

Retos Generacionales

SME Power Breakfast – “Generación Z: Los nuevos consumidores

1

Profesor Alfredo Carrasquillo Ramírez

Psicoanalista y Consultor en Desarrollo Organizacional

Catedrático de Estudios Graduados – Universidad del Sagrado Corazón

Twitter: @coachalcarr Email: acarrasquillo@sagrado.edu

Vigilancia Epistemológica

- La clasificación generacional es una generalización útil que muestra tendencias, pero no abarca ni logra ubicar ni aprehender al universo de consumidores
 - Cada consumidor tiene, inevitablemente, el potencial de desbordarnos con su particularidad
- Cronología no es destino
 - La edad cronológica no necesariamente dicta o determina la pertenencia generacional

Paradojas del momento que vivimos

- Globalización // Fragmentación
- Homogeneización // Estallido de las diferencias
- Multiculturalismo // Fundamentalismo
- Lo global // Lo local
- Fin de las coordenadas modernas que delimitan los campos
 - Mundo de zonas grises y ambigüedades

Reto de gestionar las diferencias y las diversidades en el mundo organizacional

- Diversidades
 - Generacional
 - Cultural
 - Género
 - Raza
 - Clase
 - Creativa
 - Experiencias
 - Inteligencias
 - Otras

Las organizaciones se van moviendo a ser cada vez más un encuentro global de generaciones y diferencias

Retos para el mercado, las ventas y el mercadeo

- Convivencia sostenida con una “hipersegmentación” dinámica
- Ilusión de que podemos fijar identidades y pertenencias
 - Pero las identificaciones son frágiles, líquidas, lábiles, cambiantes

Reto de la diversidad generacional para las organizaciones y el mercado

- Valores
- Expectativas
- Metas
- Comportamientos
- Modos de vincularse y hacer uso de la tecnología
- Actitudes
- Modos de comunicarse y vías privilegiadas de comunicación
- Decisiones de consumo
- Decisiones financieras
- Adaptabilidad o resistencia a los cambios
- Orientación individualista o gregaria (comunitaria o de equipo)
- Manejo de la ambigüedad
- Estilos de liderazgo que funcionan
- Relación con la autoridad
- Manejo de las incertidumbres

Momento de transición

7

- ▶ En cada momento histórico, una generación hegemoniza con sus valores, compromisos, demandas y aspiraciones
- ▶ Estamos en un momento de interregno y transición
- ▶ Estamos en un momento de lucha hegemónica del que, como resultado, una nueva generación impondrá su control y predominio
- ▶ Cambio principal:Cuál será la vía privilegiada de sostenimiento del lazo social, de la comunicación (Paso de la oralidad a la textualidad)

Retos Generacionales

SME Power Breakfast – “Generación Z: Los nuevos consumidores

¡Muchas gracias!

8

Profesor Alfredo Carrasquillo Ramírez

Psicoanalista y Consultor en Desarrollo Organizacional

Catedrático de Estudios Graduados – Universidad del Sagrado Corazón

Twitter: @coachalcarr Email: acarrasquillo@sagrado.edu