

CENTENNIALS

La investigación.



INFORME MÉXICO



CENTENNIALS

La investigación.

INFORME DE RESULTADOS

MEXÍCO 

ORGANIZA



The most
creative expert
on Employer
Branding.

SPONSORS



EL PAIS



PARTICIPAN

POSADAS.

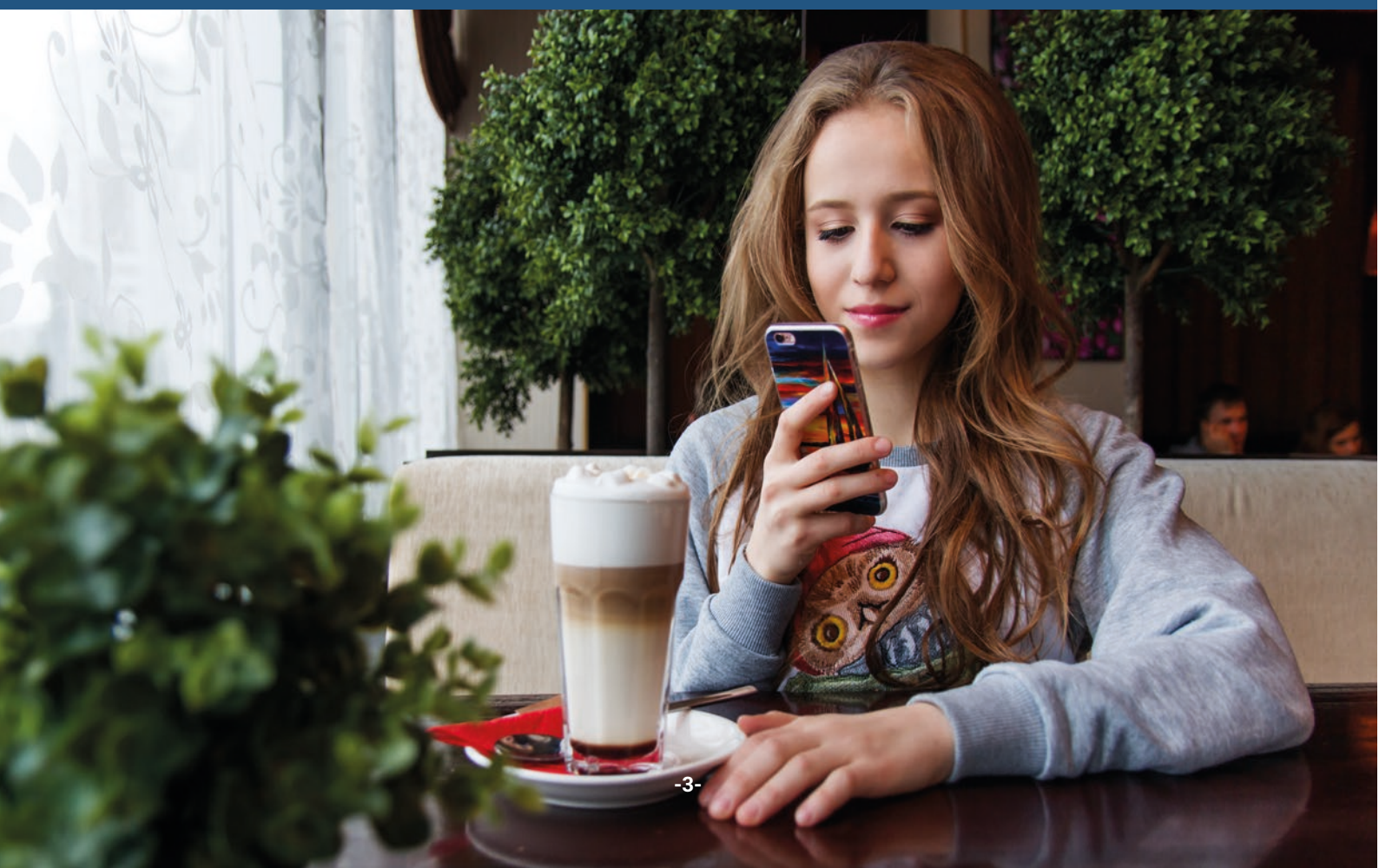
4. EDITORIAL

8. INVESTIGACIÓN

10. RESULTADOS

33. CONCLUSIONES

ÍNDICE





EDITORIAL

CENTENNIALS

La investigación.



COMBO EMPLOYER BRANDING

Carolina Borracchia

CEO

COMBO EMPLOYER BRANDING

Pareciera que todo lo que se ha dicho sobre los Centennials estuviera definido en contraposición a los tan cuestionados Millennials. O por el contrario, que nada sobre ellos lo logrará sorprendernos como sucedió con sus disruptivos antecesores.

El espíritu de esta investigación es descubrirlos, no buscar compararlos. Mirarlos por sí mismos anhelando poder descifrar algunas pistas antes de que terminen de desembarcar en el mercado laboral. Sí claro, nos interesa saber qué estilo de liderazgo preferirán, qué tipo de compañías elegirán o qué lugar le darán al trabajo en sus vidas. Pero no será el espíritu de esta investigación hacer futurología sobre temas que ellos mismos aún no han descubierto. Por ello, creemos que las pistas están fuera del mundo laboral: en su entorno de todos los días, en su crianza, en lo que los aburre y les divierte. En lo que los frustra y en sus propias definiciones acerca de qué buscan.

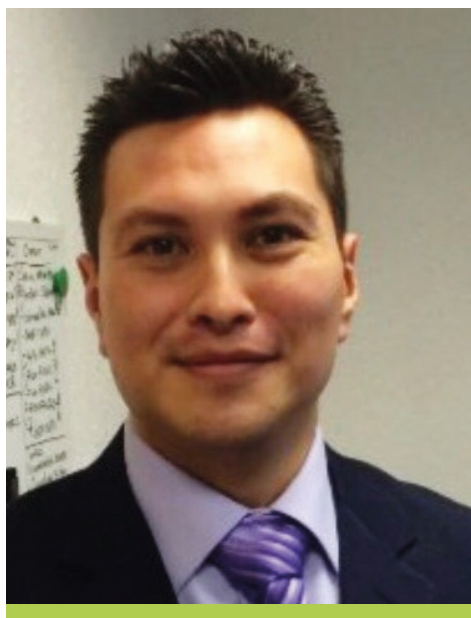
También quiero compartir con ustedes que detrás de esta investigación llamada “Somos Centennials” hay un equipo diverso, pero por sobre todas las cosas, latinoamericano. Juntos, nos lanzamos buscando respuestas identitarias en nuestras geografías porque queremos conocer a los Centennials latinos, profundizando en aquello que los une, pero aún más entusiasmados por descubrir la diversidad que los caracteriza.

En esta oportunidad, hemos sumado a algunos de los países, no buscando una selección sino porque fueron los equipos que pudimos desarrollar, pero esperamos este trabajo sea el puntapié de uno próximo en donde podamos incluir a todos los países de nuestra querida América Latina.

Esperamos obtener resultados que nos ayuden a todos a comprender mejor esta generación y seguir asomándonos al futuro del trabajo.

Detrás de esta investigación llamada “Somos Centennials” hay un equipo diverso, pero por sobre todas las cosas, latinoamericano. Juntos, nos lanzamos buscando respuestas identitarias en nuestras geografías porque queremos conocer a los Centennials latinos, profundizando en aquello que los une, pero aún más entusiasmados por descubrir la diversidad que los caracteriza.

ENTREVISTAS



GRUPO POSADAS

Omar Flores

ESPECIALISTA (SUBGERENTE) DE

ATRACCIÓN DE TALENTO

GRUPO POSADAS

1) ¿Cuántos Centennials trabajan hoy en Grupo Posadas? ¿Qué porcentaje representan?

Son 5,576 a febrero de 2019. Cabe mencionar que de ese número más del 99% esta en posiciones operativas en hoteles o salas de ventas, solo el 1% en oficinas corporativas a nivel becarios o analistas.

2) ¿Encuentran características diferentes en estos jóvenes que los diferencien de sus antecesores Millennials?

Las diferencias más claras son en temas digitales, los Millennials comentan mucho de las redes sociales en boga, los Centennials no solo saben de redes sociales, buscan las app's enfocadas en temas de solución de problemas o que les faciliten

la parte laboral y además muestran mayor capacidad de transmitir conocimientos e información y colaboración, mientras que los Millennials buscan imponerse o tomar un rol de líder y no de colaboración.

Los pocos momentos que tenemos para platicar con ellos, se muestran a diferencia de otras generaciones, interesados en aprender de la empresa, crecer y buscan estabilidad, eso se mostrara con el tiempo pero parece promisorio, siempre y cuando las empresas entendamos que estabilidad es igual a retos para ellos y evolución constante.

3) De acuerdo con las primeras tendencias de nuestros estudios, esta generación admira a las personas que "disfrutan de la vida" y/o "logran formar una familia unida" muy

por arriba de "una persona que consigue un buen puesto de trabajo" y "una persona que trabaja en una empresa importante". Teniendo en cuenta estos primeros datos, ¿qué iniciativas concretas llevan a cabo hoy en Grupo Posadas para ser atractivos con esta generación?

Posadas tiene muy pocos Centennials en niveles ejecutivos, pero desde hace un par de años el grupo ofrece respuesta a temas que para ellos son de importancia, redes Wi-Fi para los colaboradores que siempre deben estar conectados (su mayor necesidad quizá), menús saludables ya que están preocupados por su consumo. El trabajo con los que serán sus jefes es de suma importancia, por lo que Posadas está trabajando con los nuevos líderes

(o mentores) para que estos sepan cómo retarlos, que generen confianza y sean figuras de respeto y sobre todo gente que no tema el transmitir el conocimiento (lo que más los atrae es conocer y simplificar las cosas, más que creativos son prácticos) y con quienes se sientan identificados, que la comunicación sea más informal y no por los canales tradicionales, entornos con áreas comunes y sitios colaborativos, flexibilidad en los horarios aplicando Home Office una o hasta dos veces por semana, estrategia que funciona y seguirá incrementándose seguramente. Los cambios en sus valores, siendo sumamente importantes para ellos el que el grupo lleve a cabo y respete estos mismos, ya que ahora no es la empresa la que refleja los valores, son ellos los que quieren forjar esos valores a la empresa. Por mencionar algunos.

4) Según los primeros indicadores, esta generación considera que tiene padres “abiertos a la escucha, al diálogo y que son protectores” sin embargo creen que “la forma de pensar y las prioridades en la vida” son lo que más los diferencian de ellos ¿cuál crees que será el desafío para liderar esta nueva generación?

Los nuevos líderes deben saber trabajar con esta diversidad, saber delegar de mejor forma y a todos por igual, motivarlos a cubrir los objetivos individuales y grupales enfocándolos en lo que están aprendiendo (un motivador importante para ellos), ser breves en la comunicación y específicos, por momentos ya no pueden fijar su atención, son a diferencia de los Millennials, más pragmáticos.

5) Nos compartirías una reflexión final sobre las iniciativas de en Grupo Posadas?

Posadas al igual que la mayoría de las empresas, cuenta con un headcount con gran variedad de generaciones y se preocupa por cada una de ellas, ofreciendo los apoyos y soporte necesario a cada grupo para que se sienta como en su segunda casa, vela tanto por el cliente externo como por el interno, entendiendo que ambos son fundamentales para la empresa y cambiando conforme las generaciones y mercados lo hacen.

Los nuevos líderes saben delegar de mejor forma y a todos por igual, motivarlos a cubrir los objetivos individuales y grupales enfocándolos en lo que están aprendiendo, ser breves en la comunicación y específicos.



INVESTIGACIÓN

CENTENNIALS

La investigación.

Entre agosto y septiembre de 2018 realizamos una encuesta entre *Centennials* de Latinoamérica.

Consultamos a jóvenes de entre 18 y 24 años de Argentina, Chile, Uruguay, Bolivia, Perú, Ecuador, Venezuela, Panamá y México.

Recibimos **5.531** respuestas
de las cuales **106** fueron de México

Si te interesa comparar los resultados de México con el resto de los países participantes te invitamos a descargar el informe de LATAM de

www.somoscentennials.com/resultados



RESULTADOS MÉXICO

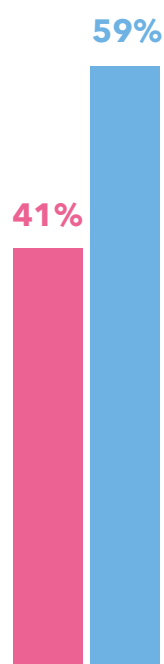
CENTENNIALS

La investigación.

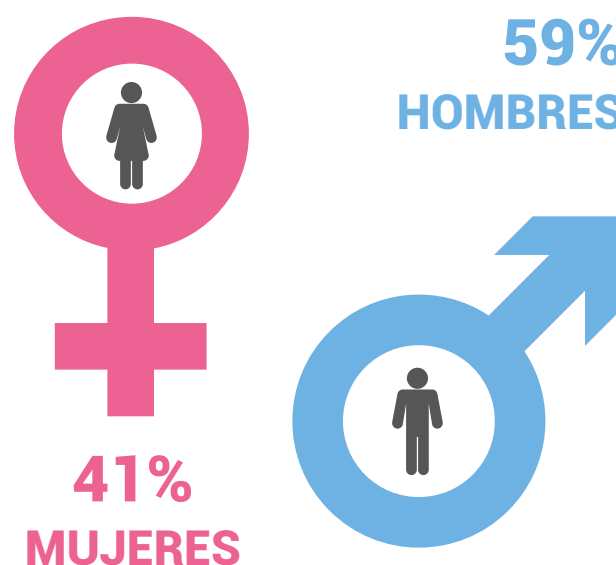


PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO

Mi sexo es:

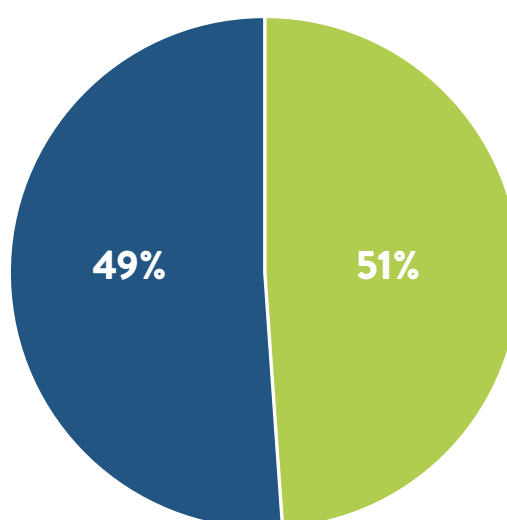
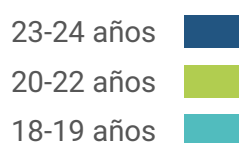


En México se registró una mayor proporción de respuestas masculinas.



Edad

Único país donde no hubo respuestas de menores de 20 años.



El 1,9% de los respondentes fueron de México.

MOMENTO ACTUAL - LIMITANTES

¿Cuáles de estas situaciones te hacen sentir más limitado?



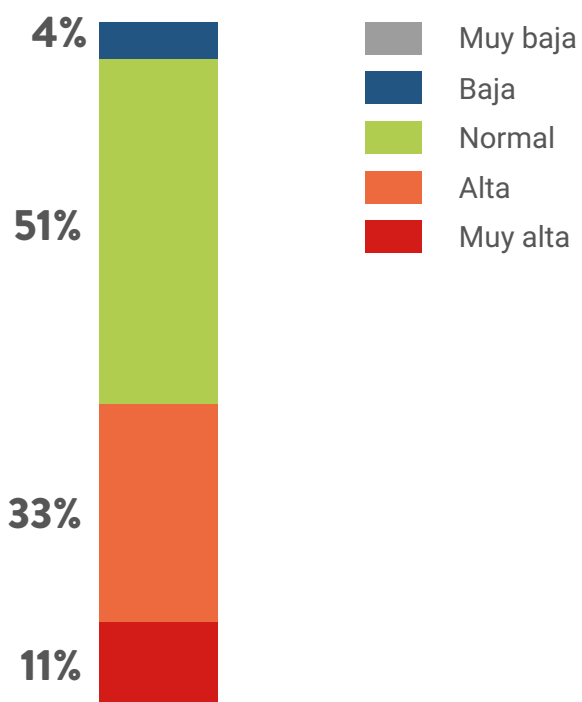
La falta de dinero y/o empleo es el factor que más limitantes genera en los jóvenes mexicanos, en línea con el total de entrevistados LATAM.



Educación: título secundario/ universitario/ nivel de inglés
 Falta de motivación/ ganas/ no aprovechar el tiempo
 Miedo/ ansiedad
 Familia: hijos/ padres a cargo
 Falta de oportunidades

MOMENTO ACTUAL - AUTOESTIMA

¿Cómo consideras que es tu autoestima?



9 de cada 10 Centennials consideran tener una autoestima entre normal y alta.



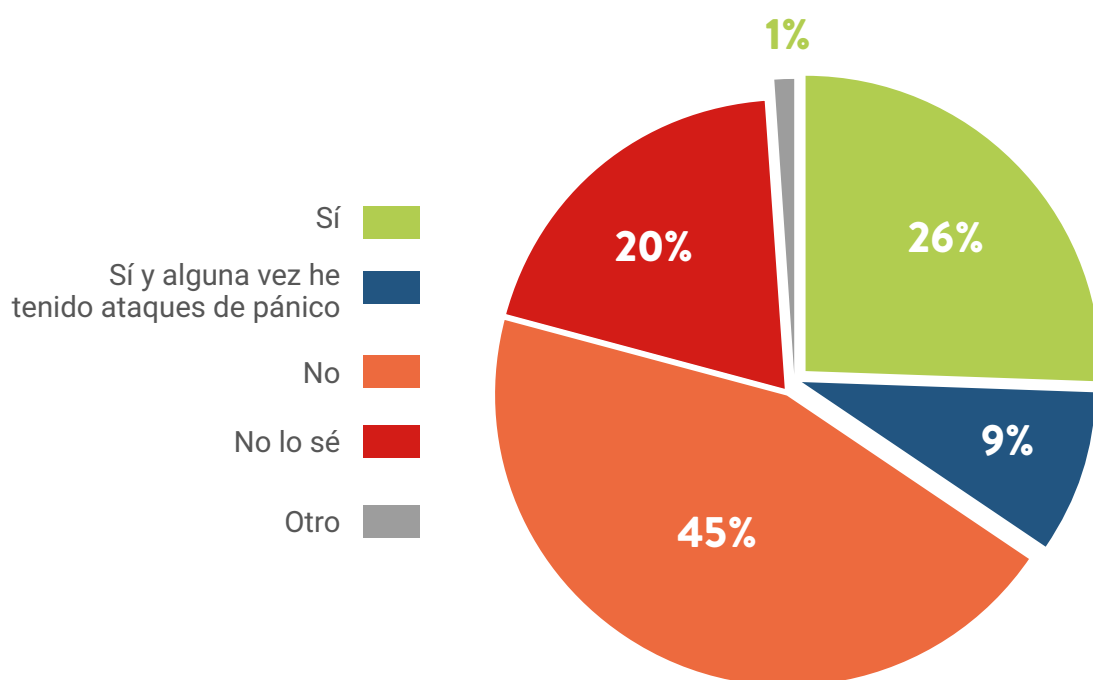
MOMENTO ACTUAL - RECONOCIMIENTO

¿Qué cosas te hacen sentir más reconocido por los demás?



MOMENTO ACTUAL - ANSIEDAD

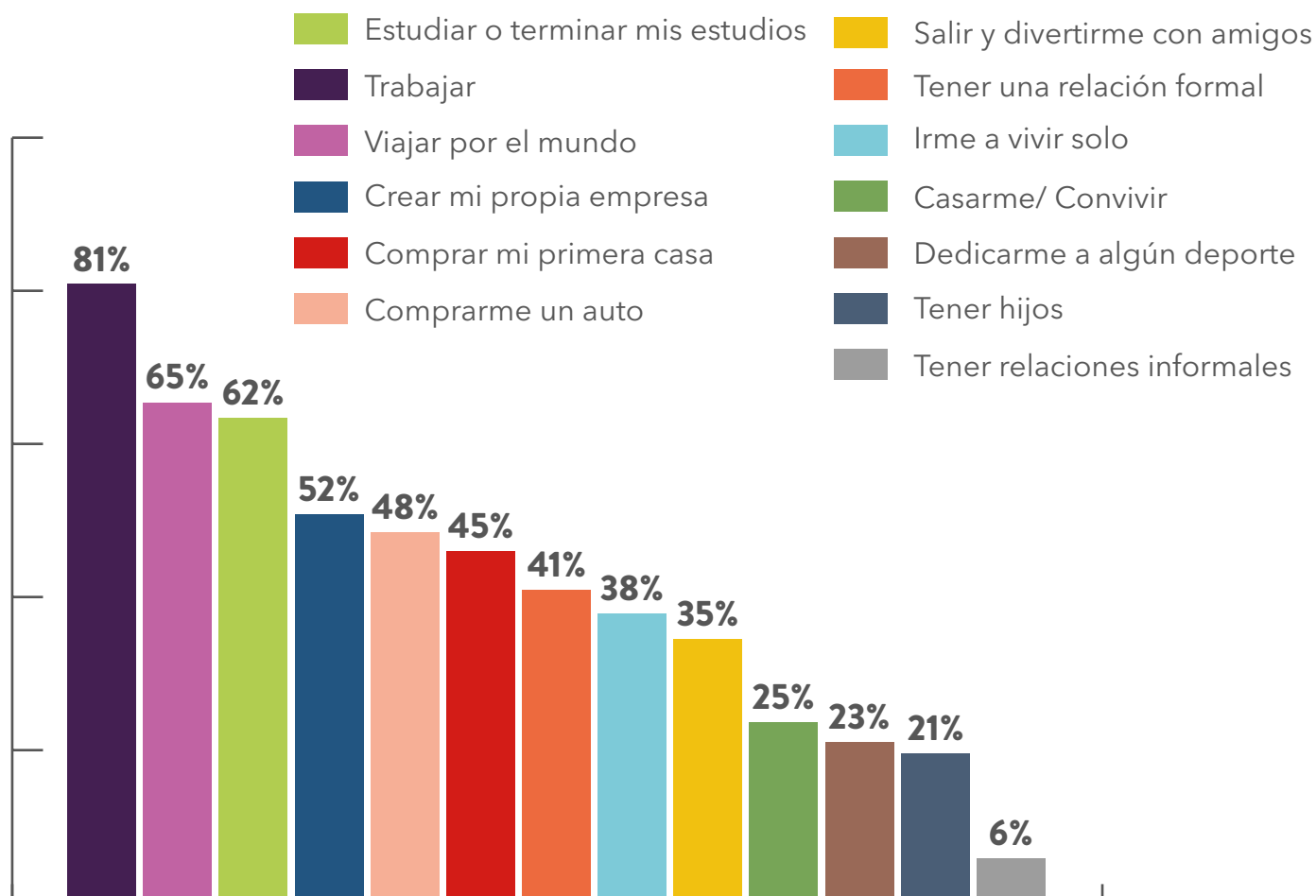
¿Te consideras una persona ansiosa?



Un 35% de los jóvenes consultados se consideran ansiosos (algo menor a la media LATAM de 44%).

PLANES A FUTURO

¿Cuáles de estas cosas están en tus planes y posibilidades hoy?



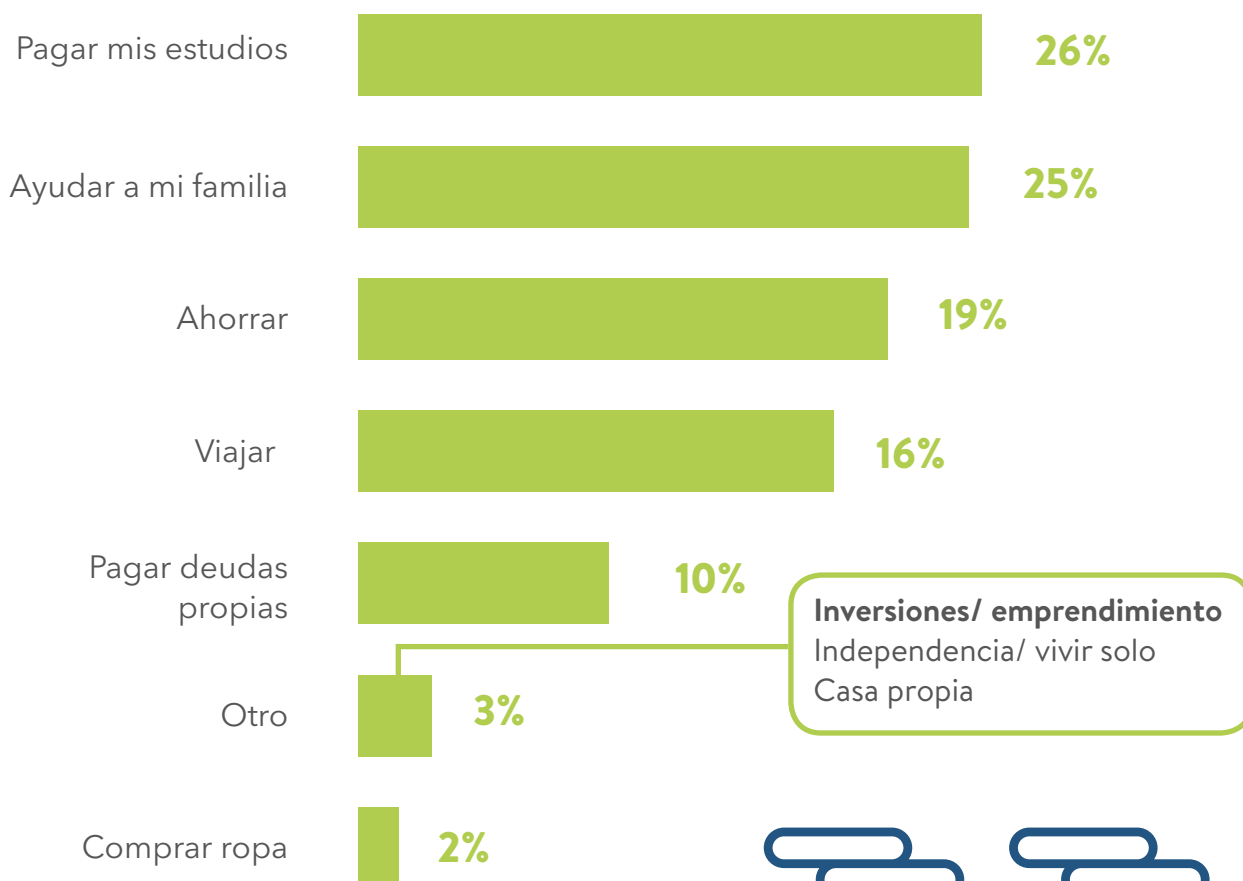
Sus planes concretos en este momento pasan por trabajar y viajar.



Una alta proporción planea además estudiar, tener un emprendimiento propio y comprar su auto.

PLANES A FUTURO - INGRESOS

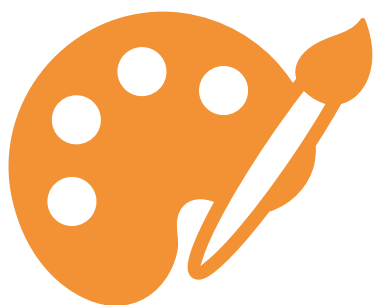
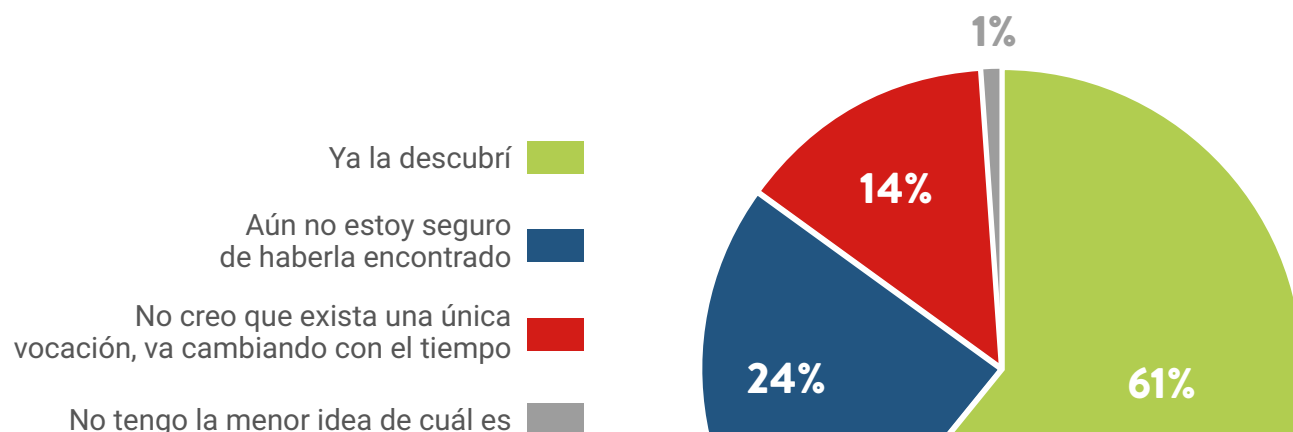
Suponiendo que tuvieras un ingreso fijo
¿a qué lo destinarías hoy?



Si contaran con un ingreso fijo la prioridad sería pagar los estudios, ayudar a la familia y ahorrar.

PLANES A FUTURO - VOCACIÓN

Respecto a tu vocación...

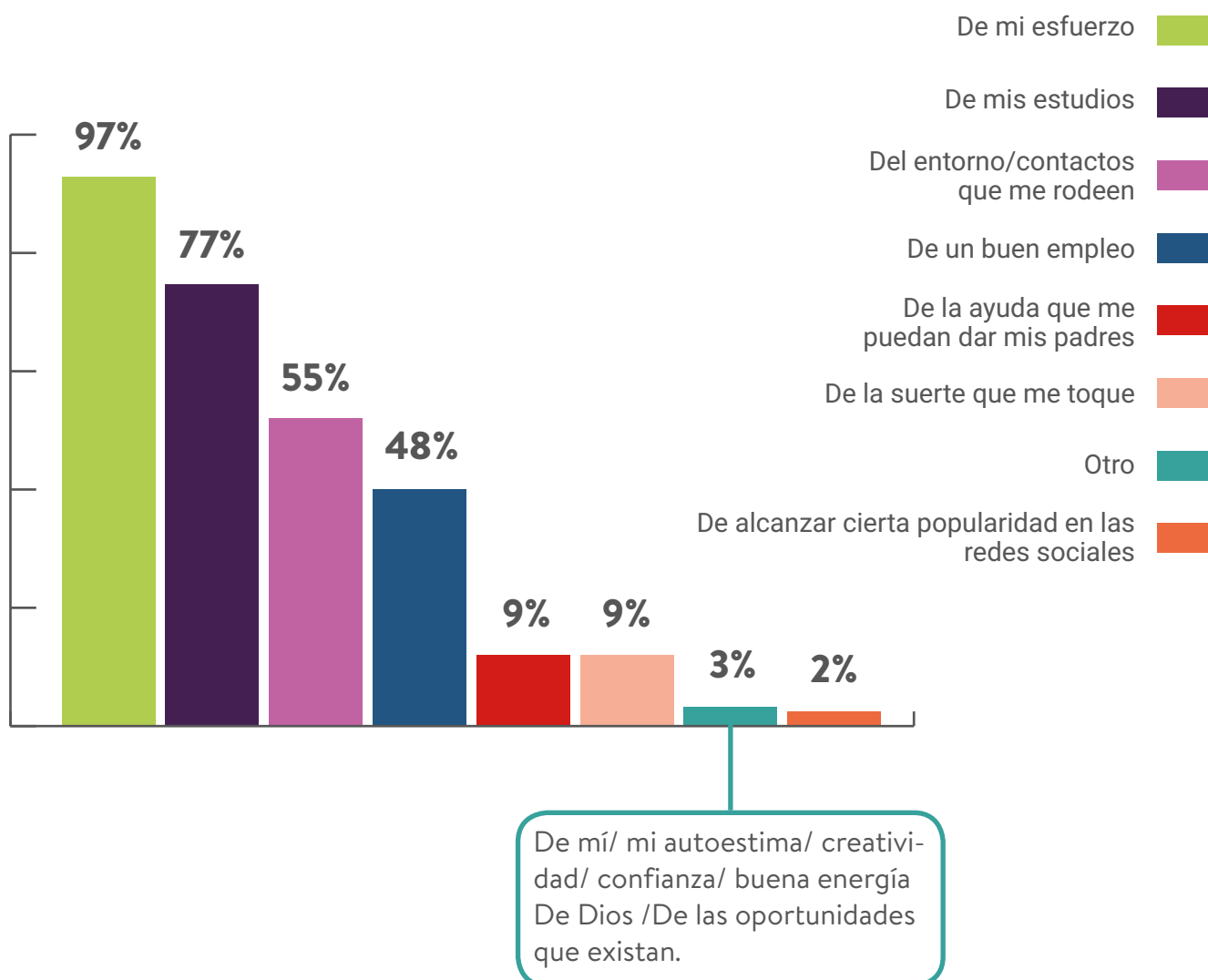


Más de la mitad de los jóvenes consultados aseguran haber descubierto su vocación. Hay un escaso porcentaje de Centennials sin idea de su vocación.

Entre los países consultados México es el segundo mayor proporción de seguridad de su vocación (total LATAM 52%) luego de Perú.

PLANES A FUTURO

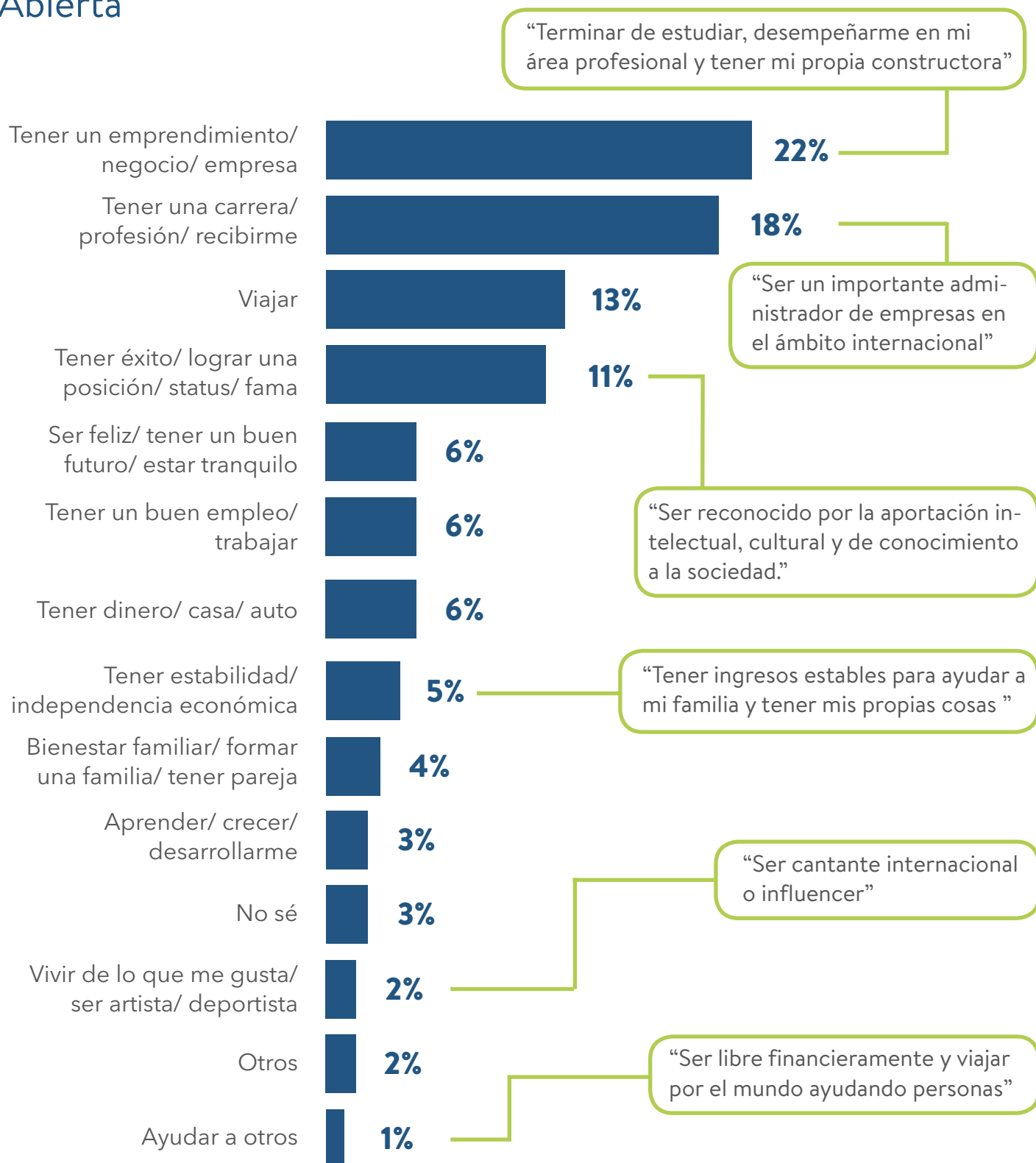
¿De qué crees que depende que te vaya bien en el futuro?



La mayoría asume la responsabilidad de su propio futuro, adjudicando el éxito posible a su propio esfuerzo en primer lugar, y a los estudios que alcancen, en segundo lugar.

¿CUÁL ES TU SUEÑO?

-Abierta

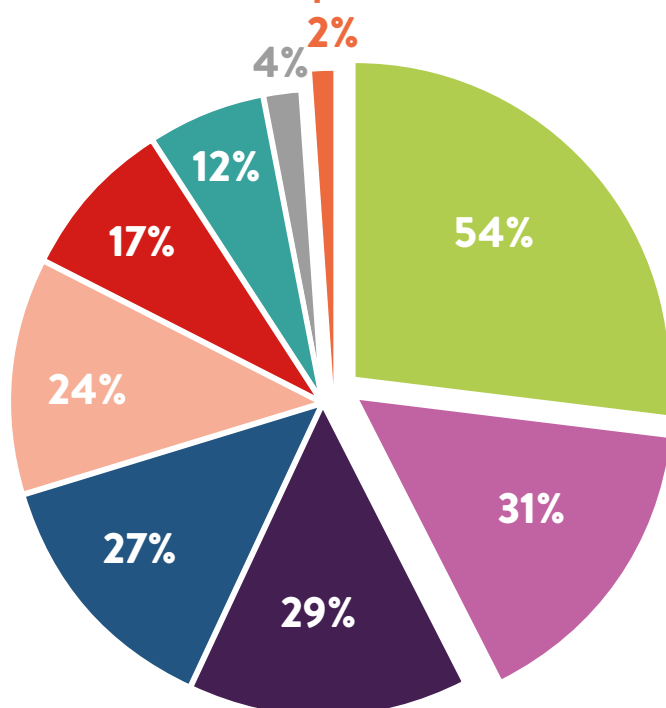


Sueñan con emprendimientos, profesión, viajes y éxito. Pero también con ayudar a otros y a sus familias, crecer, "vivir de lo que les gusta".

INSPIRACIÓN - ADMIRACIÓN

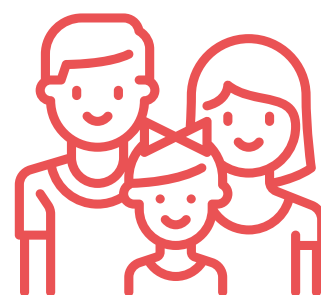
¿Quién te genera mayor admiración? Una persona que...

Una persona: respetuosa/ autogestiva/ que trata de ser mejor/ con pensamientos positivos/ íntegra/ resiliente/ comprometida/ con metas claras/ que logra lo que se propone



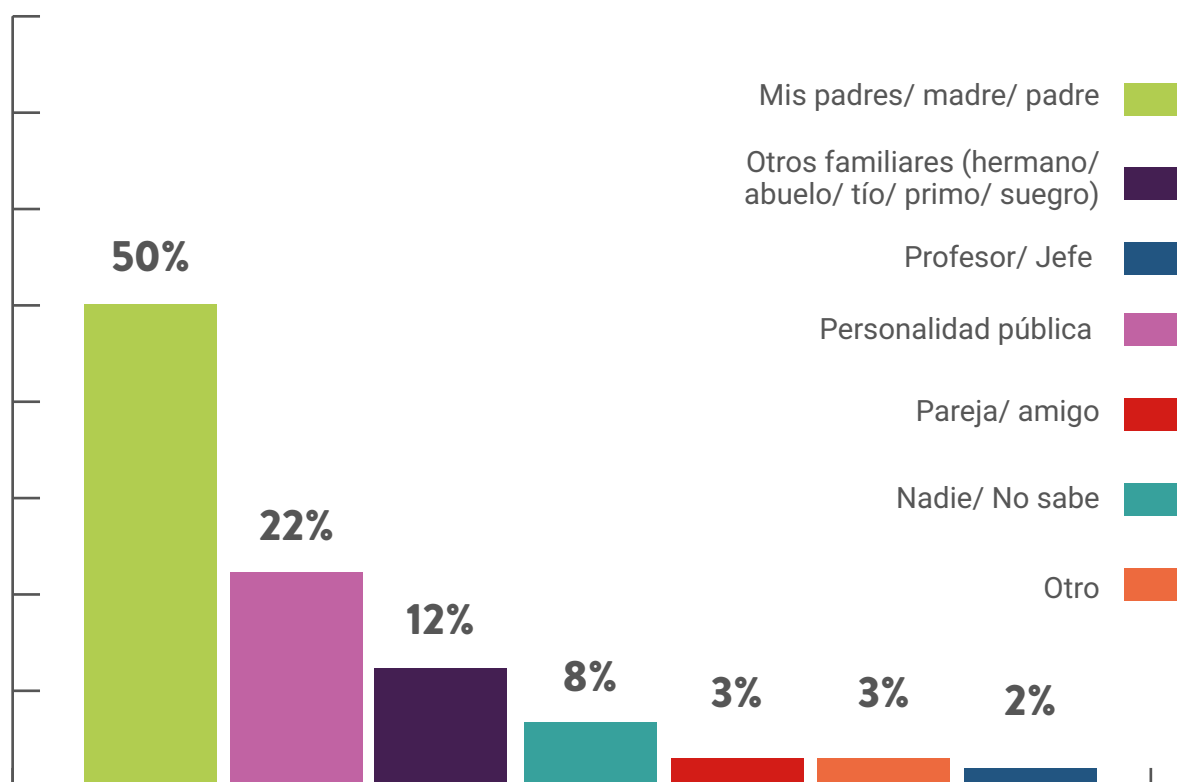
- Disfruta la vida
- Alcanza logros académicos
- Logra formar una familia unida
- Viaja por el mundo
- Trabaja en una empresa importante
- Logra ser millonaria
- Consigue un buen puesto de trabajo
- Otro
- Es famosa

Admiran a quienes logran disfrutan la vida, así como a aquellos que tienen logros académicos y forman una familia unida



INSPIRACIÓN - ¿A QUÉ PERSONAS ADMIRAS?

-Abierta



Artistas/ comunicadores: Kim Kardashian, Jessie Cervantes, Keanu Reeves, Meryl Streep, Frida Kahlo

Políticos/ Líderes: Napoleón Bonaparte, Robespierre, Naason Joaquín García

Deportistas: Cristiano Ronaldo, Tom Brady

Emprendedores: Carlos Gaytan, Alejandro Salomón, Chris Gardner, Mark Zuckerberg

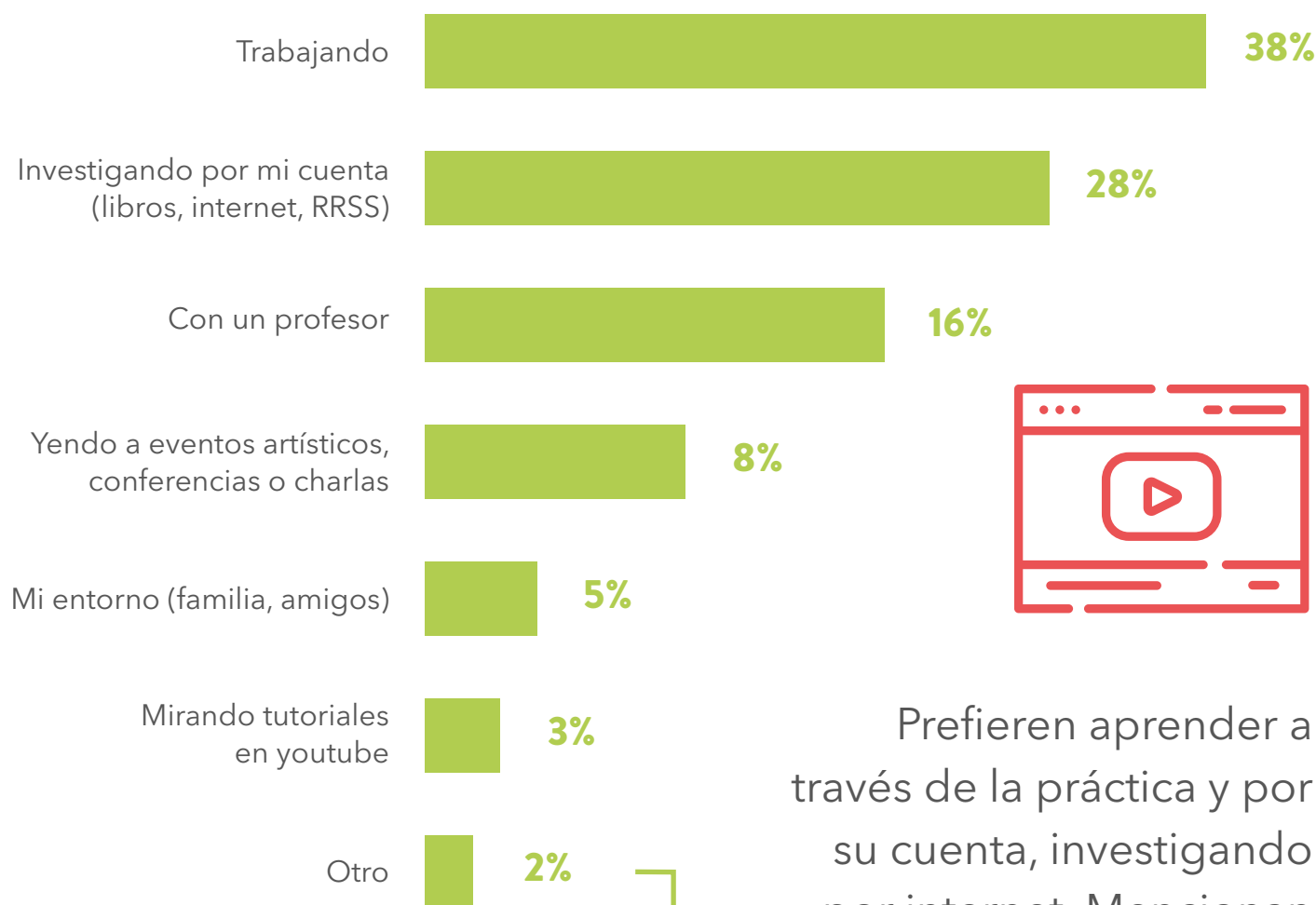
Escritores/ científicos: Stephen Hawking, Steve Jobs, Nikola Tesla, Rosaura Yopez

Influencers: Camila Guiribitey, Ivan Martinez, Daniel Habif

Admiran a personas de su entorno (72%), principalmente a sus padres. Las razones son la superación de obstáculos, el esfuerzo, logro de sus metas, "hacerse de abajo". Minoritariamente se refieren a logros materiales, fama.

INSPIRACIÓN - APRENDIZAJE

¿Cómo prefieres aprender?



Prefieren aprender a través de la práctica y por su cuenta, investigando por internet. Mencionan también profesionales de la educación.

De todo un poco

“Todas la anteriores, es importante aprender de nuestro entorno, por nuestra cuenta y con alguien que comparta su conocimiento y experiencias”



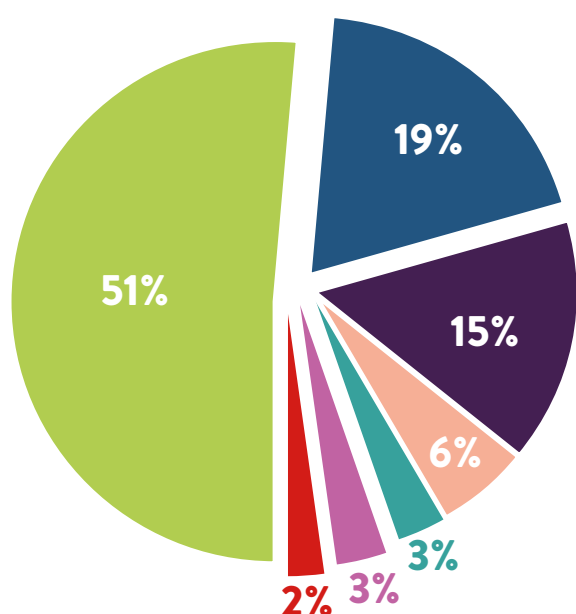
PADRES - PERFIL PERCIBIDO

En comparación a los padres de mis amigos, los míos son...

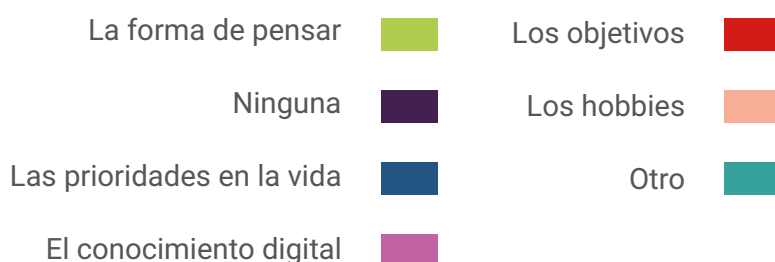
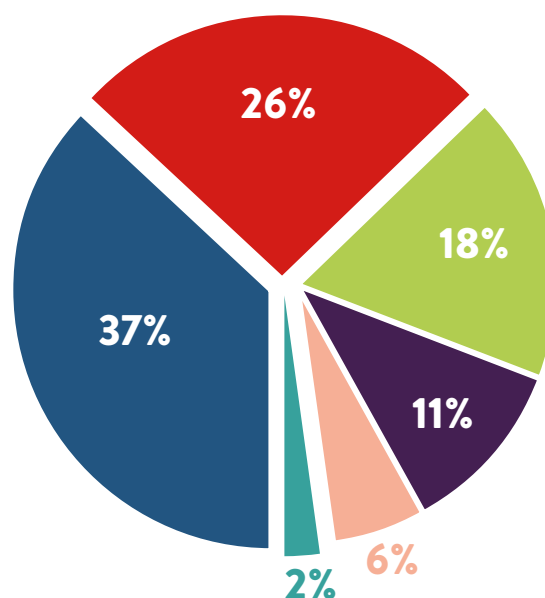


PADRES - DIFERENCIAS Y PUNTOS EN COMÚN

¿Cuál crees que es la diferencia que más te separa de tus padres?



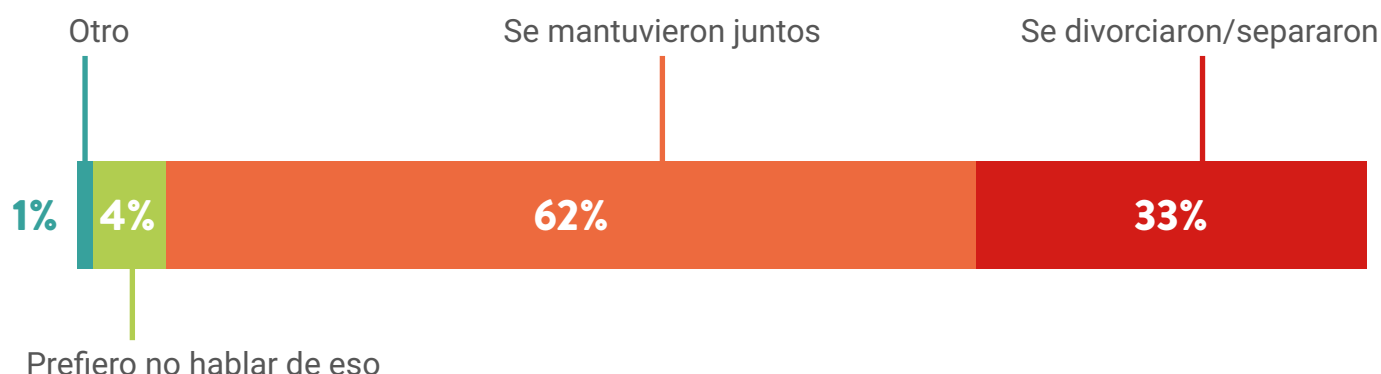
¿Cuál crees que es el punto en común que más te une con tus padres?



En relación a sus padres, si bien están en desacuerdo en cuanto a formas de pensar, sienten que comparten las prioridades en la vida.

PADRES - FAMILIA

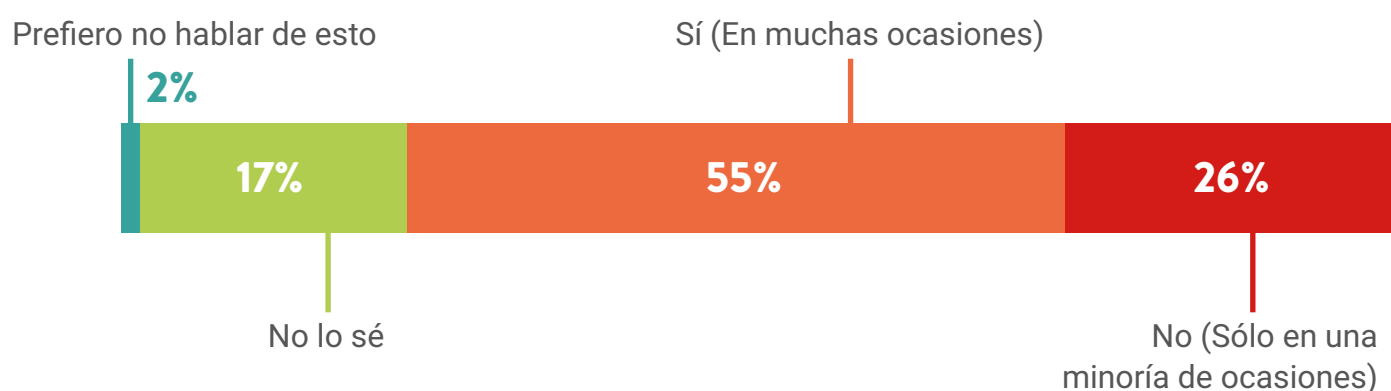
Durante tu crianza, tus padres...



6 de cada 10 jóvenes mexicanos entrevistados se criaron con sus padres juntos.

PADRES - DISFRUTE DEL TRABAJO

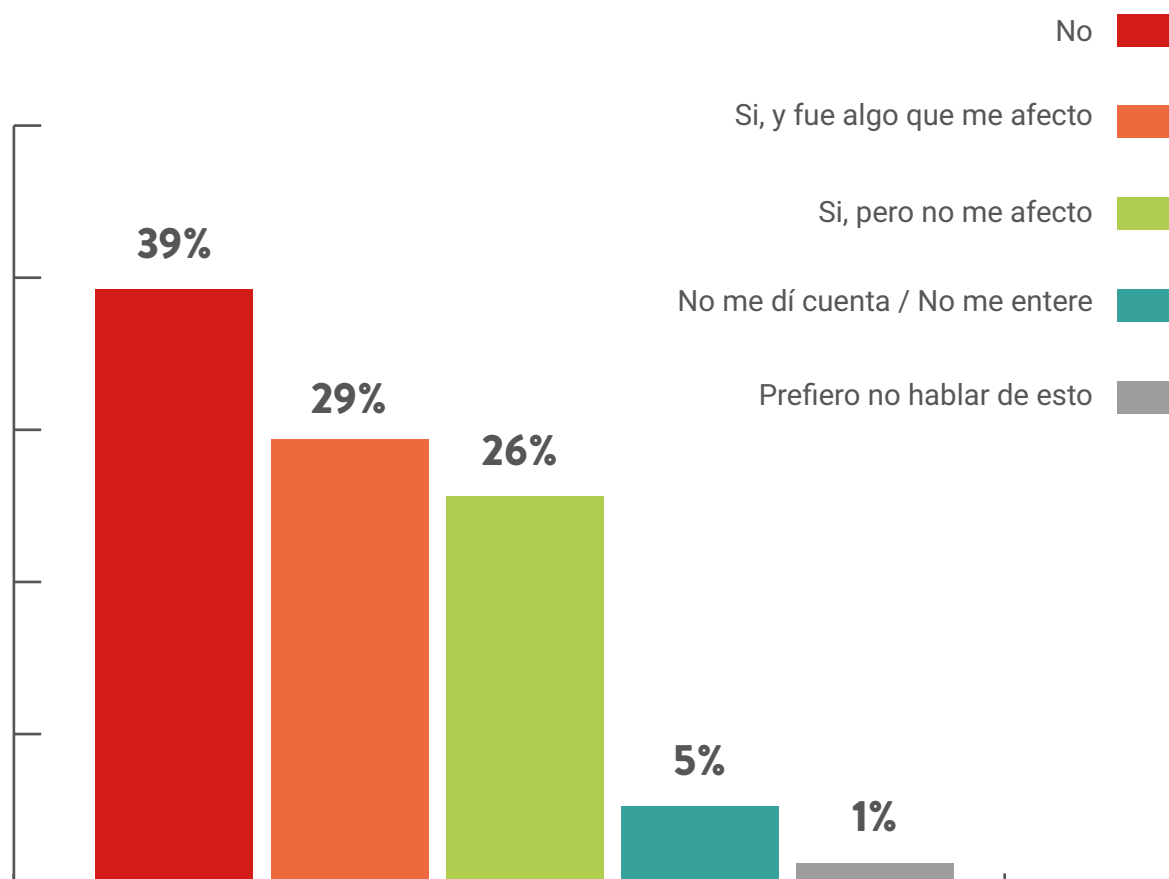
¿Crees que tus padres disfrutaban o disfrutaron su trabajo?



Más de la mitad de los Centennials consultados considera que sus padres disfrutaban o disfrutaron su trabajo.

PADRES - DESEMPLEO

Durante tu crianza ¿alguna vez viste a tu padre o madre perder su empleo?

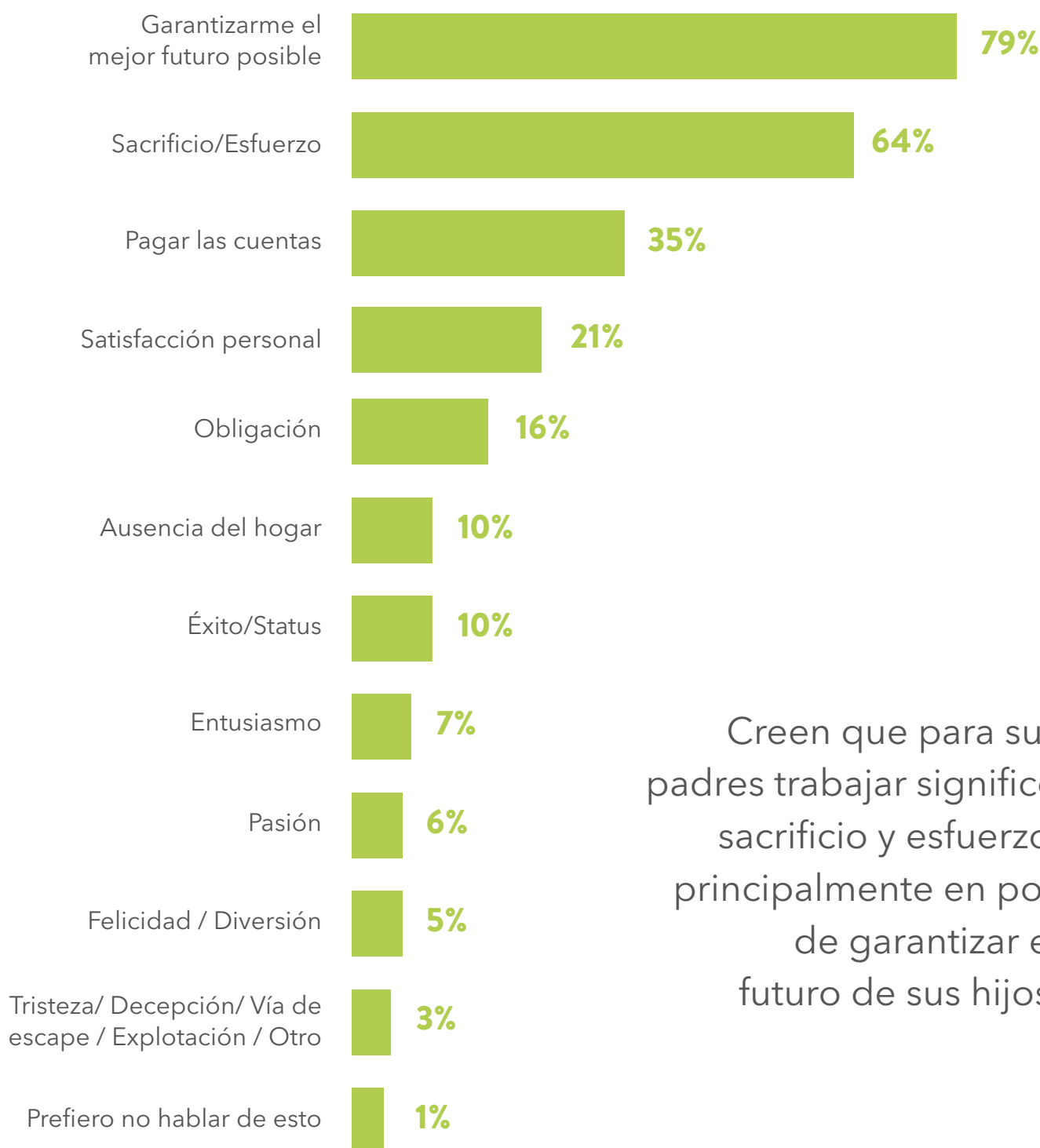


Casi 7 de cada 10 vivieron el desempleo de su madre o padre.

Junto con Chile y Ecuador es de los países donde más se vivió el desempleo en los padres.

PADRES - SIGNIFICADO DEL TRABAJO

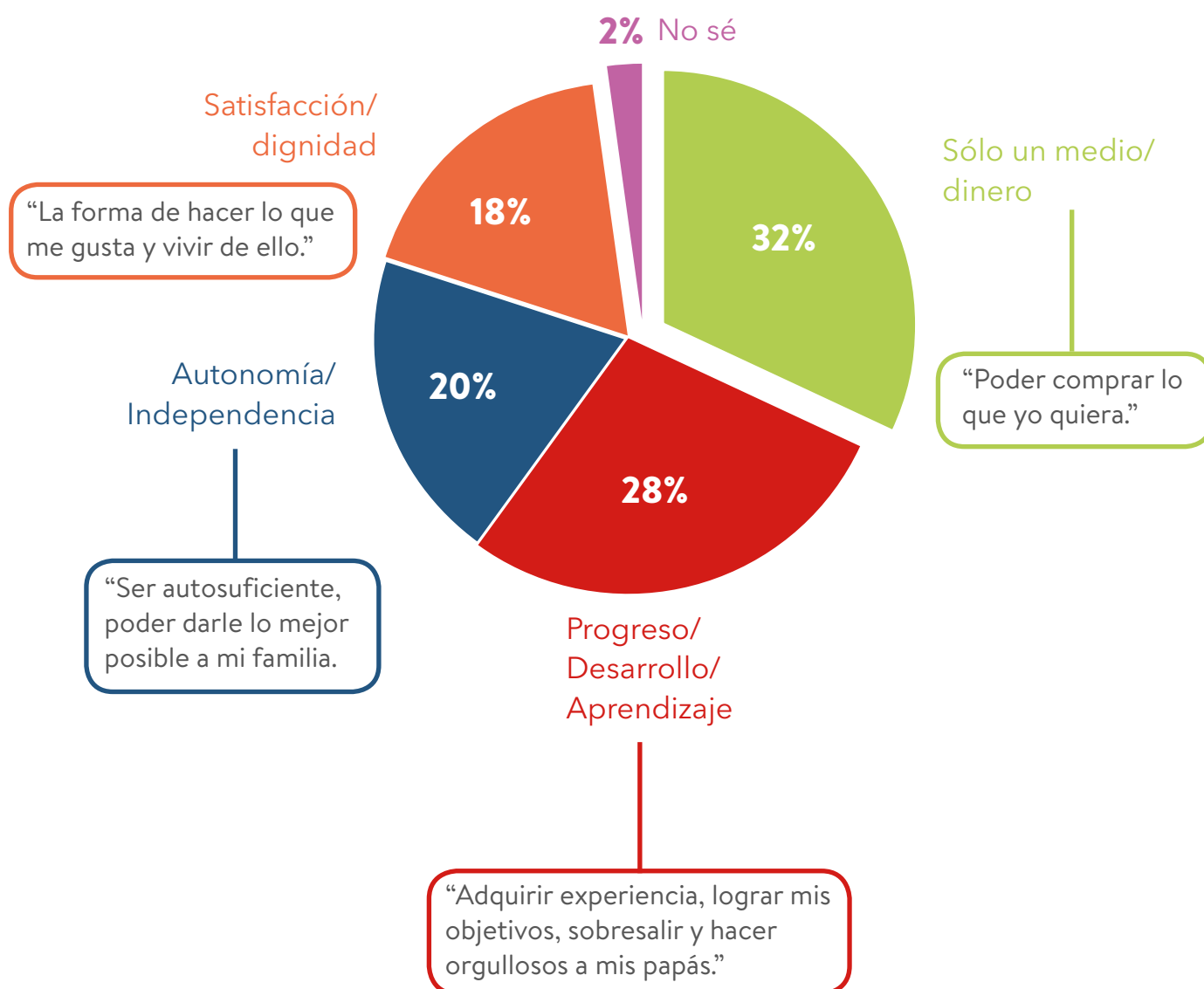
¿Qué piensas que significó trabajar para tus padres?



Creen que para sus padres trabajar significó sacrificio y esfuerzo, principalmente en pos de garantizar el futuro de sus hijos.

¿QUÉ SIGNIFICA PARA TI TRABAJAR?

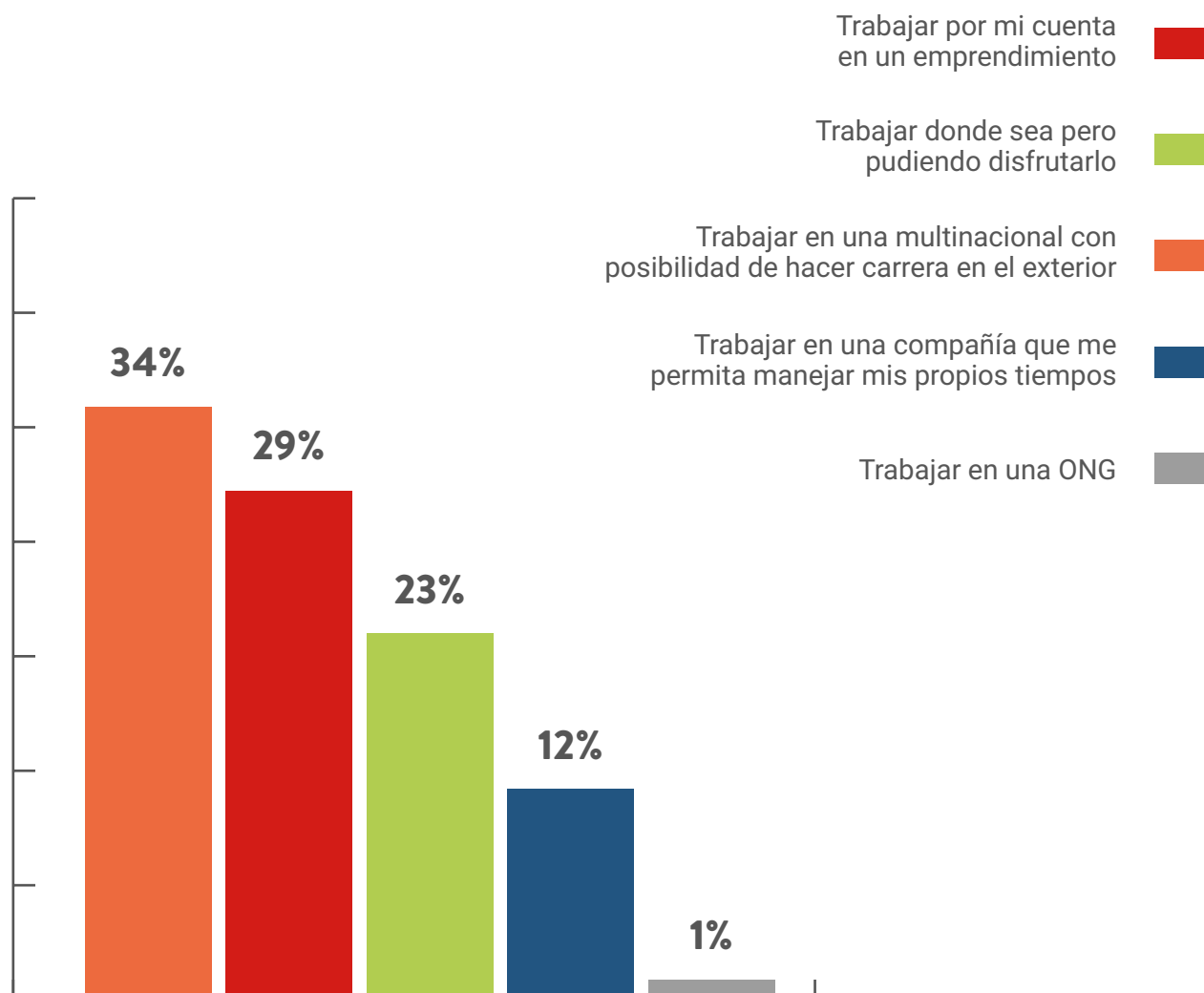
Abierta -



La mayoría ve el trabajo de manera positiva, como posibilidad de progreso, autonomía y satisfacción. 1 de cada 3 solo lo ve como un medio para ganar dinero.

TRABAJO - ATRACTIVO DE OFERTAS

¿Qué te resulta más atractivo?



Para los Centennials mexicanos, el mayor atractivo de un trabajo la proyección de un trabajo internacional (34% vs 27% de la media LATAM), seguido por la aspiración a un emprendimiento propio y el disfrute.

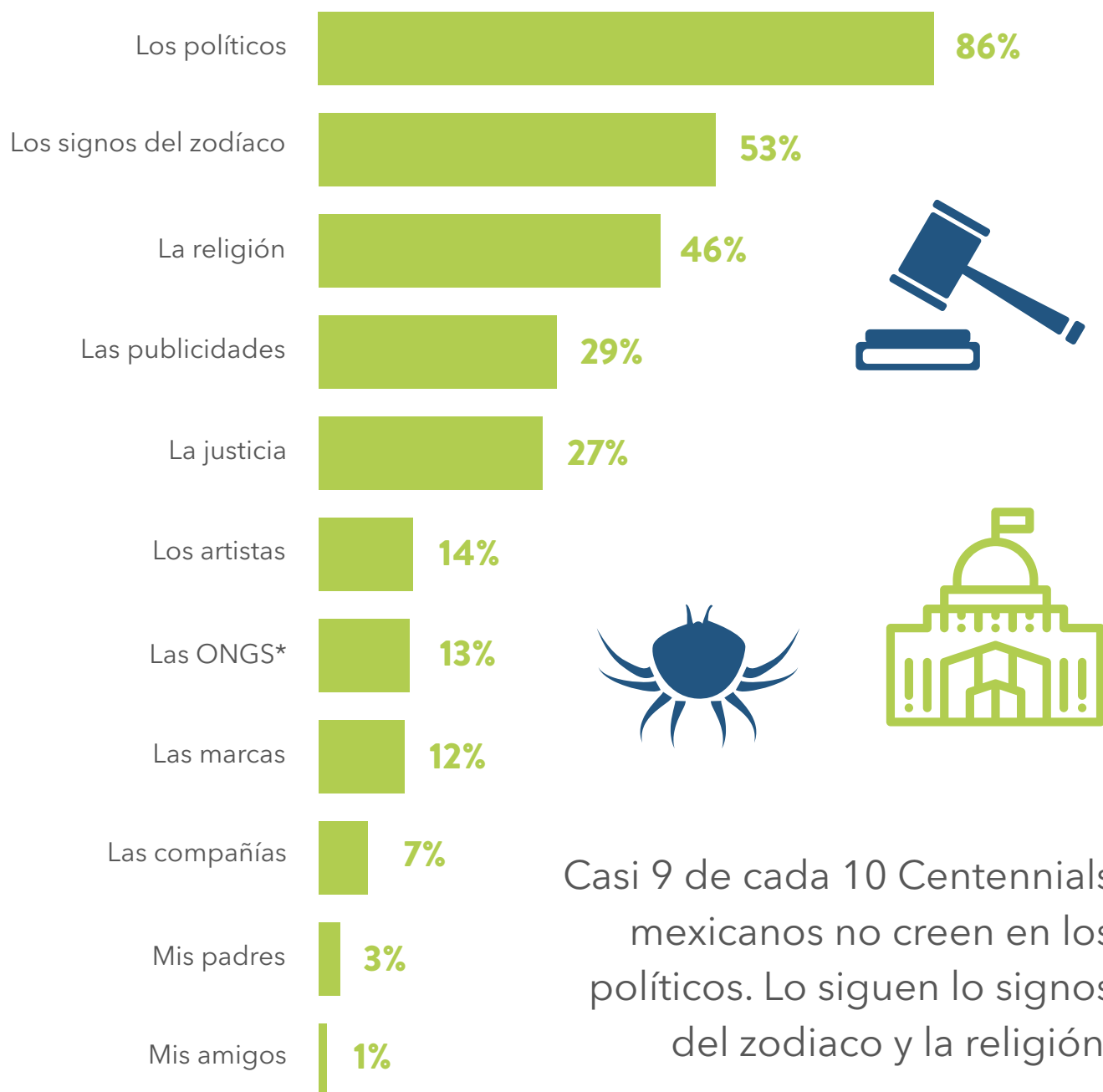
TRABAJO - FACTORES DE RECHAZO

¿Qué te molestaría más de un trabajo?



INSTITUCIONES EN QUE DESCREEN

No creo en...





CONCLUSIONES MÉXICO

CENTENNIALS

La investigación.



CONCLUSIONES

Cómo son los Centennials mexicanos



Las principales situaciones que hacen sentir “limitados” a los Centennials peruanos son:

- Falta de dinero y/o no tener empleo.
- Falta de experiencia laboral.



Casi la mitad de los Centennials mexicanos tienen una **autoestima alta**.

Sólo **3 de cada 10** se perciben como “**personas ansiosas**”.



Es **clave** para ellos el **reconocimiento de su familia y de sus amigos**.



CÓMO VISLUMBRAN EL FUTURO

Se destaca en los Centennials de este país la **prioridad de trabajar y, en segundo lugar viajar por el mundo y estudiar/terminar sus estudios**.

El futuro, depende en gran medida del **esfuerzo y los estudios**.



LA RELACIÓN CON SUS PADRES Y EL TRABAJO

Sienten **admiración hacia sus padres**, creen que están **abiertos a la escucha y el diálogo y a su manera**, son **protectores**, **piensan distinto** a ellos aunque las **prioridades de la vida son las mismas y tienen sus mismos objetivos**.



Creen que para sus padres el **trabajo** tenía un sentido de **sacrificio y esfuerzo**, la posibilidad de garantizar el futuro de sus hijos —→ un medio para obtener un fin: el bienestar/progreso de sus hijos.



La generación de los Centennials, ven al trabajo como un medio para ganar dinero y como la **posibilidad de progresar, desarrollarse y aprender**. Entre los Centennials mexicanos se destaca el atractivo **por tener una carrera/profesión trabajar por su cuenta/tener un emprendimiento**.



Se sienten también atraídos por la posibilidad de **trabajar en una multinacional**.

Si te interesa comparar los resultados de México con el resto de los países participantes te invitamos a descargar el informe de LATAM de

www.somoscentennials.com/resultados

INFORME CETENNIALS MÉXICO

BUENOS AIRES, ARGENTINA 2018

C E T E N N I A L S

La investigación.

ORGANIZA



The most
creative expert
on Employer
Branding.

SPONSORS



EL PAIS



PARTICIPAN

POSADAS.