

## MILLENNIALS “NATIVOS DIGITAIS”: O QUE ELES QUEREM DAS EMPRESAS

Nasceram entre 1980 e o ano 2000 e já cresceram em pleno contexto digital. Um em cada três trabalhadores europeus representam já a Geração Millennial. Captar e reter estes "nativos digitais" tornou-se para muitas organizações um desafio estratégico nos últimos anos. Mas conquistar a sua lealdade tem requisitos distintos das gerações anteriores. Notoriedade e acumulação de riqueza não são as suas principais preocupações. Os millennials movem-se por questões mais simples como o reconhecimento, a conciliação entre trabalho e família e a flexibilidade de horários. Estarão as empresas preparadas para os reter? O principal desafio pode nem ser atraí-los para o negócio. É no objetivo de segurar os millennials na empresa que os líderes e diretores de Recursos Humanos enfrentam a "prova de fogo". Para os reter na empresa basta oferecer-lhes um incremento salarial ou outros benefícios? Não. Uma promoção ou um cargo de destaque na organização? Também não. Experimente oferecer-lhes um contexto profissional ético, com uma missão sólida, humano, amigo da aprendizagem constante e do reconhecimento do mérito. É isto que verdadeiramente move um millennial na carreira. A chegada dos millennials ao mercado de trabalho mudou muitas das práticas de gestão antes consideradas como exemplos de sucesso. Uma pesquisa esta semana divulgada pela Forrester Research, realizada junto de 150 empresas europeias, fala em ambientes de trabalho mais criativos, mais colaborativos e sem rotinas, com profissionais a trabalharem simultaneamente em vários projetos. Tudo porque esta nova geração de nativos digitais tem expectativas distintas das gerações anteriores em relação à carreira e ao trabalho. Segundo a Forrester, "a previsão é de que a geração millennial represente em 2020 cerca de 50% da força de trabalho mundial". Para a atrair e reter, as empresas deverão garantir-lhes as ferramentas tecnológicas que permitam o networking e o seu espírito colaborativo. Mas a Deloitte vai mais longe e acrescenta às componentes tecnológicas, próprias de uma geração que já cresceu digital, outros factores. Segundo o Millennial Survey 2016, que consultora divulgou esta semana, dois terços dos profissionais desta geração querem deixar as organizações para as quais trabalham atualmente até 2020. Entre as principais razões está o afastamento do modelo de gestão das organizações daquilo que são os propósitos de carreira desta geração. **O que conta para os Millennials** "A lealdade dos millennials às suas organizações está diretamente relacionada com as oportunidades de desenvolvimento de liderança, com a flexibilidade do local de trabalho e com o sentido de propósito que vai para lá do mero lucro", explica Punit Renjen, CEO da Deloitte Global acrescentando que a esta geração "atribui grande importância aos propósitos das suas organizações que vão para lá do sucesso financeiro, mantendo-se fieis aos seus valores e às oportunidades de desenvolvimento profissional". Por outras palavras, para segurar um millennial na sua empresa o gestor terá de ser capaz de lhe garantir um equilíbrio entre a vida profissional e familiar (permitindo-lhes trabalhar onde são mais produtivos), o reconhecimento do seu mérito, hipóteses reais de crescimento e aprendizagem, uma cultura empresarial ética, sólida e orientada para o humanismo. Na essência, "os millennials procuram empresas e negócios que se foquem mais nas pessoas (colaboradores, clientes e sociedade), nos produtos e no propósito, e menos nos lucros", explicam. A tendência, acrescenta Renjen, é de que estes profissionais procurem empresas com valores semelhantes aos seus valores pessoais e este factor é estratégico para reter os profissionais mais jovens, hoje essenciais ao processo de transformação digital em curso nas organizações. "Eles procuram trabalhar em organizações que se foquem no desenvolvimento de competências, na melhoria das condições salariais e nos níveis de satisfação dos seus colaboradores, mas também que sejam capazes de criar empregos e disponibilizar bens e serviços que têm um impacto positivo na vida das pessoas", conclui a Deloitte nesta análise que contou com a participação de 7700 millennials de 29 países. Compatibilizar estas ambições com a necessidade e o propósito de lucro das empresas de forma equilibrada é a chave para reter esta geração de profissionais, que não tem grandes ambições de alcançar a fama ou acumular riqueza, mas tem sobretudo ambições mais tradicionais e simples.

Quem ser donos das suas casas, ter estabilidade financeira, contribuir para o sucesso das organizações em que estão inseridos e gerar impacto na comunidade. Fonte: Expresso emprego 29.01.2016 | Por Cátia Mateus