

Business**DI**ibiza

FORO DE NEGOCIOS | 'MILLENNIALS'



De izquierda a derecha, Óscar Cabo, José María Álvarez Monzoncillo, Gabriel Suñer Soler y Jimena L. Ansótegui, ayer durante la charla. SERGIO G. CAÑIZARES

'MILLENNIALS. LA GENERACIÓN EMPRENDEDORA'

«La generación 'millennial' sacará a España de la crisis»

La Fundación Telefónica presenta en el Club Diario la publicación 'Millennials. La generación emprendedora' con su autor, José María Álvarez Monzoncillo, y con el patrocinio de BMN-Sa Nostra

L.F.A. EIVISSA

■ Rosa María Sainz Peña, gerente de Proyectos Editoriales de la Fundación Telefónica, abrió ayer la charla 'Millennials. La generación emprendedora', un evento organizado por Telefónica con el patrocinio de BMN-Sa Nostra y la colaboración de Diario de Ibiza.

El auditorio, compuesto mayoritariamente por público perteneciente a la generación del debate, es decir, nacidos entre 1980 y 1999, siguió con gran interés la intervención de José María Álvarez Monzoncillo, catedrático de Comunica-

ción Audiovisual en la Universidad Rey Juan Carlos, invitado a la charla por la Fundación Telefónica y coordinador del informe sobre los Millennials. Dio algunas claves del éxito de una generación «que sacará a España de la crisis y que hay que apoyarles por ello», subrayó.

Su visión sobre los *millennials*, después de hacer numerosas encuestas para su informe, es más optimista de lo que podría parecer: «Es un grupo preparado para el cambio y el futuro depende de los millennials», sentenció.

Monzoncillo también lanzó el decálogo de la supervivencia del

emprendedor *millennial*: «1-Las ideas por buenas que sean no te harán rico, 2-Tus mejores ideas están muy cerca de ti, 3-Las grandes ideas son simples, 4-Compartir las ideas las hace mejores ideas, 5-Fallar es normal, 6-Las ideas tienen su momento justo 7-No hay que ser el primero, hay que ser el mejor, 8-La clave es ser diferente, 9-Las personas hacen grandes ideas y 10-Emprender es una actitud y, como tal, no acaba nunca».

Entre las fortalezas de los *millennials* y que los refuerzan frente a generaciones anteriores, el experto destacó que tienen «una visión glo-

«TIENEN UNA VISIÓN GLOBAL DEL MUNDO, MOTIVACIÓN PARA SUS PROYECTOS, 'NETWORKING' Y UN NIVEL ALTO DE EDUCACIÓN»

JOSÉ MARÍA A. MONZONCILLO
UNIVERSIDAD REY JUAN CARLOS

bal del mundo, motivación para sus proyectos, acceso a recursos, *networking*, nivel alto educación (con másters y doctorados), *mentoring* (apoyo para potenciar sus talentos) y apoyo familiar».

Aunque, casi más importante que la formación, «que lo es», para Álvarez Monzoncillo es crucial que esta generación, que maduró con Internet y las herramientas digitales, tenga criterio: «El usuario de Internet tiene que tener competencias para discernir entre la verdad y la mentira en la red, entre lo bueno y lo malo», alertó.

También destacó como clave el



'MILLENNIALS' | FORO DE NEGOCIOS



Monzoncillo, durante su intervención. SERGIO G. CAÑIZARES



fin de la separación entre el ocio y el trabajo, algo que no solo le sucede a los *millennials*: «Consultamos correos y Whatsapps de trabajo en nuestro tiempo de ocio, y, en el tiempo de trabajo, entramos en redes sociales. Todo se ha mezclado», dijo.

Por su parte Oscar Cabo, director corporativo de Selección y Evaluación de Palladium Hotel Group subrayó que hoy más que nunca debe haber un «enamoramiento» entre empresa y candidato a la hora de reclutar. Más allá del currículum, el reclutador tiene que encontrarse con un candidato (*millennial* o no) «motivado, sonriente y activo». Pero también admitió que las empresas se tienen que adaptar al nuevo contexto de esta nueva generación.

Desde el público una chica lanzó una sentencia al respecto que fue acogida con aplausos: «Nadie puede plasmarlo que es o de lo que es capaz en un papel [en referencia a la frialdad del CV]» y lamentó que las empresas «están siendo lentas a la hora de adaptarse a la realidad de los *millennials*» y que el sector educativo «sigue siendo arcaico».

La charla contó también con la intervención de Gabriel Suñer Soler, del área de Finanzas Personales de BMN Sa Nostra, que apuntó un

«EL 'MILLENNIAL' ES UN CLIENTE CONSERVADOR PORQUE HA VIVIDO DIEZ AÑOS DE CRISIS FINANCIERA»

GABRIEL SUÑER SOLER
FINANZAS PERSONALES BMN-SA NOSTRA

dato muy sorprendente: «El millennial es un cliente muy conservador porque ha vivido diez años de crisis financiera» y también apuntó que los bancos «tienen que hacer ahora un esfuerzo doble» para llegar a ellos «porque es un cliente que no entra en una entidad financiera».

El debate contó con la presentación de Jimena L. Ansótegui, directora comercial de Diario de Ibiza, y en la charla también intervino Arantxa Doncel, directora de Ventas de Empresas de Alicante y Balears de Telefónica, que invitó a los presentes a visitar la plataforma Open Future (openfuture.org) e informarse de las becas y ayudas al emprendimiento, ya que todavía no han recibido ningún proyecto desde Eivissa.

► UN DEBATE SOBRE EL FUTURO Y EL PRESENTE DE LA GENERACIÓN 'MILLENNIAL'. El auditorio del Club Diario de Ibiza se llenó ayer para seguir la charla 'Millennials. La generación emprendedora' organizada por la Fundación Telefónica con el patrocinio de BMN-Sa Nostra y la colaboración de Diario de Ibiza. **1** El público, la mayor parte muy joven, llenó el auditorio. **2** Arantxa Doncel, directora de Ventas de Empresas de Alicante y Balears de Telefónica. **3** Rosa María Sainz Peña, gerente de proyectos editoriales de la Fundación Telefónica. **4** De izquierda a derecha, Lluís Ballber, Arantxa Doncel, Rosa María Sainz, Joan Serra y José María A. Monzoncillo. © SERGIO G. CAÑIZARES