



DIVULGAÇÃO MD PAPÉIS

**POR ALEXANDRE TATTINI,
SUPERINTENDENTE DA MD PAPÉIS LTDA.**

O GOOGLE COMPLETOU 19 ANOS

O título deste artigo é apenas para nos lembrar que uma das empresas mais influentes para uma geração recentemente entrou em idade adulta. Essa geração, chamada comumente de *Millennials*, hoje também é adulta e começa a ocupar espaço no mercado de trabalho. São jovens na faixa dos 20 aos 30 anos com algumas características, cuja relevância pode variar, a depender de fatores socioeconômicos, comuns, valendo destacar que:

- essa geração quer trabalhar para empresas com um propósito alinhado a suas crenças pessoais;
- os *Millennials* desconfiam das organizações tradicionais, pois muitos deles viram seus pais perderem os empregos em inúmeros processos de reengenharia ou reestruturação organizacional – o que se acentua no Brasil com a associação de algumas grandes empresas a processos de corrupção;
- como cresceram sob permanente instabilidade, o risco, a mudança e o individualismo fazem parte do dia a dia dessas pessoas, o que resulta em alta volatilidade na carreira;
- empresas de tecnologia têm uma atração magnética sobre essa geração: os *Millennials* não querem apenas melhorar o mundo, e sim revolucioná-lo (hoje o que atrai um engenheiro mecânico recém-formado não é mais participar do projeto de um novo carro, mas sim de um carro elétrico, autônomo e compartilhado – e em breve, se o carro não voar, será considerado obsoleto);
- muitos se sentem subutilizados pelas organizações ou acham que não estão crescendo na carreira – talvez seja um fato, talvez apenas certa pressa característica dessa geração, mas provavelmente é um misto dos dois: uma geração anterior com maior longevidade profissional e outra nova, com grande ansiedade e urgência.

Agora, o que a indústria tradicional está fazendo para atrair e reter essa geração?

Trata-se, com certeza, de um dos maiores desafios que se apresentam. A indústria tradicional está perdendo a corrida para atrair uma geração com alto nível de educação, experiência tecnológica e um grau de diversidade cultural muito maior do que o de qualquer geração anterior.

Obviamente não tenho as respostas para a questão nem acredito que alguém as tenha. Precisamos mudar nossa forma de agir e liderar, transitando num ambiente desconhecido e desafiador para os de mais de 50 anos.

Algumas dicas:

- automação extrema, **Indústria 4.0**, fábricas inteligentes e modulares, Internet das Coisas etc. – tudo isso irá ajudar: custos reduzidos, maior flexibilidade para atender às demandas do mercado e fábricas mais *fashion*, para atrair os jovens, de modo a possibilitar níveis de eficiência nunca antes imaginados (embora seja um engano pensar que apenas isso bastará, porque o futuro das empresas está, cada vez mais, intimamente associado à capacidade de inovação de produtos e processos – algo, por enquanto, feito por pessoas);
- as estruturas das organizações precisam aumentar radicalmente seu nível de flexibilidade para permitir o desenvolvimento dos *Millennials* e simultaneamente criar espaços para o desenvolvimento de suas potencialidades;
- finalmente, os líderes atuais devem assumir uma postura cada vez mais estratégica, visionária e inspiradora, pois cada vez menos caberá a eles guiar a organização para o futuro – o desafio passa a ser estimular a organização a encontrar seu lugar no futuro e caminhar nessa direção.

Barry Salzberg (ex CEO da DTT e professor da *Columbia University*) escreveu, em um de seus artigos:

“A geração Millennial quer mais das empresas do que aquilo que tem sido dado nos últimos 50, 20 ou mesmo dez anos. Essa geração envia um sinal muito forte aos líderes de que a gestão das suas empresas e negócios deve ser feita com um propósito. A procura por essa nova, e melhor, forma de operar no século XXI começa pela redefinição de liderança.”

Líderes podem pensar numa série de outras coisas, mas é preciso ter consciência de que, neste exato momento, alguém da geração *Millennial* está criando algo que poderá tornar nossos negócios obsoletos em poucos anos. Nossas próprias organizações estão prontas para fazer o mesmo ou, no mínimo, reagir a isso nesse ambiente totalmente desconhecido e incerto? ■