

Entrevista a Ana Matarranz, Consejera y coordinadora del libro

“El poder de la diversidad generacional”

¿Cuál es el objetivo del libro?
¿Qué mensaje se quiere lanzar con su publicación?

El objetivo del libro es poner sobre la mesa una realidad demográfica y social que ya está transformando la gestión empresarial. Queremos mostrar que la convivencia entre generaciones con diferentes trayectorias vitales es un reto apasionante y, al mismo tiempo, una gran oportunidad estratégica. El libro “El Poder de la Diversidad Generacional” es un manual de buenas prácticas, con la experiencia de grandes profesionales y referentes en el mundo empresarial que comparten experiencias y lo que han aprendido en su gestión de muchos años. El mensaje es claro: cuando gestionamos bien este reto y se ve como una oportunidad, se multiplica la innovación, la productividad y el impacto positivo en clientes y accionistas.

En un entorno de lucha por el talento los jóvenes lo tienen difícil, las mujeres tienen menos oportunidades, se prescinde de los mayores. ¿Qué estamos haciendo mal?
 Lo que ocurre es que solemos mirar el talento desde un prisma demasiado limitado. Muchas veces la edad o la etapa vital acaban pesando más que la capacidad real de



aportar valor. Lo importante para mí no es lo que has hecho en el pasado sino la capacidad para hacer ahora y en el futuro próximo por tu empresa.

Por otra parte los jóvenes necesitan espacios para aprender y crecer, la generación Z es la mejor forma de la historia. Se sigue hablando de los techos invisibles que tenemos las mujeres, y los mayores tienen la posibilidad de ser mentores excepcionales.

La clave está en crear un ecosistema de talento diverso y complementario, donde cada perfil encuentre su lugar. Y lo más interesante es que cada vez más empresas están descubriendo que integrar todas esas miradas se convierte en una ventaja competitiva única. **¿Pasar del ‘client first’ al ‘people first’ supone un cambio en el modelo de negocio tradicional?**



Supone un cambio profundo y, sobre todo, muy inspirador. Durante años hemos puesto al cliente en el centro y eso sigue siendo esencial, pero la verdadera transformación llega cuando entendemos que la experiencia del cliente comienza siempre con la experiencia del empleado. Pasar a un modelo *people first* significa reconocer que cuando las personas dentro de la organización están felices, motivadas y reconocidas, los clientes lo perciben de inmediato. Incluso la inteligencia artificial, que está transformando todos los sectores, solo despliega todo su potencial cuando se combina con equipos comprometidos y creativos. Al final, *people first* es la mejor manera de garantizar clientes satisfechos y negocios sostenibles.

¿Qué crees que es antes el huevo o la gallina?