



Especiales laSegunda

LOS MEJORES LUGARES PARA TRABAJAR™ EN CHILE 2024

Jueves 3 de abril 2025



José Antonio Yazigi, director de Great Place To Work® Chile:

“Cada generación deja su huella en la cultura organizacional”

Durante más de 30 años, Great Place To Work® ha estudiado cómo cada generación impacta a las organizaciones. En esta entrevista, profundizamos junto a José Antonio Yazigi la manera en que Los Mejores Lugares para Trabajar™ ven las diferencias generacionales como una oportunidad para crecer e innovar.

— ¿Por qué es importante hablar de generaciones en el trabajo?

— Cada generación trae consigo una mirada única, un conjunto de valores y expectativas que enriquecen el mundo laboral. Comprender estas diferencias no solo mejora la productividad, sino que transforma la comunicación y aumenta la colaboración. Y para comprender la importancia de poner el tema sobre la mesa, hay estudios que nos muestran que los Baby Boomers y la Generación X valoran el encuentro cara a cara y las llamadas telefónicas, mientras que los Millennials y Centennials prefieren la agilidad de los correos, chats y mensajes instantáneos. Estos matices, lejos de ser detalles menores, son claves para construir equipos más conectados y eficaces.

Como vemos, identificar estas diferencias resulta útil para la organización. Pero es solo el punto de partida. Si bien no hay recetas infalibles, cuando las organizaciones gestionan la diversidad generacional como un elemento más de su cultura, las diferencias se integran de manera auténtica y permanente.

— ¿Qué han aprendido Los Mejores Lugares para Trabajar™ sobre estas diferencias?

— En primer lugar, han descubierto que cuando se escucha y valora genuinamente a cada persona, sin importar su generación, se crean espacios verdaderamente inclusivos y colaborativos. Son organizaciones donde cada voz cuenta, donde la experiencia y la energía de distintas edades se integran para construir juntos un propósito común que trasciende el tiempo.

En segundo lugar, han comprendido que cada generación trae consigo su propio ritmo, lenguaje y forma de ver el mundo. Lejos de imponer una única manera de hacer las cosas, estas organizaciones han optado por diseñar

culturas que incorporan esa diversidad con intención y respeto. El resultado es evidente: entornos laborales más dinámicos y adaptables.

Un tercer punto, igual de relevante, es que estas organizaciones han diseñado beneficios, prácticas y experiencias que realmente responden a las necesidades específicas de cada generación. Desde modalidades de trabajo flexibles hasta programas de bienestar, desarrollo y formación, reconociendo que cada etapa de la vida laboral implica prioridades distintas. Por eso, acompañar a las personas de manera pertinente, considerando su contexto y momento vital, se ha convertido en una estrategia esencial para fortalecer el compromiso, el ambiente laboral y la permanencia en la organización.

— ¿Qué han visto desde Great Place To Work® en relación a la manera de gestionar las necesidades específicas de cada generación?

— En el entorno laboral actual, donde conviven hasta cuatro generaciones, lejos de representar un obstáculo, puede convertirse en una poderosa ventaja competitiva para la cultura y la estrategia.

Esto implica implementar prácticas que favorezcan la integración y el respeto mutuo. Como te comentaba anteriormente, la comunicación es uno de los aspectos clave. Las organizaciones que consideran canales formales o presenciales, pero que también valoran la inmediatez de las plataformas digitales, están promoviendo una comunicación flexible y empática, que logra que todos se sientan escuchados y tenidos en cuenta.

Otra herramienta clave que hemos visto, es el aprendizaje intergeneracional. Iniciativas como el mentoring cruzado, permiten que las distintas generaciones compartan conocimientos, experiencias y habilidades. Las orga-



José Antonio Yazigi, Director de Great Place To Work® Chile.

nizaciones que han implementado este tipo de programas han demostrado un aumento del 57% en el compromiso en comparación con aquellas que no los tienen. Así, los perfiles más jóvenes pueden incorporar aprendizajes del camino recorrido por los más seniors, y estos últimos se nutren de nuevas perspectivas y herramientas digitales.

En definitiva, gestionar la diversidad generacional no se trata solo de facilitar la convivencia: es una oportunidad estratégica para enriquecer la cultura, potenciar la innovación y construir entornos laborales más empáticos, inclusivos y abiertos al diálogo.

(Continúa en la página 3)



Especiales laSegunda

LOS MEJORES LUGARES PARA TRABAJAR™ EN CHILE 2024

Jueves 3 de abril 2025

— Durante la ceremonia de premiación de Los Mejores Lugares para Trabajar™ 2024 en Chile, mencionaste que la mayoría de los líderes actualmente pertenecen a la generación X. ¿Podrías contarnos cómo han observado esto desde Great Place To Work®?

— Es bien particular el fenómeno de la generación X. Nuestros estudios nos revelan que los miembros de esta generación ocupan el 51% de las po-

siciones de liderazgo a nivel global. Se destacan por un estilo de liderazgo práctico, orientado a los resultados y basado en la confianza, promoviendo la autonomía en sus equipos. Actúan como puentes entre generaciones, comprendiendo tanto la visión estructurada de los Baby Boomers como las expectativas de flexibilidad e innovación de los Millennials y Centennials. Además, valoran profundamente el equilibrio entre la vida

personal y profesional, lo que los impulsa a fomentar culturas de trabajo más sostenibles.

Pero, más allá de los líderes que pertenecen a una generación específica, el liderazgo en sí adquiere un rol clave al conducir equipos intergeneracionales. Tienen que adoptar un enfoque flexible, capaz de reconocer, comprender y motivar a personas con necesidades y expectativas distintas respecto al desarrollo profesional, la

autonomía y el sentido del trabajo.

Las organizaciones de hoy tienen una gran oportunidad, que es formar y mantener líderes de todas las generaciones, capaces de liderar de forma inclusiva y con una actitud transformadora que inspira, une y potencia lo mejor de cada persona. Es así como se construyen culturas donde todos se sienten vistos, valorados y motivados a dar lo mejor de sí. Y es ahí donde nacen las organizaciones del futuro.

CATEGORÍA HASTA 250

- 01 HILTI
- 02 SAP Chile
- 03 Generadora Metropolitana
- 04 Novo Nordisk
- 05 CrossNet
- 06 B. Braun
- 07 sbpay
- 08 Belltech
- 09 SC Johnson
- 10 Cisco Chile
- 11 PREVIRED
- 12 VMICA
- 13 Beiersdorf
- 14 Kyocera Document Solutions Chile
- 15 MUREX CHILE ANDINO PACÍFICO SPA
- 16 Stryker
- 17 HP Chile
- 18 Sencillito
- 19 Nissan & Nissan Tanner Financial Services
- 20 GNL Quintero S.A.

CATEGORÍA 251 A 1.000

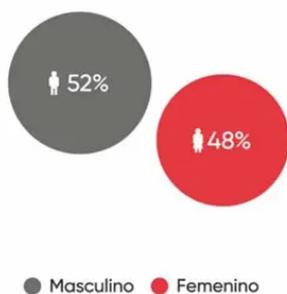
- 01 DHL Express
- 02 Lipigas
- 03 NTT DATA, Inc.
- 04 Maestranza Diesel S.A.
- 05 AES Chile
- 06 Esvál y Aguas del Valle
- 07 AFC Chile
- 08 Eurofarma
- 09 SII Group Chile
- 10 Heavenward Ascensores S.A.
- 11 Parque Arauco
- 12 DHL Global Forwarding Chile
- 13 Schneider Electric
- 14 Terminal Puerto Arica S.A.
- 15 MOK
- 16 Garces Fruit
- 17 Tanner
- 18 Grupo Enovus

CATEGORÍA MÁS DE 1.000

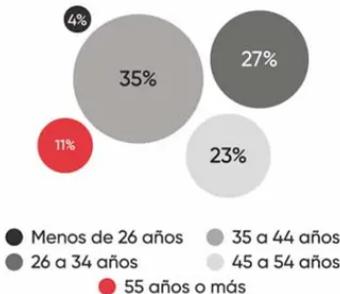
- 01 Parque del Recuerdo
- 02 Itaú Chile
- 03 Caja Los Andes
- 04 AFP Habitat
- 05 Grupo Saesa
- 06 BancoEstado y Filiales
- 07 MetLife Chile Seguros y ProVida AFP
- 08 Accenture Chile
- 09 Marriott International
- 10 Accor
- 11 DHL Supply Chain Chile
- 12 Rosen
- 13 Achs
- 14 EY Chile
- 15 Metso
- 16 MITTA, Rent a Car, Leasing Operativo & Renting
- 17 Fundación Hogar de Cristo

DEMOGRAFÍAS

GÉNERO



EDAD



ANTIGÜEDAD EN LA ORGANIZACIÓN

