

CAPITAL HUMANO

B 7 | ECONOMÍA Y NEGOCIOS

EL MERCURIO
 LUNES 14 DE ENERO DE 2019

A SU CORTA EDAD, LA NATIVIDAD TECNOLÓGICA LES HA PERMITIDO UNA RÁPIDA INSERCIÓN

Pragmáticos, integradores y adaptables: el perfil laboral de los *centennials* chilenos

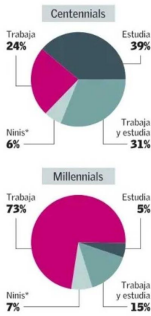
Pese a que no existe una valoración específica en los formatos de trabajo por los que optan, es una determinante para quienes tienen menos de 25 años el que este cuente con un sentido y haga *match* con sus preferencias y valores.

DIEGO AGUIRRE

Forjados por las recesiones económicas que marcaron a Chile y al mundo a comienzos de los 2000 y criados por los valores del esfuerzo y el trabajo por parte de sus padres. Estos son los principales motivos que, a juicio de Alejandra Zulueta, socia directora de Planificación y Desarrollo de Kawéşar Lab, definen las características laborales del 22,7% de la población chilena, los llamados *centennials*.

Según el estudio "Z-centennials chilenos: descubrir, entender y accionar" de la firma de *research* estratégico Kawéşar Lab, la también conocida como generación Z —de entre 10 y 24 años (solo mayores de edad para el sondeo)— se caracteriza básicamente por tres características: la fácil adaptabilidad a contextos laborales, los pragmáticos que pueden llegar a ser y lo integradores que son entre las distintas generaciones que confluyen actualmente en los trabajos: *laby boomers*, X y *millennials*.

Mercado del trabajo



Fuente: Kawéşar Lab. EL MERCURIO

muchas más oportunidades de las que tuvieron las personas anteriormente, pero como han vivido momentos de crisis son bastante más aterrizados, concretos y valoran cosas similares a sus padres (X), siendo bastante más pragmáticos.

Las mismas situaciones vividas al momento de su crianza los han formado como individuos altamente adaptables ante constantes cambios. "Son capaces de soportar más tiempo en situaciones que quizás no les acomodan, pero que saben que después de eso les generará las posibilidades de desarrollo que buscan, lo que habla de una tolerancia a la frustración mayor que la que se presenta en los *millennials*", comenta la ejecutiva.

Sin embargo, una de las cosas que comparten con la generación Y o *millennials* son las actitudes de negociación proactivas, buscando posiciones que les sean favorables y que vayan en línea con sus deseos de carrera.

El psicólogo y socio de Sommergroup, Rodolfo Sommer, agrega que los "Z" al igual que las empresas al igual que estas lo hacen con ellos. "Se toman estas decisiones en serio y buscan aquellas firmas que coinciden con el tipo de trabajo que quieren realizar, y también con una aproximación de valores corporativos que les haga sentido", agrega el ejecutivo.

En cuanto a sus preferencias sobre las modalidades de trabajo, el sondeo da cuenta de que no existen valoraciones de una u otra, o de alguna industria en particular. Eso sí, valoran la autenticidad y la felicidad que sus labores dentro de la empresa les aportan en su diario vivir. "Los Z van a elegir lo que a ellos los represente y en donde se sientan más cómodos", afirma Zulueta.

Sommer agrega que su natividad digital le ha permitido un buen uso de las herramientas 2.0. "Este manejo bastante fluido y natural es vital para una tendencia fuerte en las compañías, que buscan transformar sus procesos de trabajo y sus sistemas —junto con los *millennials*— han sido un gran aporte en términos de facilitar y acelerar estos procesos de transformación", dice.

Adicional a lo anterior, el *neting* —placer por quedarse en la casa— también ha influido en sus esquemas laborales. Esta es la primera generación que fue criada con los equipamientos necesarios para quedarse y hacer su vida dentro de su hogar, naturalizando la tecnología como una herramienta para compartir con amigos, trabajar, etc. "Esto los ha formado como una generación menos individualista que la anterior", añaden desde Kawéşar Lab.

Pese a esto, los resultados del estudio evidencian que el teletrabajo o beneficios laborales que van en esa línea no son una determinante. "Esto no significa que si se les presenta una oportunidad con estos beneficios se vayan a negar, sino que la incorporarán en su diario vivir y la van a valorar", dice Zulueta.

Poseen hábitos de ahorro para imprevistos

Según el estudio "Z-centennials chilenos: descubrir, entender y accionar" de Kawéşar Lab, el 55% de los *centennials* (considerando solo los mayores de edad de la generación de entre 18 y 24 años) ya están trabajando o comprando este último con sus estudios (ver infografía).

Lo anterior habla de un hábito de ahorro para imprevistos que tiene internalizado esta generación, comportamiento que les brinda un cierto empoderamiento para ser más libres y tener autonomía financiera.

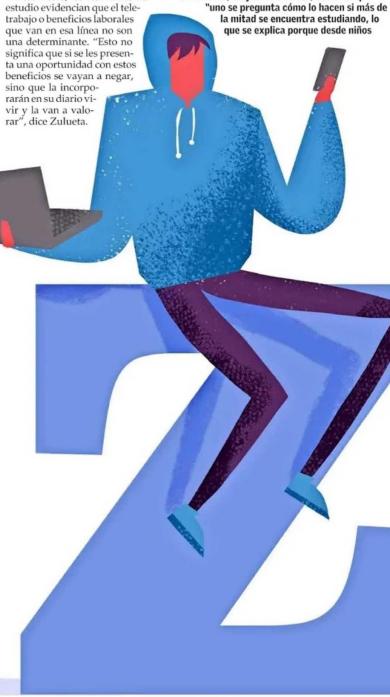
La socia directora de Planificación y Desarrollo de la firma, Alejandra Zulueta, comenta que "uno se pregunta cómo lo hacen si más de la mitad se encuentra estudiando, lo que se explica porque desde niños

comienzan a vender productos para tener su dinero propio".

Una de las diferencias que se presentan con la generación previa a ellos (*millennials*) es su relación con el *item* consumo. Los "Z" se centran en el producto final que más que en la marca. "Están más dispuestos a comprar o consumir cosas desconocidas que representen su estilo, independiente de si tienen un valor más económico que algo de marca, lo que se relaciona y sustenta completamente con el hecho que poseen con los ahorros para imprevistos", señala Zulueta.

Sin embargo, el director del Instituto de Bienestar y profesor de la Escuela de Negocios de la UAI, Wenceslao Unamue, pone sobre la mesa un punto a tener en consideración: Todos los perfiles que se pueden sacar de las dos últimas generaciones responden a estereotipos de sectores económicos más acomodados —tanto en comportamientos laborales como en preferencias de consumo—, ya que los sectores más populares se mueven sobre la base de sus necesidades.

"Si necesitan los recursos para vivir o algún producto para poder comer, poco les importará sus preferencias o valores frente al negocio o rubro que se desempeñen", precisa Wenceslao Unamue.



22,7%

es la población chilena que representan los *centennials*, jóvenes de entre 10 y 24 años. Por su parte, los *millennials* abarcan el 21,2% de esta.

27%

de los jóvenes de la también llamada generación Z declara generar su propio dinero.

73%

de los *centennials* comenta que ahorra para "imprevistos" y el 86% de estos jóvenes posee cuenta propia en el sistema bancario.

80,5 años

es la esperanza de vida promedio para la generación X, quienes representan el 26% de la población de Chile.

EN EL CUARTO TRIMESTRE DE 2018:

Temor de los trabajadores a perder el empleo registra su nivel más alto en el país en los últimos tres años

Prácticas como enfocarse en los trabajadores como prioridades dentro de la organización o potenciar la comunicación interna ante cambios estructurales son los métodos que usan las firmas para combatir esta incertidumbre.

DIEGO AGUIRRE

Uno de los niveles más altos desde 2016 fue el que alcanzó en Chile en el cuarto trimestre de 2018. Esto es lo que se ve reflejado en el estudio Workmonitor de la consultora Randstad, el cual arroja que el 89% de los trabajadores asalariados señala que tiene "gran temor" a quedar sin trabajo en los próximos seis meses (ver infografía).

Según la gerente de Marketing de la firma, Natalia Zúñiga, estos resultados son sorprendentes, aun cuando se esperaba un alza en este ítem. "Con una desaceleración del mercado laboral, el aumento del desempleo y un crecimiento de las remuneraciones

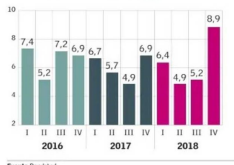
reales que se prevé continúe moderado, no esperábamos llegar a este nivel", comenta.

En un seguimiento de las cifras, este escenario es comparable solo a lo observado en los últimos períodos de 2010 y 2013, cuando el indicador en el país alcanzó el 10%, panorama que desde la consultora miraban desde lejos en la actualidad, debido a los avances de Chile en materia laboral e implementación de nuevas tendencias dentro

CONTEXTO PAÍS

Los despidos masivos que se vivieron en 2018, la incertidumbre en los indicadores de confianza y las dudas sobre poder o no armarse a la transformación tecnológica dentro de las empresas son factores que ayudaron al aumento del miedo.

Miedo a perder el empleo



Fuente: Randstad. EL MERCURIO

Satisfacción laboral



Fuente: Randstad. EL MERCURIO

de los departamentos de Recursos Humanos.

Sergio López, académico del Departamento de Administración de la Usach, explica que factores como el crecimiento del empleo por cuenta propia, los despidos masivos sucedidos en 2018, el miedo a no ser capaz de sumarse a las transformaciones tecnológicas que enfrentan las empresas y los indicadores bajos de confianza en el consumo, son algunos de los hitos que sus-

tan el aumento de este temor en los trabajadores.

Zúñiga explica que prácticas como *employee centricity* —fijar al empleado como una prioridad dentro de la organización— y la comunicación interna dentro de las firmas han aportado en la reducción de la incertidumbre y el miedo en las empresas, ya que de lo contrario, "estas no pueden alcanzar su máximo potencial si tienen un porcentaje elevado de empleados con temor a ser finiquitados, afectando enormemente a la productividad".

En todo caso, López comenta que independiente del movimiento que exista en el contexto país o dentro de las mismas organizaciones, cerca de un tercio de los colaboradores siempre

percibirán algún grado de inseguridad laboral.

Desde la otra vereda, la satisfacción laboral de los chilenos alcanzó un 74% en el último trimestre de 2018, también ubicándose en su máxima expresión desde 2016, según el índice de Randstad.

"Para poner los datos en contexto, es necesario mencionar que esta investigación se realizó entre personas asalariadas y que desempeñan funciones por un mínimo de 24 horas a la semana, justamente en un instante en el que el desempleo en el país aumentó respecto del año anterior, por lo que contar con empleo significaba una satisfacción a tener en cuenta", finaliza Natalia Zúñiga.