

NEXT GEN

Otto Regalado,

*profesor de la Maestría en
Marketing de ESAN*

Las cifras hablan por sí solas. Según el Centro Nacional de Planeamiento Estratégico, en los siguientes 10 o 15 años la PEA del Perú estará fundamentalmente compuesta por personas que pertenecen al grupo de los llamados millennials (nacidos entre 1981 y el 2000). Serán alrededor de 7 millones.

Otro dato a considerar es que entre el 2025 y el 2030, más del 60% de la fuerza laboral estará conformada por nativos digitales, es decir, por millennials y posmillennials.

Para el sector educación, sobre todo a nivel posgrado, este grupo generacional supone un gran reto, ya que tienen sus propios hábitos de estudio, utilizan más la tecnología, hacen más de dos cosas a la vez y, en el proceso de aprendizaje, prefieren el contenido audiovisual. Adicionalmente, tienen una mayor preocupación por el cuidado del medio ambiente y están más dispuestos a hacer respetar sus convicciones.

La oferta académica de las universidades y escuelas de negocios necesita adaptarse para satisfacer las necesidades de esa demanda. Y básicamente debe concentrarse en tres frentes: mallas curriculares, métodos pedagógicos y criterios de evaluación flexibles.

En una sociedad donde la información está a disposición de los estudiantes a través de la tecnología, los profesores (tanto los tradicionales como los millennials) tienen que convertirse en facilitadores de conocimiento.

Ahora las aulas deben ser espacios interactivos de aprendizaje en los cuales se fomente la autonomía del estudiante a través del análisis de casos de estudio, trabajos en equipo, debates, ejecución de roles, resolución de ejercicios y exposiciones.