

# CENTENNIALS **Z** 1997-2010

Há uma nova geração de profissionais chegando ao mercado de trabalho. Depois dos baby boomers, da geração X e dos millennials, os centennials (ou geração Z) estão levando as empresas a repensar todo o seu modelo de gestão e de relacionamento hierárquico.

## QUEM SÃO OS **CENTENNIALS**

### **IDADE**

Nasceram a partir de 1997 e estão perto de integrar o mercado de trabalho.

### **NATIVOS TECNOLÓGICOS**

São a primeira geração a crescer totalmente em contexto digital e de expansão tecnológica. A vida antes da internet é para os centennials uma coisa estranha.

### **PRAGMÁTICOS**

Ao contrário da geração anterior, os centennials cresceram num ambiente de crise económica e de conflitos armados e são por isso mais realistas em relação a perspetivas de carreira. Sabem que têm de trabalhar muito, em ambientes altamente concorrenciais e que o sucesso nunca é garantido.

### **TOLERANTES**

São mais tolerantes, abertos à diferença e respeitadores da individualidade do que as gerações anteriores. Temas como a paridade de géneros ou a orientação sexual não são questões para esta geração.

### **INOVADORES**

São a geração que cresceu com a palavra “inovação” na ponta da língua. Se o sistema não funciona, eles próprios criam novas soluções e produtos.

Nascidos entre 1997 e 2010, os centennials são a primeira geração a nascer em plena era da internet. Imaginar a vida antes do correio eletrónico, do Skype, das redes sociais ou das apps será, provavelmente, muito difícil para uma geração que vive no imediato, a alta velocidade, rodeada de tecnologia e informação e com acesso rápido à informação. Os centennials são a geração do “fazer acontecer”, que cria as suas próprias soluções e regras e que não trabalha para enriquecer, mas sim para nunca ser pobre. Sílvia Nunes, diretora da empresa de recrutamento Michael Page, apresenta-os como “a geração que trabalha para viver” e isto, reconhece, depois de várias gerações orientadas pela ambição e prosperidade, “coloca inúmeros desafios às empresas no campo da atração, mas sobretudo da retenção de talento”.

Segundo o Instituto Nacional de Estatística (INE) serão cerca de 2,56 milhões os jovens com menos de 24 anos a residir em Portugal. É nesta franja populacional que se situam os centennials. Uma geração em tudo diferente das gerações anteriores e de grandes contrastes. É que se esta é a geração da abundância e do acesso rápido à informação, que está habituada a utilizar a tecnologia de forma imediata na resolução dos seus problemas quotidianos, ela é também a geração que cresceu num contexto económico e social muito mais hostil do que os seus antecessores millennials. A crise económica dos últimos anos — que provavelmente terá lançado no desemprego muitos dos pais desta geração — e os múltiplos conflitos armados mundiais contribuiram para moldar uma geração desafiante, à qual as empresas têm de se adaptar.

# MILLENNIALS VS. CENTENNIALS

Há muito que se fala nisto, mas os centennials serão provavelmente a primeira geração a materializar no terreno a ideia de que o emprego para toda a vida já não existe. “Um centennial nunca responderia aquela velha questão que se colocava a quase todos os profissionais: onde se imagina daqui a cinco anos?”, garante Sílvia Nunes argumentando que o foco desta nova geração de profissionais “é a motivação e o envolvimento em projetos aliciantes”.

A ambição que caracterizava os millennials, uma geração encorajada a investir tudo na carreira e educada a olhar o mundo como um espaço de múltiplas oportunidades, deu lugar a uma geração de profissionais menos idealista e mais pragmática. Uma geração habituada a lidar com a crise, que sabe que as oportunidades escasseiam e que nem todos são bem-sucedidos e que tem, por isso, expectativas mais equilibradas sobre o futuro.

O emprego e a carreira são espaços de motivação para os centennials que nunca perdem de vista o equilíbrio entre o trabalho e a família. A aspiração a grandes salários, que caracterizou gerações anteriores, não entra na equação mensal dos centennials. Esta geração não trabalha para enriquecer, mas sim para sobreviver. A consultora norte-americana Future Company comprovou-o num inquérito realizado junto de jovens profissionais desta geração: 60% preferem ter garantias de que não irão passar necessidades ao longo da sua vida do que a perspetiva de enriquecerem.

# DESAFIO PARA AS EMPRESAS

Este posicionamento perante a carreira coloca, naturalmente, novos desafios às organizações, que já não podem contar com as questões salariais como o incentivo de eleição para a retenção dos melhores. Valores mais altos se elevam para os centennials.

Mais impacientes, fruto do excesso de informação e estímulos com que convivem desde muito jovens, os centennials “são particularmente felizes a trabalhar em empresas de forte componente tecnológica, inovação e criatividade”, explica Sílvia Nunes. A diretora da Michael Page destaca a sua apetência por organizações mais informais ou startups — “onde se entra para fazer acontecer” — em áreas como o marketing digital, a comunicação, o turismo, as tecnologias, a saúde ou o grande consumo que, explica, “continuam a atrair muitos jovens”.

Mas seja qual for o setor, a dimensão ou a tipologia das empresas, reter um centennial coloca múltiplos desafios aos gestores. “Desde logo porque a entrada destes profissionais no mercado acentua um gap geracional que tem de ser bem gerido pelos líderes”, explica a diretora da Michael Page, que considera fundamental que as chefias saibam adaptar-se (e adaptar as suas equipas) a trabalhar com uma geração mais imediata, rápida e digital que pensa a resolução de problemas com recurso rápido a soluções tecnológicas. Sílvia Nunes aponta ainda como desafio para gestores e empresas “saber saciar a ansiedade natural destes profissionais que gostam de saber com o que contam e por isso exigem planos de carreira e progressão profissionais mais transparentes, organizações mais abertas, flexíveis e diversificadas, com canais mais informais e diretos de comunicação com as lideranças de topo e chefias”.