



Febrero 2014

GERAÇÃO Y E O MERCADO DE TRABALHO: UMA REFLEXÃO NECESSÁRIA SOBRE O TEMA

João André Tavares Fernandes¹
jfernandes@unicid.edu.br

Dalice Soares²
dalice-soares@hotmail.com

Valdilene Pereira da Silva³
valdilenepps@hotmail.com

RESUMO

Percebe-se atualmente o ingresso de uma nova geração no mercado de trabalho, a tal falada geração Y, formada por jovens nascidos entre os anos de 1982 a 2000, jovens que cresceram na era da tecnologia e que buscam conciliar a sua vida pessoal e profissional, procurando resultado em tudo que fazem. São jovens capazes de realizar multitarefas por terem crescido com agendas cheias de tarefas diárias e estão mais ligados às funções do cargo do que ao cargo em si, são autoconfiantes e desejam chegar logo ao topo. O que mais importa para esta nova geração é a oportunidade de encontrar novos desafios, visam trabalhar em empresas que lhes proporcionem um ambiente saudável e que possam lhes oferecer oportunidade de crescimento.

Palavras-chaves: Geração Y, jovens, crescimento, trabalho.

¹ Professor do curso de Administração de Empresas da Universidade Cidade de São Paulo. Mestre em Educação pela Universidade Cidade de São Paulo – UNICID.

² Bacharel em Administração de Empresas pela Universidade Cidade de São Paulo – UNICID.

³ Bacharel em Administração de Empresas pela Universidade Cidade de São Paulo – UNICID.

ABSTRACT

It can be seen currently the entry of a new generation in the labor market, such spoken Generation Y, formed by young people born between the years 1982 to 2000, young people who grew up in the era of technology and seeking to reconcile his personal life and professional looking results in everything they do. Young people are able to multitask by having grown up with busy schedules and daily tasks are more related functions of the position than the position itself, are confident and want to get right to the top. What matters most to this new generation is the opportunity to meet new challenges, seek to work in companies that provide them with a healthy environment and that can offer growth opportunity.

Keywords: Generation Y, young, growing work.

INTRODUÇÃO

O objetivo deste artigo é compreender o que a geração Y espera do mercado de trabalho e identificar quais são suas expectativas e seus desafios.

Na sociedade atual percebe-se uma gradativa mudança no mercado de trabalho onde uma nova geração passa a ingressar.

De acordo com Lancaster e Stillman (2011), a geração Y é formada por jovens nascidos entre os anos de 1982 e 2000, geração essa que sucede a geração X, nascidos entre os anos de 1965 e 1981, os Baby Boomers, nascidos entre os anos de 1946 e 1964 e os Tradicionalistas que são as pessoas nascidas antes de 1946.

Para Lancaster e Stillman (2011), são jovens nascidos na era da informação e do conhecimento, procuram significados e sentido em tudo que faz, buscam conciliar o trabalho e o lazer, aproveitando cada momento e visando o aprendizado pessoal e profissional a cada novo desafio, tornando-se profissionais mais flexíveis que tendem a se adaptar com maior facilidade as mudanças.

Por outro lado, a geração Y é mais ansiosa e impaciente, ou seja, da mesma forma que possui facilidade de se adaptar as mudanças também não consegue ficar muito tempo executando a mesma tarefa, buscam sempre novos aprendizados e desafios, em troca desejam reconhecimento e plano de carreira.

A forma de desenvolvimento da pesquisa se dará por meio de pesquisa qualitativa e quantitativa, pois, a ciência nasce no início da era moderna, opondo-se à modalidade metafísica do conhecimento, fundada na pretensão do acesso racional à essência dos objetos reais e afirmando a limitação de nosso conhecimento à fenomenalidade do real. (SEVERINO, 2007, p. 118).

Oliveira (2004) reconhece que o método ou abordagem qualitativa, se dá pelo desejo de poder descrever e interpretar a complexidade de uma determinada hipótese ou problemática para possíveis conclusões. Uma pesquisa qualitativa ainda se aplica quando se conhece ou dispõe de pouca informação referente ao assunto. Também outro aspectos relevante da pesquisa são os dados psicológicos que não podem ser coletados por outros métodos, sendo assim, iremos trabalhar com referências em artigos já publicados e livros de autores renomados. Ainda para o autor o método ou

abordagem quantitativa significa avaliar opiniões e dados, através da coleta de informações, assim como também no emprego de recursos estatísticos desde os mais simples até os mais complexos.

Este método também é muito utilizado no desenvolvimento das pesquisas descritivas onde procura descobrir e classificar a relação entre as variáveis.

Os sujeitos da pesquisa são jovens dos gêneros masculino e feminino com idades entre 20 e 26 anos residentes na cidade de São Paulo, ou seja, jovens da geração Y. É necessário fazer um estudo e análise tanto do método qualitativo quanto do quantitativo pois um complementa o estudo do outro.

Escolhemos este tema, pois, trata-se de uma realidade presente nas organizações e também para aprofundarmos nosso conhecimento no perfil e no modo de pensar desta geração.

Nesta concepção os autores Lancaster e Stillman (2011) acreditam que esta nova geração está dominando o mercado de trabalho e continua adquirindo novas experiências com sua disposição em aprender e inovar para promover melhorias aos processos, buscam sempre significados em suas tarefas para saber a importância de seu trabalho na organização.

Realizamos um levantamento bibliográfico a respeito do tema em livros, periódicos, banco de dissertações e teses de doutorado, não há muitas publicações. Neste sentido estamos explorando com mais ênfase autores como: Branco (2013), Calliari e Motta (2012), Lancaster e Stillman (2011).

GERAÇÃO Y E O MERCADO DE TRABALHO

De acordo com Lancaster e Stillman (2011, p. 18) “a geração Y é formada por jovens nascidos aproximadamente entre os anos de 1982 a 2000, uma geração que cresceu na era da internet e tecnologia tendo assim acesso as informações com mais facilidade”.

Branco (2013), explica que o termo geração Y, foi dado por ter sido relacionado à época em que muitos pais definiam a letra Y como a inicial de seus filhos, influenciados por a União Soviética.

Conforme Branco (2013), são jovens que cresceram em uma boa fase econômica, tornando-se em jovens ambiciosos que buscam sucesso financeiro e foram criados numa educação flexível e de grande apoio dos pais em suas decisões, desta forma sentem-se mais auto confiantes com a liberdade de expressão.

Branco (2013) contribui dizendo que são frutos de uma família mais moderna, onde os pais passam grande parte de seu tempo trabalhando fora de casa e recompensando seus filhos com bens materiais e educacional, com isto, os jovens acabaram desenvolvendo o defeito de não aprender com seus erros, pois, foram criados com o conceito que não podem errar.

Lancaster e Stillman (2011), afirmam que a geração Y foi criada numa época diferente, onde os jovens tem o hábito de tomar suas decisões com o auxílio de seus pais e não costumam permanecer muito tempo numa mesma empresa quando não se identificam com o que fazem, sendo

assim, taxados de “jovens mimados”, normalmente o que os deixam desmotivados é a falta de oportunidade para mostrar o seu melhor, pois, nem sempre as empresas dão espaço para isso ou não sabem delegar as funções de acordo com o perfil do jovem.

Dentro destas perspectivas Branco (2013) explica que por se tratar de uma geração que cresceu com suas agendas cheias de atividades para ocupar seu tempo devido à ausência dos pais, se tornaram jovens capazes de realizar mais de uma tarefa ao mesmo tempo, cresceram com o aprendizado contínuo e assim, tem dificuldades para aceitar cargos que não lhe tragam desafios, desejam cargos mais elevados sem antes mesmo conhecer o cargos iniciais como por exemplo o chão de fábrica, mas por outro lado adoram adquirir conhecimentos com pessoas mais velhas por serem mais experientes, para isso os profissionais mais velhos com cargos elevados devem estar preparados, pois, esta geração gosta de entender o processo e o porquê de cada processo.

A autora contempla afirmando que através dos questionamentos realizados pelos jovens desta geração eles buscam interagir e entender a importância dos processos, mas para as gerações anteriores isto pode ser entendido como se a geração duvidasse que o processo está correto e não como fonte de conhecimento.

Por outro lado Calliari e Motta (2012) acrescentam que os jovens desta geração se tornaram pessoas multitarefas, ágeis e seguras de si porque cresceram com muito afeto, carinho e atenção dos pais, para alguns isso se traduz em: “Cresceram sendo mimados por seus pais”.

Conforme Branco (2013), um dos pontos que também marcam essa geração é trabalho voluntário, pois, cresceram com o incentivo de fazer um mundo diferente ajudando ao próximo, o fato da empresa ter algo voltado ao trabalho voluntário é um ponto positivo para manter estes jovens na organização.

Ao ingressar numa organização, esta geração busca algo que lhe apresente valor, caso, não se sintam realizados na empresa, tendem a pedir demissão e ir em busca de novas oportunidades no mercado de trabalho. Para evitar que isso ocorra, as empresas já estão implantando práticas de gestão específicas para a geração Y, pois, são jovens que ao perceberem valor na empresa costumam ser leais e comprometidos, para auxiliá-los nos primeiros meses é interessante que tenha um profissional mais experiente ao seu lado para que o mesmo possa conhecer as rotinas de trabalho, isso pode ajudar evitando que o medo e a ansiedade não atrapalhe em seu desenvolvimento. (BRANCO, 2013).

Nesse sentido Lancaster e Stillman (2011), acrescentam que atualmente a geração Y está mais ligada as atribuições do cargo do que com o cargo em si. São jovens que desejam trabalhar em ambientes harmoniosos onde haja diálogos entre funcionários e chefe, gostam de receber feedback constante podendo ver seus esforços reconhecidos e perceber onde está errando para contribuir ainda mais com a empresa em busca de novos desafios.

De acordo com Branco (2013), o mundo virtual faz parte da vida destes jovens que aos poucos estão perdendo a essência do contato pessoal e passando a se comunicar cada vez mais através de redes sociais e mensagens instantâneas, com isso podem encarar dificuldades para se relacionar com as pessoas e além do mais está adquirindo os vícios da rede com o declínio da comunicação escrita, pois, para agilizar os diálogos on-line costumam utilizar abreviações e gírias, isto pode prejudica-los em momentos de contatos e escritas mais formais devido aos erros ortográficos na escrita.

A RELAÇÃO ENTRE GERAÇÕES: “BABY BOOMERS”, “X” E “Y”.

De acordo com Branco (2013), temos atualmente cerca de 3 ou 4 gerações ocupando o mesmo mercado de trabalho, onde cada uma possui culturas, hábitos e experiências diferentes, são elas:

- Os veteranos/tradicionistas formada por pessoas com mais de 70 anos, tendo uma grande bagagem de experiência de vida;
- Os Baby Boomers formada por pessoas de 50 à 70 anos de idade e nascidos no período dos anos de 1940 a 1960, no fim da guerra mundial;
- E a geração X formada por pessoas de 32 à 50 anos e nascidos entre os anos de 1961 e 1980, é uma geração consideravelmente ágil e já possui um pequeno vínculo com a tecnologia, o marco desta geração foi a Ditadura Militar. (p. 34)

Por se tratar de gerações com culturas e costumes diferentes pode gerar conflitos de opiniões entre si.

Lancaster e Stillman (2011), afirmam que muitas vezes a inclusão de uma nova geração no mercado de trabalho costuma causar impactos no desenvolvimento das gerações anteriores, pois, seus pontos de vista quanto ao mercado de trabalho são diferentes, são gerações com pensamentos e atitudes diferentes que sofrem com as mudanças.

Uns dos fatos que evidenciam a diferença de comportamentos entre as gerações é o período que cada geração impõem-se para que a empresa atenda suas perspectiva.

A Geração Baby Boomers aguarda um período de 3 a 4 anos, a geração X aguarda um período médio de 2 anos e a geração Y aguarda um período médio de 6 meses, ou seja, podemos perceber que há uma tendência para a redução de tempo e também a pressa da geração Y.

Por outro lado conforme reportagem da Revista Galileu, reportagem escrita por Loiola, Edição 219 - Out de 2009, disponível no site⁴, acesso realizado em: 22/05/2013, Loiola explica que segundo um estudo realizado por a consultoria americana Rainmaker thinking foi revelado que 56% da geração Y espera ser promovida em menos de um ano, por isso as organizações precisam estar preparada para as grandes mudanças, ou seja, criar meios que consigam envolver estes novos profissionais. Segundo Wood e Picarelli (2004), as diretrizes estratégicas de Recursos humanos devem estar alinhadas com as estratégias organizacionais, pois, quanto maior o envolvimento de todos maiores serão as chances de obter vantagem competitiva ao logo de seu tempo.

Além disso Lancaster e Stillman (2011) explica que cada geração ver o feedback de uma forma.

Para os tradicionalistas, o feedback é aplicado seguindo a ordem de hierarquia e para não se enquadrar como bronca, bastava não haver vozes exaltadas;

Na visão dos Baby Boomer, o feedback deveria ser aplicado durante avaliações formais como meio de acompanhamento de desempenho;

Para a geração X, o feedback deveria ser aplicado ao pé da letra, sem rodeios;

Já para a geração Y, o feedback deve ser aplicado de maneira instantânea após concluir uma tarefa mesmo que seja um feedback negativo, pois, o objetivo é corrigir o que está sendo feito de maneira errada ou se estiver no caminho correto para se sentir motivado e dar continuidade aos seus projetos. (p. 165 e 166)

Uma interação entre pessoas, tecnologia, estrutura, processos e ações não basta, é necessário contratar bons profissionais e também criar condições para que os talentos se desenvolvam para dar bons frutos. Como os seres humanos, as empresas também tem a capacidade de aprender e, quando a organização consegue transformar esse aprendizado em práticas, tornar-se aberta para inovação. (Revista Galileu, reportagem escrita por Loiola, Edição 219 - Out de 2009, disponível no site⁵, acesso realizado em: 22/05/2013).

De acordo com Lancaster e Stillman (2011), devido a diferença de perfil entre gerações, existem conflitos quanto a velocidade do trabalho, normalmente os chefes sofrem com a pressão da geração Y quanto ao status das mudanças, as gerações anteriores estão acostumadas com a burocracia e tempo de espera para as mudanças acontecerem, mas os jovens cresceram com a mudança, onde por exemplo, as cartas que demoravam dias para serem entregues foram substituídas por e-mails instantâneos e as calculadoras passaram a ser permitidas para uso durante

⁴ <http://revistagalileu.globo.com>

⁵ <http://revistagalileu.globo.com>

provas na escola com o objetivo de agilizar a resolução dos cálculos. Enquanto a geração Y está empolgada com a implantação de novas tecnologias no seu local de trabalho, as gerações anteriores estão preocupadas com o tempo que levarão para aprender a usa-las.

ANÁLISE DE PESQUISA

A pesquisa foi aplicada para 25 jovens dos gêneros masculino e feminino com idades entre 20 e 26 anos residentes na cidade de São Paulo.

Por meio da pesquisa podemos evidenciar que 100% destes jovens estão atualmente trabalhando, sendo que 96% já passaram por outras empresas anteriormente e apenas 4% estão em seu primeiro emprego.

No momento de procurar uma posição no mercado de trabalho os jovens classificaram a importância de alguns fatores; 40% dos jovens classificaram o fator cargo, salário e pacote de benefícios o mais importante, seguido por 52% que classificaram como um item de média importância e 8% que classificaram como o item de menor importância.

Para Oliveira (2011) o cargo é definido por meio das qualificações juntamente com alguns requisitos básicos como experiência, formação escolar, conhecimento técnico entre outros, para atingir os objetivos. É através da descrição do cargo que se obtém informações para se utilizar a fim de determinar remuneração, seleção e treinamento. Entende-se por salário como um valor ajustado entre as partes, empregador e empregado este pode ser obtido através de um acordo tácito ou expresso.

Tratando-se de plano de carreira, relação de trabalho com os superiores e ambiente de trabalho, 36% classificou como o item mais importante, seguido por 44% que acreditam se um item de média importância e 36% que consideram este item de pequena importância.

Plano de carreira é a explicitação formal de um conjunto planejado, estruturado, sustentado e sequencial de estágios que consolidam a realidade evolutiva de cada indivíduo, de forma interativa com as necessidades das empresas e das comunidades onde elas atuam. (Oliveira, 2009, p. 5).

O fator porte da empresa e localização é o item de menor importância para 72% destes jovens, seguido por 4% que consideram ser um fator de média importância e 24% consideram o porte da empresa e localização o ponto mais importante.

Atualmente, 48% dos jovens esperam até um ano para que a empresa lhe reconheça e invista em seu crescimento profissional, seguido por 28% que aguardam de um ano a três anos e 24% aguardam apenas o período de 6 meses.

Em relação aos jovens que trabalham com pessoas mais velhas, ou seja, pessoas de outras gerações como os Baby Boomers e Geração X, apenas 8% declararam que tem dificuldades de trabalhar com pessoas mais velhas por serem pessoas impacientes com pensamentos e modos de agir diferentes, 92% declaram que não ter nenhum tipo de dificuldade.

Ao perguntar a estes jovens qual é o modelo ideal de empresa para se trabalhar, classificaram da seguinte forma;

- 1° Empresa com plano de carreira e ambiente saudável;
- 2° Empresa com pacote de remuneração atrativa;
- 3° Empresa com horários flexíveis
- 4° Empresa flexível a qualquer tipo de mudança;
- 5° Empresa onde seja necessário apenas cumprir sua jornada.

Podemos perceber também que, 80% dos jovens da geração Y enfrentam dificuldades para se adaptar nas empresas tradicionalistas sendo que 50% apontam que isso ocorre por se tratar de empresas inflexíveis, 35% apontam que o motivo é a dificuldade em seguir regras e 15% apontam que as empresas tradicionalistas demoram a concluir processos devido hierarquia.

Para finalizarmos a pesquisa perguntamos para estes jovens, o que eles esperam de um futuro próximo em relação a sua formação e ao mercado de trabalho. Foi possível perceber que a grande maioria tem o mesmo desejo de reconhecimento profissional e plano de carreira e crescimento profissional, em relação aos jovens que atualmente não trabalham em suas áreas formação acadêmica, todos almejam atuar nas áreas que escolheram seguir através da universidade.

CONCLUSÃO

Por meio do levantamento de informações com base em autores renomados, podemos perceber que a geração Y espera que o mercado de trabalho atenda suas expectativas agregando valor a sua carreira.

Esta geração cresceu na era da tecnologia e se transformaram em jovens capazes de realizar multitarefas ao mesmo tempo por terem crescidos com agendas cheias de tarefas para ocupar seu tempo, sendo assim, costumam se sentirem motivados ao encontrar novos desafios e oportunidades.

Conforme Lancaster e Stillman (2011), a geração Y está mais ligada às atribuições do cargo do que com o cargo em si.

Por meio da pesquisa aplicada ficou evidente que estes jovens permanecem numa busca constante por melhores oportunidades, pois, na pesquisa realizada foi constatado que 100% destes

jovens estão presentes no mercado de trabalho, sendo que 96% já passaram por outras empresas anteriormente.

A pesquisa aponta também que boas partes dos jovens costumam aguardar até um ano para que a empresa lhe reconheça e invista em seu crescimento profissional, por outro lado Lancaster e Stillman (2011), mencionam que o tempo médio que estes jovens se impõem para que a empresa corresponda suas expectativas é um período médio de 6 meses.

Lancaster e Stillman (2011) mencionam também que devido à diferença de perfil entre gerações, geralmente ocorrem conflitos quanto à velocidade de trabalho e diferença de opiniões, porém, ao questionar a estes jovens se possuem dificuldades de trabalhar com pessoas mais velhas, 92% deixaram claro que não há nenhum tipo de problema.

Percebemos que atualmente o que mais importa para esta geração no mercado de trabalho é a oportunidade de crescimento e visam trabalhar em empresas que lhes proporcionem um ambiente saudável.

A geração Y precisa de velocidade, satisfação imediata e realização instantânea.

REFERÊNCIAS

BRANCO, Viviane Formosinho Castelo. **A gestão da geração Y nas organizações**. 1º edição. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2013.

CALLIARI, Marcos; MOTA, Alfredo. **Geração Y: decifrando a geração que está mudando o país**. 1º Ed. São Paulo: Évora, 2012.

LANCARTER, Linne C.; STILLMAN, David. (Tradução: Leandro Woyakoski; Revisão técnica: Adriano Nunes). **O Y da questão: Como a geração Y está transformando o mercado de trabalho**. 1º Ed. São Paulo: Saraiva, 2011.

OLIVEIRA, Aristeu de. **Manual de descrição de cargos e salários**. 3. ed. – São Paulo: Atlas, 2011.

OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças de. **Plano de carreira: foco no individuo: como elaborar e aplicar para ser um profissional de sucesso**. 1º Ed. São Paulo: Atlas, 2009.

OLIVEIRA, Silvio Luiz de. **Tratado de Metodologia científica: projetos de pesquisas, TGI, TCC, monografias, dissertações e teses; revisão Maria Aparecida Bessana**. – São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2004.

SEVERINO, Antônio Joaquim. **Metodologia do trabalho científico**. 23º ed. Ver. e atual. – São Paulo: Cortez, 2007.

WOOD JR, Thomaz; PICARELLI, Vicente. **Remuneração e carreira por habilidades e por competências: preparando a organização para a era das empresas de conhecimento intensivo**. 3º ed. – São Paulo: Atlas, 2004.

LOIOLA, Rita, Geração Y, disponível em:

<http://revistagalileu.globo.com/Revista/Galileu/0,,EDG87165-7943-219,00-GERACAO+Y.html>, Acesso em: 22 de Maio de 2013.