

# Centennials: los hijos de la transformación digital llegan a las empresas

Comprometidos con las causas sociales y ambientales, los Zeligen muy bien a qué proyecto sumarse. Emprendedores y autodidactas, reconocen el valor de un mentor

Marysol Antón



Son los más jóvenes de la oficina. Los que introducen nuevos códigos y dan por sentados otros (diversidad, inclusión, cuidado del medioambiente). Algunos tienen ya un par de años en el mercado laboral y otros apenas habían empezado a adaptarse a la rutina cuando los sorprendió la cuarentena. Son los centennials, los que nacieron después de 1995, la nueva generación que empieza a poner sus reglas: eligen a sus empleadores, necesitan sentirse comprometidos con lo que hacen y priorizan la flexibilidad por sobre otros beneficios.

Mariana Amores, gerente RR.HH. de Grant Thornton Argentina, sostiene: "Son más emprendedores que los millennials. Aprenden rápido y de forma autodidacta. Cuestionan al sistema educativo tradicional, porque en muchos casos ellos mismos tienen acceso a la información de manera directa y más rápida que sus profesores. Son más críticos y esta actitud les permite avanzar".

Sus diferencias con los millennials es lo que más rápido surge al querer describirlos. "Los centennials no valoran tanto el consumo y no le prestan atención a las marcas, sino más a la sustentabilidad de lo que consumen. Incluso, ponen en discusión ciertas posesiones, como tener un auto habiendo otras opciones más económicas de transporte", cuenta Gabriel Pereyra, CEO de modobeta.

"Quieren que la cultura de la firma los represente. También entran más jóvenes de lo que lo hacían los millennials; ellos vivieron antes que sus predecesores las crisis, quizá por eso priorizan el estado de felicidad", opina Nicolás Coccolo, manager de Bumeran.

Esta generación es nativa digital. "Son muy flexibles: no les molesta cambiar de equipo, al contrario. No les van las oficinas físicas y para comunicarse usan el chat por sobre otros canales. La sustentabilidad y la inclusión son parte de su vida. Durante una entrevista laboral te preguntan, por ejemplo, qué menú ofrece el comedor", asegura María Laura Scarano, gerente de Selección de Bayton.

"Es una generación hiperconectada. A los centennials les es natural trabajar y mirar redes, todo al mismo tiempo. Ellos te tienen que elegir, por eso es importante ser una marca empleadora fuerte, con un buen paquete de beneficios que se asiente sobre valores. Necesitan trabajar por causas, quieren conquistar el mundo, ir por sus metas", agrega Juan Galo Martínez Nigro, socio de HR de Auren.

Para Alexandra Manera, directora de Recursos Humanos del Grupo Adecco Argentina & Uruguay, estos talentos son los que "más rápido entendieron que se puede dialogar de modo remoto. Al mismo tiempo, así



**"A los centennials les interesa la cultura de la empresa para la que trabajan, quieren que esta los represente"**

**Una característica que tienen en común es que los "Z son menos individualistas y egocéntricos que los Y"**

primeros en exigir *feedback* de su trabajo, para los centennials esto es algo que dan por sentado. También, cuando entienden que en el que están trabajando es su proyecto, se comprometen al máximo".

Para estos jóvenes la formación no depende exclusivamente de la oferta formal. "El centennial encara sus estudios con una visión pragmática y busca adquirir experiencia laboral desde los inicios. Avanzados en la cursada, se animan a optar por un programa de Jóvenes Profesionales", explican desde el equipo de Search de Expertise Consultores.

En PepsiCo cuentan con una plataforma de aprendizaje en línea. "Tiene contenido interno de nuestra PepsiCo University, así como cursos, charlas y contenido externo de acceso inmediato, ágil. El aprendizaje debe ser algo que les permita luego

disfrutar de escuchar una charla estilo TED que los motive o los haga reflexionar", ejemplifica Clara Franco, gerente de RR.HH. de esta firma.

Para Miguel Terlizzi, presidente de HuCap, "tienen una característica autodidacta marcada, sumado a que buscan el balance entre su vida laboral y personal y que los lleva al deseo de poder formar su emprendimiento". "Son la generación con menor contracción a las pautas establecidas. Quieren cambiar el mundo. Se generan sus oportunidades si no encuentran el lugar que están buscando. Persiguen causas que generen impacto positivo", añade María Fernanda Álvarez Apa, gerente de People & Change de PwC Argentina.

Una característica es que los "Z son menos egocéntricos e individualistas que los Y. Se evidencia en una valoración más profunda del otro, una mirada más colectiva del éxito y una gran capacidad de iniciativa para organizarse colaborativamente", dice Liliana Cárdenas, socia de Kyo Hr.

Los centennials "se sienten a gusto en la diversidad. Muestran compromiso con el cuidado del medio ambiente, la política y las acciones que impactan en la comunidad. Prefieren los espacios multiculturales", dice Mariana Mangisch, presidente de IDEA Joven y Professional Relations & Operations Latam Lead de Johnson & Johnson.

Además, dedican "más tiempo a las redes sociales. Son más productores que consumi-

en ellos la comunicación visual, mostrando menos tendencia y habilidades para la redacción y la lectura", agrega.

En cuanto a su relación con los ingresos, "dan importancia al salario, pero no lo ven como un factor crucial. Priorizan trabajar en un lugar donde se sientan cómodos, puedan aprender y obtener reconocimiento de sus pares", dice Juan Pablo de Mendonça, gerente de RR.HH. de Grupo Gestión.

"Buscan espacios donde se potencie y facilite el trabajo en equipo y donde existan procesos horizontales. Valoran un entorno que favorezca la autonomía y el acceso directo a la información", suma Inés-Castro, Head del Talent Acquisition Group para GlobalLogic Latinoamérica.

En relación con los líderes, "esperan que su jefe sea un mentor, que les presente retos y les dé oportunidades de exposición. Valoran las estructuras matriciales más que las verticales", añade Teresita de Velazco, socia de HirePartners.

¿Los desalienta el contexto de pandemia? No. "Siguen en la búsqueda laboral y creen que podrían arrancar a trabajar desde casa. Les importa que en sus entornos laborales cuenten con tecnología y les brinden dispositivos y espacios adecuados para trabajar del mejor modo", dice Valentina González, HR Business Partner & Talent Acquisition Leader de Snoop Consulting.

Algo que los marcó es el modo de crianza, con padres "afec-

## TENDENCIAS

### Videollamada, opción elegida en una entrevista

●●●¿Cómo es la entrevista laboral ideal para un centennial? Online. Prefieren grabar un video, participar de un desafío y hasta de un torneo de gaming. "Hay que desarrollar nuevos modelos de reclutamiento, ser más creativos, incorporar herramientas digitales en las entrevistas para detectar habilidades y perfiles alineados a la cultura de la empresa, así su incorporación garantiza la continuidad por el periodo deseado", argumenta Federico Carrera, Associate Director of High Flow.

"Desde hace un par de años realizamos parte del proceso de reclutamiento, para algunas posiciones, con una herramienta online. Es más eficiente, más rápido, menos burocrático y no requiere traslados. Notamos que los centennials tienen más habilidades incorporadas para encarar este tipo de interacción y procesos virtuales. No los sorprende la propuesta de una videollamada para una entrevista laboral, no demandan el vínculo presencial", agrega Marcelo Melamed, VP de Recursos Humanos de CenturyLink para América Latina. ●

confiada y un más emocional que los millennials. Son más racionales y precavidos, pero optimistas al creer que lo que logren será por su esfuerzo", resume Paola Testa, Head of Recruiting de everis Argentina

#### LO QUE LOS Z BUSCAN

Según Sandra Olive, socia de Bäckker & Partnets, esta generación prefiere trabajar en empresas amigables con el medioambiente, diversas e inclusivas; que valoren la innovación y digitalización; oficinas abiertas; tener un jefe dinámico y no jerárquico; y contar con beneficios como *flex time*; gimnasio pago, servicio de almuerzos saludables en el comedor, obra social y clases de yoga o masajes in house.

"Los centennials aportarán sus propias características al ecosistema laboral. Potenciarán la transformación tecnológica que empezaron sus antecesores e incorporarán una nueva interpretación sobre cómo se hacen los negocios. Para ellos el trabajo es juego y no una obligación. De hecho, buscarán familiarizar los vínculos laborales", dice Walter Brizuela, consultor de negocios

# Centennials: los hijos de la transformación digital llegan a las empresas

27/05/2020

Argentina - El Cronista [Diario] Suplemento - Management & RRHH

Tier:1 Circulación: 58000 Audiencia 232000

P. 1 1184 cm<sup>2</sup> 8644 cc 1.341.742,50 Peso Argentino Marysol Antón

Ref.: 233974097

como los millennials fueron los poner en práctica. También dores de contenidos. Predomina tuosos. Son una generación más y empresas familiares. ●

Comprometidos con las causas sociales y ambientales, los Z eligen muy bien a qué proyecto sumarse. Emprendedores y autodidactas, reconocen el valor de un mentor

Marysol Antón

Son los más jóvenes de la oficina. Los que introducen nuevos códigos y dan por sentados otros (diversidad, inclusión, cuidado del medioambiente). Algunos tienen ya un par de años en el mercado laboral y otros apenas habían empezado a adaptarse a la rutina cuando los sorprendió la cuarentena. Son los centennials, los que nacieron después de 1995, la nueva generación que empieza a poner sus reglas: eligen a sus empleadores, necesitan sentirse comprometidos con lo que hacen y priorizan la flexibilidad por sobre otros beneficios.

Mariana Amores, gerente RR.HH. de Grant Thornton Argentina, sostiene: `Son más emprendedores que los millennials. Aprenden rápido y de forma autodidacta. Cuestionan al sistema educativo tradicional, porque en muchos casos ellos mismos tienen acceso a la información de manera directa y más rápida que sus profesores. Son más críticos y esta actitud les permite avanzar`.

Sus diferencias con los millennials es lo que más rápido surge al querer describirlos. `Los centennials no valoran tanto el consumo y no le prestan atención a las marcas, sino más a la sustentabilidad de lo que consumen. Incluso, ponen en discusión ciertas posesiones, como tener un auto habiendo otras opciones más económicas de transporte`, cuenta Gabriel Pereyra, CEO de modobeta.

`Quieren que la cultura de la firma los represente. También entran más jóvenes de lo que lo hacían los millennials; ellos vivieron antes que sus predecesores las crisis, quizá por eso priorizan el estado de felicidad`, opina Nicolás Coccolo, manager de Bumeran.

Esta generación es nativa digital. `Son muy flexibles: no les molesta cambiar de equipo, al contrario. No les van las oficinas físicas y para comunicarse usan el chat por sobre otros canales. La sustentabilidad y la inclusión son parte de su vida. Durante una entrevista laboral te preguntan, por ejemplo, qué menú ofrece el comedor`, asegura María Laura Scarano, gerente de Selección de Bayton.

`Es una generación hiperconectada. A los centennials les es natural trabajar y mirar redes, todo al mismo tiempo. Ellos te tienen que elegir, por eso es importante ser una marca empleadora fuerte, con un buen paquete de beneficios que se asiente sobre valores. Necesitan trabajar por causas, quieren conquistar el mundo, ir por sus metas`, agrega Juan Galo Martínez Nigro, socio de HR de Auren.

Para Alexandra Manera, directora de Recursos Humanos del Grupo Adecco Argentina & Uruguay, estos talentos son los que `más rápido entendieron que se puede dialogar de modo remoto. Al mismo tiempo, así como los millennials fueron los primeros en exigir feedback de su trabajo, para los centennials esto es algo que dan por sentado. También, cuando entienden que en el que están trabajando es su proyecto, se comprometen al máximo`.

Para estos jóvenes la formación no depende exclusivamente de la oferta formal. `El centennial encara sus estudios con una visión pragmática y busca adquirir experiencia laboral desde los inicios. Avanzados en la cursada, se animan a optar por un programa de Jóvenes Profesionales`, explican desde el equipo de Search de Expertise Consultores.

En PepsiCo cuentan con una plataforma de aprendizaje en línea. `Tiene contenido interno de nuestra PepsiCo University, así como cursos, charlas y contenido externo de acceso inmediato, ágil. El aprendizaje debe ser algo que les permita luego poner en práctica. También disfrutan de escuchar una charla estilo TED que los motive o los haga reflexionar`, ejemplifica Clara Franco, gerente de RR.HH. de esta firma.

Para Miguel Terlizzi, presidente de HuCap, `tienen una característica autodidacta marcada, sumado a que buscan el balance entre su vida laboral y personal y que los lleva al deseo de poder formar su emprendimiento`. `Son la generación con menor contracción a las pautas establecidas. Quieren cambiar el mundo. Se generan sus oportunidades si no encuentran el lugar que están buscando. Persiguen causas que generen impacto positivo`, añade María Fernanda Álvarez Apa, gerente de People & Change de PwC Argentina.

Una característica es que los `Z son menos egocéntricos e individualistas que los Y. Se evidencia en una valoración más profunda del otro, una mirada más colectiva del éxito y una gran capacidad de iniciativa para organizarse colaborativamente` dice Liliana Cárdenes, social de Kyo Hr.

Los centennials `se sienten a gusto en la diversidad. Muestran compromiso con el cuidado del medio ambiente, la política y las acciones que impactan en la comunidad. Prefieren los espacios multiculturales`, dice Mariana Mangisch, presidente de IDEA Joven y Professional Relations & Operations Latam Lead de Johnson & Johnson.

Además, dedican `más tiempo a las redes sociales. Son más productores que consumidores de contenidos. Predomina en ellos la comunicación visual, mostrando menos tendencia y habilidades para la redacción y la lectura`, agrega.

En cuanto a su relación con los ingresos, `dan importancia al salario, pero no lo ven como un factor crucial. Priorizan trabajar en un lugar donde se sientan cómodos, puedan aprender y obtener reconocimiento de sus pares`, dice Juan Pablo de Mendoza, gerente de RR.HH. de Grupo Gestión.

`Buscan espacios donde se potencie y facilite el trabajo en equipo y donde existan procesos horizontales. Valoran un entorno que favorezca la autonomía y el acceso directo a la información`, suma Inés-Castro, Head del Talent Acquisition Group para GlobalLogic Latinoamérica.

En relación con los líderes, `esperan que su jefe sea un mentor, que les presente retos y les dé oportunidades de exposición. Valoran las

estructuras matriciales más que las verticales`, añade Teresita de Velazco, socia de Hire Partners.

¿Los desalienta el contexto de pandemia? No. `Siguen en la búsqueda laboral y creen que podrían arrancar a trabajar desde casa. Les importa que en sus entornos laborales cuenten con tecnología y les brinden dispositivos y espacios adecuados para trabajar del mejor modo`, dice Valentina González, HR Business Partner & Talent Acquisition Leader de Snoop Consulting.

Algo que los marcó es el modo de crianza, con padres `afectuosos. Son una generación más confiada y un más emocional que los millennials. Son más racionales y precavidos, pero optimistas al creer que lo que logren será por su esfuerzo`, resume Paola Testa, Head of Recruiting de everis Argentina LO QUE LOS Z BUSCAN Según Sandra Olive, socia de Bácker & Partnets, esta generación prefiere trabajar en empresas amigables con el medioambiente, diversas e inclusivas; que valoren la innovación y digitalización; oficinas abiertas; tener un jefe dinámico y no jerárquico; y contar con beneficios como ñex time; gimnasio pago, servicio de almuerzos saludables en el comedor, obra social y clases de yoga o masajes in house.

` Los centennials aportarán sus propias características al ecosistema laboral. Potenciarán la transformación tecnológica que empezaron sus antecesores e incorporarán una nueva interpretación sobre cómo se hacen los negocios. Para ellos el trabajo es juego y no una obligación. De hecho, buscarán familiarizar los vínculos laborales`, dice Walter Brizuela, consultor de negocios y empresas familiares. TENDENCIAS

Videollamada, opción elegida en una entrevista

¿Cómo es la entrevista laboral ideal para un centennial? Online. Prefieren grabar un video, participar de un desafío y hasta de un torneo de gaming. ` Hay que desarrollar nuevos modelos de reclutamiento, ser más creativos, incorporar herramientas digitales en las entrevistas para detectar habilidades y perfiles alineados a la cultura de la empresa, así su incorporación garantiza la continuidad por el período deseado`, argumenta Federico Carrera, Associate Director de High Flow.

` Desde hace un par de años realizamos parte del proceso de reclutamiento, para algunas posiciones, con una herramienta online. Es más eficiente, más rápido, menos burocrático y no requiere traslados. Notamos que los centennials tienen más habilidades incorporadas para encarar este tipo de interacción y procesos virtuales. No los sorprende la propuesta de una videollamada para una entrevista laboral, no demandan el vínculo presencial» agrega Marcelo Melamed, VP de Recursos Humanos de CenturyLink para América latina.

` A los centennials les interesa la cultura de la empresa para la que trabajan, quieren que esta los represente`

Una característica que tienen en común es que los `Z son menos individualistas y egocéntricos que los Y`