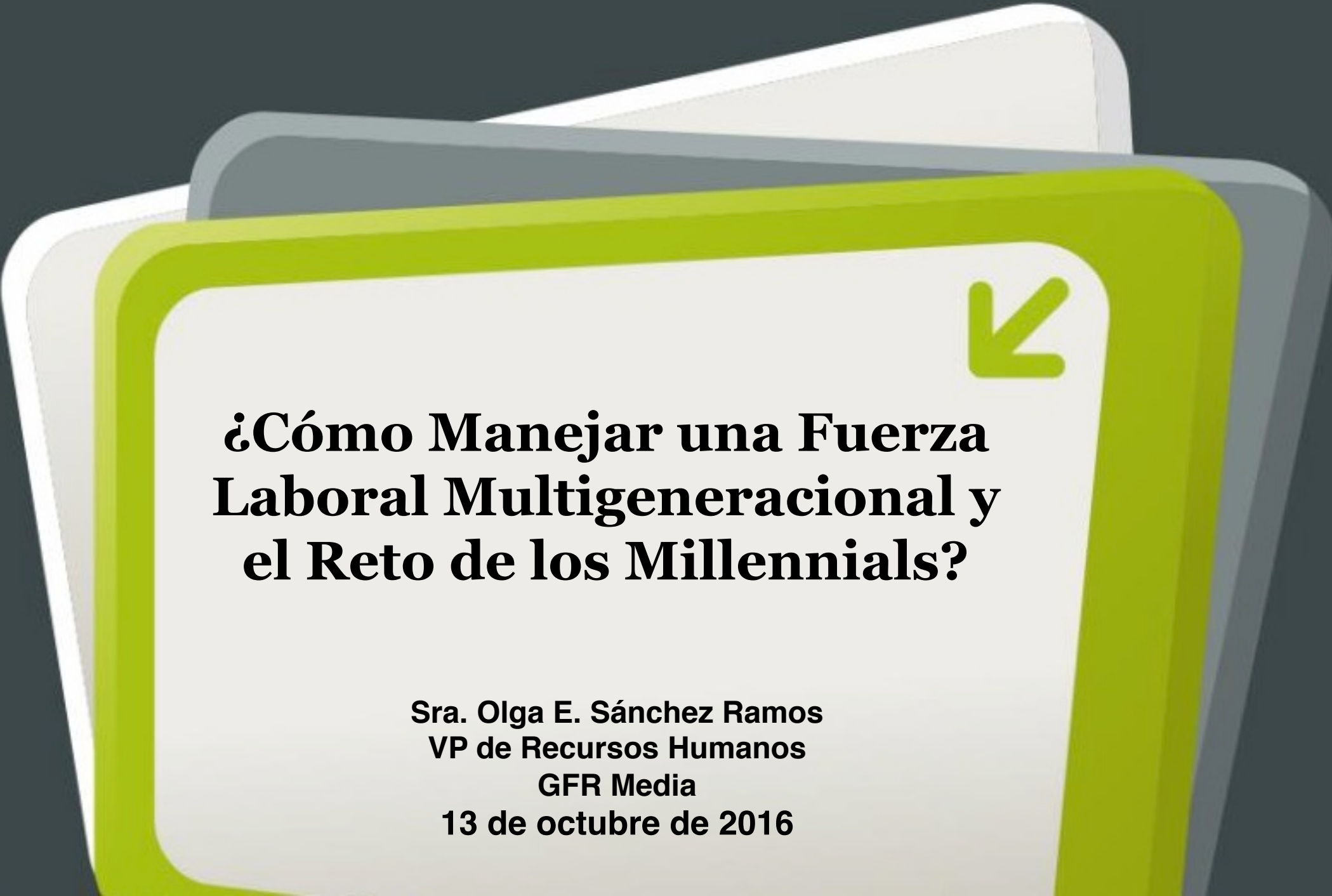




¿Cómo Manejar una Fuerza Laboral Multigeneracional y el Reto de los Millennials?

**Sra. Olga E. Sánchez Ramos
VP de Recursos Humanos
GFR Media
13 de octubre de 2016**

In my family, crazy doesn't skip a generation.



Don't forget, If anyone asks we are a normal family.



MI FAMILIA

Greatest



Silent



Baby Boomers



Gen X



Millennials



Gen Z



4

GENERACIONES

en el lugar de trabajo





Los **MILLENNIALS** se convertirán en el **75%**
de la fuerza laboral global para el 2025.

SILENT

1923-1944



“Loyalty^{is} royalty”

CARACTERÍSTICAS

SILENT

**Prefieren la
estructura y
procesos
definidos**

**Tuvieron que
adaptarse a más
cosas que cualquier
otra generación**

**Respeto
a la
autoridad**

**↗ Leales a su
lugar de trabajo**

**Quieren
expectativas y
guías claras**

BOOMERS

1945-1964

Nothing **worth** having comes easy.



CARACTERÍSTICAS

BOOMERS

Prefieren el
trabajo en
equipo

Las jerarquías y
estatus laboral son
importantes



Estables

↗ *Workaholics*

Les desagrada
el conflicto

GEN X

1965-1979



**Work to
live,
don't
live
to work.**

CARACTERÍSTICAS

GEN X

**Prefieren
ambientes de
trabajo informales**

**La productividad tiene
más peso que las
horas trabajadas**



***Work-life
balance***

↗ Independientes

**Se adaptan a la
tecnología**

MILLENIALS

1980-2000



**“IF YOU CAN
DREAM IT,
YOU CAN
DO IT.”**

- Walt Disney

CARACTERÍSTICAS

MILLENNIALS

Comunicación
instantánea

Confianza
en sí
mismos

Prefieren ambientes
de confianza y
transparencia

↗ Arriesgados

Quieren ser
escuchados

Tecnológicos



***M**ission*

- Valoran a sus líderes
- Necesitan objetivos claros

***M**eaning*

- Trabajo que tenga impacto, que haga una diferencia
- Crecimiento, oportunidades

***M**oney*

- Reconocimiento
- Remuneración justa

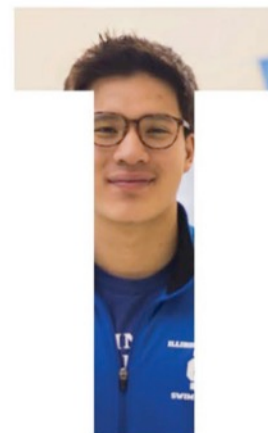
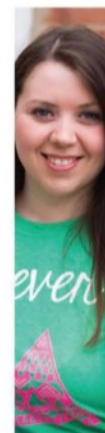
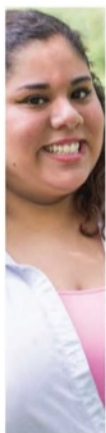


Estar
CONECTADOS



Trabajo **DESCENTRALIZADO**





**GFR Media es el brazo de medios del Grupo Ferré Rangel,
una empresa familiar 100% puertorriqueña**

GFR
MEDIA





1970

MARCAS PRINCIPALES



1997



2012

EVOLUCIÓN



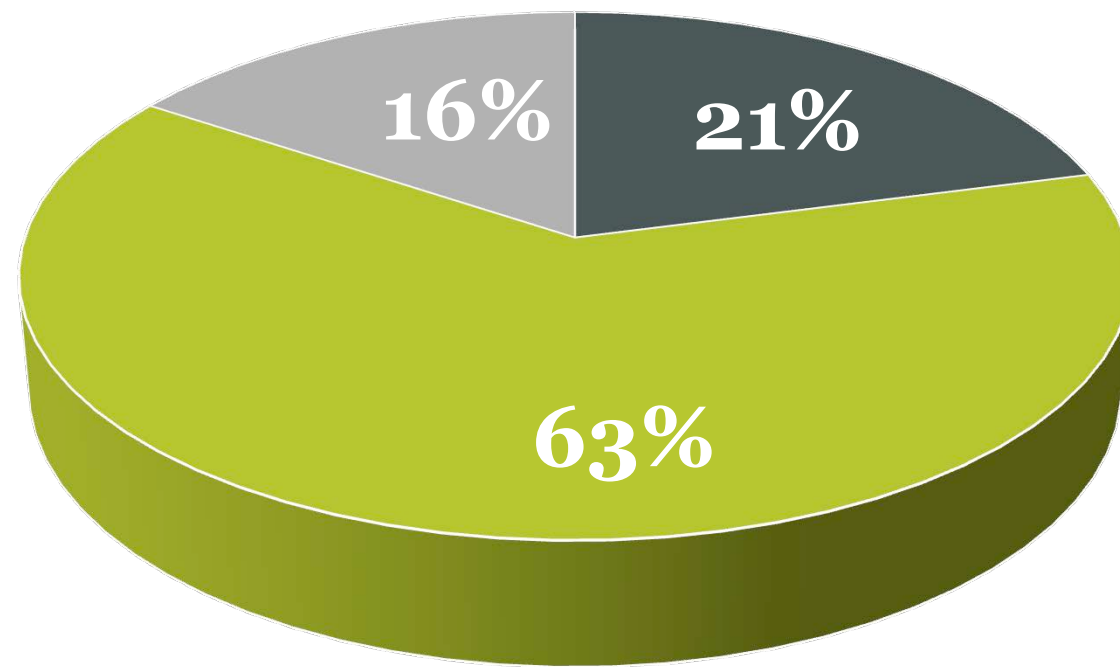
RETOS



1. Crecer y conectar audiencias
2. Incrementar ingresos periferales
3. Atraer y retener talento crítico

TALENTO

- Procesos de reestructuración recientes por la contracción económica del país.
- Programas de transición voluntaria.
- Migración de profesionales a EU.
- Ausencia de un plan estratégico de compensación total.
- Ausencia de estrategias de retención de talento clave.
- Falta de rotación y oportunidades internas.



■ Millennials ■ Gen X ■ Baby Boomers

ENFOQUE



ENFOQUE

- Espacios de trabajo abiertos que fomentan la informalidad, colaboración y la transparencia.
- Encuestas de satisfacción de empleados.
- Plataforma de comunicación interna.
- Programas de reconocimiento.
- Guía de vestimenta relajada.
- Actividades de confraternización.



**Cultura
Organizacional**

**Apoyo
CEO**

ENFOQUE



Apoyo
CEO

Total Rewards

- Desarrollo de un modelo de *total rewards* competitivo y atractivo.
- Reevaluación del ofrecimiento de beneficios.
- Ajustes de compensación para retener al *top talent*. ***Regrettable losses* bajaron de 8 en Q1 a sólo 1 en Q3 de 2016.**
- Programa de trabajo flexible – **42% de los participantes son millennials.**
- Prioridad a empleados para boletos de eventos que auspiciamos.

ENFOQUE

- Reclutamos personas con nuevos perfiles profesionales, alineados al nuevo modelo de negocio.
- Equipos de trabajo multifuncionales.
- Capacitación dentro y fuera de PR.
- Desarrollo de líderes.
- Movimientos internos.
- Programa internado de verano.
- Charla *Management and Millennials*.



Apoyo
CEO

Oportunidades

APRENDIZAJES





Comunicar, comunicar, comunicar, comunicar, comunicar, comunicar, comunicar

Comunicar, comunicar, comunicar, comunicar, comunicar, comunicar, comunicar

Comunicar, comunicar, comunicar, comunicar, comunicar, comunicar, comunicar

Comunicar, comunicar, comunicar, comunicar, comunicar, comunicar, comunicar

COMUNICAR

Comunicar, comunicar, comunicar, comunicar, comunicar, comunicar, comunicar

Comunicar, comunicar, comunicar, comunicar, comunicar, comunicar, comunicar

Comunicar, comunicar, comunicar, comunicar, comunicar, comunicar, comunicar



Think BIG

“The future depends
on what you do
TODAY.”

- Mahatma Gandhi

A group of approximately ten people are shown in silhouette, standing in a line and facing forward. They are positioned behind the large text '¡GRACIAS!'. The silhouettes are dark green against the light green background.

¡GRACIAS!