

Indivíduos da Geração Y: a satisfação no mercado de trabalho e as consequências nas suas escolhas profissionais

Generation Y: the satisfaction in the labor market and the consequences in career decisions

Natasha Ferreira Klein

Graduando em Administração de Empresas pela FECAP

naty_klein@msn.com

Evelyn Barreto Santiago

Mestra em Psicologia Social pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP)

veusantiago@gmail.com

Recebido: 22/12/2017 – Aprovado: 25/04/2018. Publicado em 27/06/2018

Processo de Avaliação: Double Blind Review

RESUMO

O estudo teve como foco os indivíduos da geração Y, a satisfação no mercado de trabalho e possíveis consequências dessa satisfação nas decisões de carreira. Para isso, buscou-se verificar qual a relação existente entre o nível de satisfação da geração Y no mercado de trabalho e as suas escolhas profissionais. Foi realizada uma pesquisa descritiva, com abordagem quantitativa, utilizando-se de survey como técnica para coleta de dados junto ao público-alvo de pessoas geração Y inseridas no mercado de trabalho. Os resultados encontrados sugerem que as características da geração Y elencadas pela literatura são uma realidade para a maioria dos jovens Y respondentes. Ademais, 58% deles se declaram satisfeitos com a escolha profissional, sendo que aqueles que tem as demandas características da geração Y atendidas em sua atuação profissional atual, são os mais satisfeitos. Ainda é possível verificar que este nível de satisfação não muito elevado, culmina em um nível alto de rotatividade e ainda de pessoas que mudaram ou pensam em mudar de emprego e até área profissional. Muitos dos respondentes abriram ou pensam em abrir um negócio próprio, sendo um número expressivo aqueles que mudariam a área profissional ao empreender. Apesar de os satisfeitos serem um pouco mais da metade dos respondentes, 42% de profissionais no mercado de trabalho estão insatisfeitos, o que demanda esforços para entender melhor possíveis causas dessa relevante insatisfação em investigações futuras.

Palavras-chave: Geração Y - Satisfação. Escolhas profissionais. Mercado de trabalho.

ABSTRACT

The study has focused on the individuals of generation Y, satisfaction in the labor market and possible consequences of this satisfaction on career decisions. To that end, this study has tried to verify the relation between the level of generation Y's satisfaction in the labor market and its professional choices. A descriptive research has been carried out, using a quantitative approach, and a survey as a technique for collecting data from the target group of workers among generation Y. The results found suggest that the generation Y characteristics listed in the literature are a reality for most of the respondents. In addition, 58% of them respondents said they are satisfied with the professional choice, and those who have the characteristic demands of the generation Y attended in their current professional performance are the most satisfied. It is still possible to verify that this level of satisfaction is not very high, culminates in a high level of turnover and also of people who have changed or think about changing jobs and even a professional area. Many of the respondents opened or thought about starting a business on their own, and an expressive number that would change the professional area when doing that. Although the satisfied are slightly more than half of respondents, 42% of professionals in the labor market are dissatisfied, which demands efforts to better understand possible causes of this relevant dissatisfaction in future research.

Keywords: Generation Y - Satisfaction. Professional choice. Labor market

1 INTRODUÇÃO

No ambiente de trabalho é comum observar diferentes idades dos profissionais que atuam nas organizações. De acordo com Kupperschmidt (2000, apud Comazzetto et. al., 2016) pode-se agrupar estas faixas etárias em conjuntos de indivíduos que compartilham os mesmos anos de nascimento e, portanto, viveram os mesmos acontecimentos sociais, de

forma que estes tenham impacto direto no desenvolvimento humano. Estes grupos são chamados de gerações.

Segundo Veloso, Dutra e Nakata (2008), no mercado de trabalho mundial atual, concentram-se três gerações: os baby boomers, a geração X e a geração Y. Dadas pequenas diferenças de enquadramento de gerações para os principais autores do tema, convencionou-se para este trabalho: os baby boomers são os nascidos de 1945-1964, a geração X de 1965-1979 e a geração Y, ou Millennials, de 1980-1995.

A geração Y teve seu desenvolvimento fortemente afetado pelo surgimento e crescimento da tecnologia, que mudou o conceito de acesso à informação. Antes, era limitado e demorado e hoje além de rápida, a informação é globalizada. Os Y ainda apresentam como característica realizar diversas tarefas ao mesmo tempo, se relacionar com mais pessoas e culturas, e, portanto, maior aceitação da diversidade. Em contrapartida aos talentos desta geração, observa-se que agem por impulso e têm alto nível de rotatividade nas empresas.

Atualmente é comum serem publicadas notícias de pessoas que largaram um emprego tradicional e consolidado para irem em busca de realização profissional fazendo o que gostam. A exemplo disso, Roger Koepl, de 29 anos, após 8 anos em uma carreira ascendente, decidiu que não queria fazer algo no mundo e sim pelo mundo. Hoje tem uma cooperativa de lixo reciclável, que contribui com o meio ambiente e gera empregos (GOULART, 2012). Raphael Rotta e Manoela Pontual 29 e 28 anos, respectivamente, abriram uma consultoria de viagens virtual após estarem fartos da rotina em agências de publicidade (KOMETANI, 2014).

Apesar da literatura e notícias atuais, Cappi e Araujo (2015) concluíram em sua pesquisa que a realidade dos indivíduos da geração Y pesquisados é divergente da literatura quando se trata da relação entre a satisfação no trabalho e o comprometimento organizacional, dado que para os indivíduos da geração X, a correlação foi mais forte do que para os indivíduos da geração Y. Já a relação entre o comprometimento e a intenção de deixar o emprego, o resultado foi convergente com a literatura. A correlação é mais forte para a geração Y do que para a geração X.

Cavazzote, Lemos e Viana (2012) concluíram que a distância entre os valores da geração Y para os valores das gerações anteriores é menor do que a literatura sugere. A estabilidade no trabalho, as recompensas tangíveis e plano de carreira, por exemplo, são fatores de grande importância para as gerações passadas e ainda são para os Y. Comazzetto et al (2016) observaram que, apesar de algumas semelhanças entre as gerações, alguns aspectos

são mais valorizados pelos Y do que pelos demais. Entre eles, a oportunidade de crescimento e o relacionamento.

Um dos fatores a serem analisados no referido projeto é o quanto a empresa contribui (ou não) para a satisfação dessa geração. Desta forma, esta pesquisa busca investigar a seguinte questão: **Qual a relação existente entre o nível de satisfação da geração Y no mercado de trabalho e as suas escolhas profissionais?**

Para tanto, pretende-se analisar as características da geração Y, identificando o nível de satisfação desse público no mercado de trabalho e as possíveis consequências nas decisões de carreira. Durante a análise de lacunas em pesquisas anteriores que abordam o mesmo tema, verificou-se que Cappi e Araujo (2015) sugeriram que outras pesquisas fossem feitas em outro estado que não fosse o Espírito Santo e que estudos qualitativos seriam complementares, dado que sua pesquisa teve abordagem quantitativa. Já Cavazotte, Lemos e Viana (2012) sugeriram que fosse analisada a prioridade de valores dos jovens da geração Y.

2 REVISÃO DA LITERATURA

2.1 DESCRIÇÃO DA GERAÇÃO DE BABY BOOMERS, A GERAÇÃO X E COMO SE COMPORTAM NO MERCADO DE TRABALHO

Segundo Comazzetto et al. (2016), os baby boomers são identificados pelo perfil workaholic, são mais otimistas e motivados, e apesar de terem sido jovens rebeldes, tornaram-se adultos conservadores, embora não rígidos, e valorizam a ascensão dentro de uma mesma empresa, que se reflete em sua postura leal e de comprometimento. Eles também se sentem mais capacitados por conta de sua experiência profissional.

Já a Geração X no Brasil vivenciou o regime ditatorial, que incluía censura, cautela, desconfiança e cinismo. Esta situação, somada à implantação do *downsizing*¹ refletiu em perfil resiliente, ou seja, apresentam maior facilidade de adaptar-se a mudanças e decepções. Após a abertura política, houve recessão econômica e a insegurança financeira, o que incentivou o materialismo e o individualismo, de acordo com Motta, Gomes & Valente (2009).

Esta característica se reflete na vida profissional, fazendo com que não sejam tão fieis à corporação e nem mesmo com a própria carreira, priorizando novos desafios em detrimento

¹DOWNSIZING: eliminação planejada de postos de trabalho e/ou cargos por demissão de pessoas e eliminação de unidades ou reorganização do trabalho em funções e níveis hierárquicos, afetando custos e processos (Santos, 2000).

de sua estabilidade, característica essa acentuada na geração Y (COMAZZETO et al., 2016; ZEMKE et al., 2000 apud CAPPI; ARAUJO, 2015; CAVAZOTTE; LEMOS; VIANA, 2012).

Ocupando estes cargos gerenciais, os baby boomers e geração X se veem tendo que gerir indivíduos da própria geração e também de gerações posteriores, sendo a geração Y a com maior amplitude nas diferenças comportamentais organizacionais. O conflito aumenta quando profissionais da geração Y começam a ocupar cargos também gerenciais dentro de uma mesma organização.

2.2 A GERAÇÃO Y E SUA ATUAÇÃO NO MERCADO DE TRABALHO

Segundo Calliari e Motta (2012), que tem como foco de estudos a geração Y no Brasil, a denominação e utilização das faixas de gerações, principalmente a classificação de baby boomers e geração X são tipicamente norte-americanas, sendo que os *baby boomers* são oriundos da Segunda Guerra Mundial, acontecimento este que envolve principalmente Estados Unidos e Europa. Apesar disso, a globalização fez com que, não só as divisões e nomenclaturas fossem compartilhadas, mas também as características dessas gerações que, apesar de não terem vivido os mesmos acontecimentos, acabaram por absorver grande parte da postura, forma de pensar e agir.

Esta geração também é mais afetuosa, segura, pró-ativa e receberam maior atenção e incentivo dos pais. São indivíduos que tem dificuldade de abrir mão de conforto ou sofrer privações e não toleram pessoas ou ambientes que lhes confirmam maus tratos ou exijam demais. São também consumistas e imediatistas, refletindo no padrão de consumo da geração: de 25% a 40% a mais do que o consumidor médio mundial. Antes acostumados a serem recompensados pelos pais, agora com poder aquisitivo recompensam-se a si mesmos. No Brasil, a diferença de nível de consumo entre os Y e as outras gerações é mais acentuada do que na maioria dos outros países.

Os autores afirmam que os pais da geração Y (maioria da geração X) se empenharam em garantir que a educação dos Y fosse diferente da educação que tiveram, com menos rigidez e hierarquia, passando menos vontade em relação aos seus desejos e dando liberdade para que eles fizessem o que lhes proporcionasse felicidade e estimulando uma postura proativa e de tomada de decisão desde pequenos. Para isso, proporcionaram aos seus filhos a possibilidade de participar de diversas atividades extraclasse, como inglês e esportes e ainda deram muitas recompensas não só para agradá-los, mas também para tentar suprir a falta que faziam em casa.

Os Y são ainda polivalentes. Dado o costume de infância, acabam exercendo várias atividades ao mesmo tempo. Entretanto, desempenhar múltiplas atividades simultaneamente faz com que a execução seja superficial em cada uma delas. A aquisição de conhecimento para estes jovens é mais abrangente e menos específica.

A relação de hierarquia familiar forte se perdeu com a entrada definitiva da mulher no mercado de trabalho. As mães ficaram um pouco mais ausentes e os pais, que antes eram a figura de provedor da casa e exerciam criação mais rígida, passaram a ser mais afetuosos e mais próximos de seus filhos. Entrou ainda a babá, representando a terceirização da educação, ou seja, os pais ficaram com a parte agradável e com papel próximo ao de amigo, não conseguindo às vezes impor limites aos filhos. Esta estrutura modificada fez com que os jovens se sentissem mais próximos aos mais velhos e o conceito de hierarquia fosse considerado ultrapassado.

Com o aumento do *turn over*², as organizações começaram a se reinventar, Algumas delas, como *Google* e *Facebook*, já foram criadas prontas para absorver e reter os jovens talentos. Possuem ambiente de trabalho diferenciado da maioria, não exigem vestimenta formal, tem planos de carreira acelerados e baseados em meritocracia. Os gestores são mais próximos dos funcionários e delegam-lhes mais funções, dando aos jovens mais autonomia.

Apesar de algumas vezes os jovens Y serem julgados como mimados e antiéticos, Lipkin e Perrymore (2010), defendem que o conceito de ética é relativo a cada geração. Para a geração Y o trabalho é visto somente parte de sua vida. Por isso, algumas características que em outras gerações puderam ser observadas no ambiente de trabalho e consideradas como parte da ética, algumas vezes são encontradas na geração Y no âmbito pessoal, como por exemplo, a responsabilidade e a lealdade.

As empresas têm ainda possibilitado o planejamento e execução de tarefas em grupo, que é outra característica forte da geração Y, dado que eles querem a oportunidade de trabalhar com pessoas melhores que eles para aprender e se desenvolver pessoal e profissionalmente. Muitas vezes os Y são julgados como preguiçosos pelo uso demasiado da tecnologia, sendo que não necessariamente eles realizam menos, mas podem utilizar de forma estratégica a tecnologia, fazendo mais com menos e em menos tempo.

A geração Y nasceu em meio à explosão da tecnologia e, hoje, esses indivíduos espelham características definidas por este evento, como a aceitação da diversidade, a

²TURN OVER: Termo inglês que significa “rotatividade”. Aplica-se aos trabalhadores de uma empresa, como expressão de sua rotatividade.

capacidade de realizar tarefas simultaneamente, de buscar e reter informações, ampla rede de contatos e a visão globalizada e sistêmica (COMAZZETTO et al, 2016). Além disso, o que as gerações anteriores já tinham demonstrado em relação ao individualismo foi acentuado na geração Y. (OLIVEIRA; PICCININI; BITENCOURT, 2012).

Segundo Huntley (2006, apud WADA; CARNEIRO, 2010), a geração Y foi educada para que fizesse diferença no mundo, incluindo o meio ambiente e ações sociais. McCrindle (2002, apud WADA; CARNEIRO, 2010) afirma que a maioria dos jovens da geração Y foca nos objetivos de curto prazo, resumindo a expectativa de vida em terminar seus estudos e curtir a vida, deixando de lado o planejamento de longo prazo, que não faz parte da dinâmica de vida deles, como a própria carreira, a vida afetiva e o planejamento familiar (casar e ter filhos) e até mesmo criar sua independência financeira e deixar de morar com os pais.

Lipkin e Perrymore (2010) afirmam que a mudança na criação da geração Y, como depender por mais tempo dos pais, ter menos responsabilidade financeira e casar em idade mais avançada, tornou também mais tardio o processo de amadurecimento dos Y e, com isso, a decisão sobre qual carreira seguir passou a demorar mais.

A pesquisa global “The 2016 Deloitte Millennial Survey – Winning over the next generation of leaders”, feita pela Deloitte Auditoria e Consultoria empresarial, mostra que 50% da força de trabalho mundial neste ano era formada pela geração Y e, em 2020, este índice deve chegar a 75%. Já no Brasil, segundo o Censo de 2010 do IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, no período de 1980 a 1995 nasceram mais de 51 milhões de brasileiros, o que significa quase 25% da população atual do país ser da geração Y.

Os estudos de Flink et al.(2012), demonstram que a geração Y, ao contrário das anteriores, não pede autorização, ela simplesmente age e executa suas decisões. Além disso, manifestam seu posicionamento por meio de blogs e outros meios tecnológicos de comunicação.

Calliari e Motta (2012) afirmam que estes jovens têm maior poder de decisão e se permitem arriscar mais e experimentar alternativas. Eles não sentem que o trabalho seja uma obrigação e se não estiverem sentindo-se felizes, deixam a empresa sem muita reflexão. Além de desejarem atuar em multinacionais, querem que a marca lhe garanta orgulho em pertencer a ela. Se identificam ainda com organizações que tem viés de proteção ambiental.

Corroborando com esta visão, Lipkin e Perrymore (2010) afirmam que a geração Y é consciente em relação às causas sociais e a principal motivação é a colaboração para uma causa maior. Esta geração cria vínculo maior com o seu chefe do que com a própria

organização. Enquanto a geração X buscava equilíbrio entre a vida profissional e pessoal, a geração Y passou a buscar integração.

A Namosca, agência de marketing voltada para a geração Y e Z realizou um estudo em 2008 e 2009, denominado Painel Jovem. Entre os 929 jovens entrevistados, a prioridade que ficou em primeiro lugar foi a família, seguida de estudos e em 3º lugar, a carreira. Calliari e Motta (2012) atribuem o fato de ter a família como prioridade à forma como a geração X educou a geração Y, com presentes e conforto e a possibilidade de morar com os pais até idade avançada, podendo assim poupar seus rendimentos para convertê-los em benefícios próprios, como bens supérfluos e viagens, por exemplo.

2.3 NÍVEL DE SATISFAÇÃO DA GERAÇÃO Y NO MERCADO DE TRABALHO E AS CONSEQUÊNCIAS NO PLANO DE CARREIRA

Calliari e Motta (2012) permitem compreender que a geração Y quer ser bem-sucedida não no âmbito econômico, mas sim que esta questão está ligada à integração da realização pessoal e profissional. O desejo de conseguir imprimir e posteriormente enxergar o seu trabalho no produto ou serviço final entregue é fator que contribui para a realização do Y. Isso contribui para a formação da identidade do indivíduo e quando isso não acontece, ele não vê sentido em seu trabalho, surgindo sintomas como desmotivação, desvalorização e cansaço (SANTIAGO, 2003).

Outra característica desta geração, segundo Paul Harvey (s.d., apud REY, 2013), é a dificuldade de aceitar críticas, inclusive no ambiente de trabalho. Além disso, a geração Y tem uma visão inflada de si e de suas competências, que geram expectativas muito elevadas. Rey (2013) define em seu texto “Porque os jovens profissionais da geração Y estão infelizes”, que felicidade é a diferença entre as expectativas e a realidade e uma vez que as expectativas são exacerbadas, as chances de frustração aumentam. Quando esta equação não tem um resultado positivo, a ansiedade desses jovens pode fazer com que o desejo de mudança de empresa ou até de carreira, surjam.

Lipkin e Perrymore (2010) atribuem essa insatisfação à chamada crise semiexistencial prematura (CSEP), que gera questionamentos como qual o objetivo da carreira e o motivo de estar na profissão escolhida. O principal medo que motiva este tipo de crise é o da não realização. Não conseguir lidar com esta crise gera tomadas de decisões precipitadas, como largar o emprego sem ter outra opção de renda. Corroborando com esta teoria, a pesquisa

“The 2016 *Deloitte Millennial Survey – Winning over the next generation of leaders*” mostra que 44% dos entrevistados na época pretendiam deixar as organizações até 2018 e 66% até 2020.

A pesquisa “*State of the Global Workplace*” (“Estado do ambiente de trabalho global”), realizada em 142 países pela Gallup, empresa norte-americana de pesquisa de opinião, levantou números globais que demonstram profissionais engajados, não engajados e os chamados “ativamente desativados”, que são profissionais descontentes que contaminam o ambiente de trabalho. Apenas 13% dos trabalhadores no mundo estão engajados em seu trabalho. Nos países da América Latina, os números sobem para, em média, 21%. São 60% os não engajados e 19% os ativamente desativados. (CRABTREE, 2013).

3 DELINEAMENTO METODOLÓGICO

A pesquisa foi feita de forma descritiva de abordagem qualitativa, dado que busco-se descrever o perfil das gerações e ainda, considerar motivações, percepções, valores e interpretações. Ela tornou-se também explicativa, pois foi explanada a relação entre o perfil da geração Y e os níveis de satisfação no mercado de trabalho e decisões na carreira profissional (VERGARA, 2000; GIL, 1999; LAVILLE; DIONNE, 1999).

Além de estudos, foram apresentados também exemplos práticos por meio de notícias de profissionais da geração Y que apresentavam algum nível de insatisfação com as carreiras e tomaram uma decisão de mudança, seja ela empreender no mesmo ramo de atuação, mudar de área e até mesmo procurar nichos alternativos de trabalho.

Por fim, para coletar dados foi aplicado um questionário de 63 questões, sendo que sua elaboração foi feita à luz das pesquisas anteriores de autores sobre o mesmo tema. Foram definidos de forma estratégica grupos de perguntas que em conjunto pudessem responder ao problema da pesquisa, sendo eles: Identificação pessoal/demográfica, identificação profissional, satisfação atual, fatores de satisfação e personalidade e escolhas futuras. O questionário ficou disponível de 11 de abril a 14 de maio de 2017 e teve 115 respostas válidas.

A técnica utilizada foi a análise não probabilística com amostra por conveniência, dado que o questionário foi disponibilizado por meio das redes sociais dos pesquisadores, limitado a respondentes atuantes no mercado de trabalho e pertencentes à geração Y, aqueles nascidos entre 1980 e 1995, conforme convencionou-se neste estudo. (MATTAR, 1996).

Além dos dados gerados pelas respostas de cada questão, foram feitos também cruzamentos entre as respostas de diferentes questões para verificar a relação entre elas. Após confrontar os estudos, reportagens e os resultados dos questionários, foi possível chegar à resposta para o problema de pesquisa: verificar qual a relação do nível de satisfação da geração Y no mercado de trabalho com suas escolhas profissionais.

4 RESULTADOS

4.1 CARACTERÍSTICAS DA GERAÇÃO Y

O comportamento humano foi mudando ao longo do tempo e é inevitável encontrar algumas características comuns entre duas ou mais gerações. A exemplo disso, a geração X iniciou o processo de reivindicar menor formalidade hierárquica, maior flexibilidade, liberdade e utilização do feedback. Estas não são características que só se fizeram presentes a partir dos anos 80. Entretanto, os Y têm estas características muito mais enraizadas em seu perfil pessoal e profissional, pois foram incentivados a serem assim pelos seus pais X.

A análise das respostas do questionário permitiu concluir que em parte os resultados são convergentes e em parte divergentes de algumas afirmações a respeito de características da geração Y apresentadas pelos autores referenciados no levantamento bibliográfico. Foi verificado que os jovens têm a capacidade de fazer diversas tarefas ao mesmo tempo: 89% dos respondentes afirmou que costuma fazer mais do que uma atividade ao mesmo tempo, como por exemplo, trabalhar e ouvir música. Este ponto se converge com a afirmação de Comazzetto et al (2016) e Calliari e Motta (2012), de que os jovens Y são polivalentes.

Calliari e Motta (2012) estabelecem que os Y perderam relação de hierarquia desde sua relação familiar. A análise das respostas leva à conclusão de que a maioria dos profissionais que trabalham em lugar com rigidez hierárquica apresenta algum nível de insatisfação, já que os muito insatisfeitos e um pouco insatisfeitos somam 51,56%.

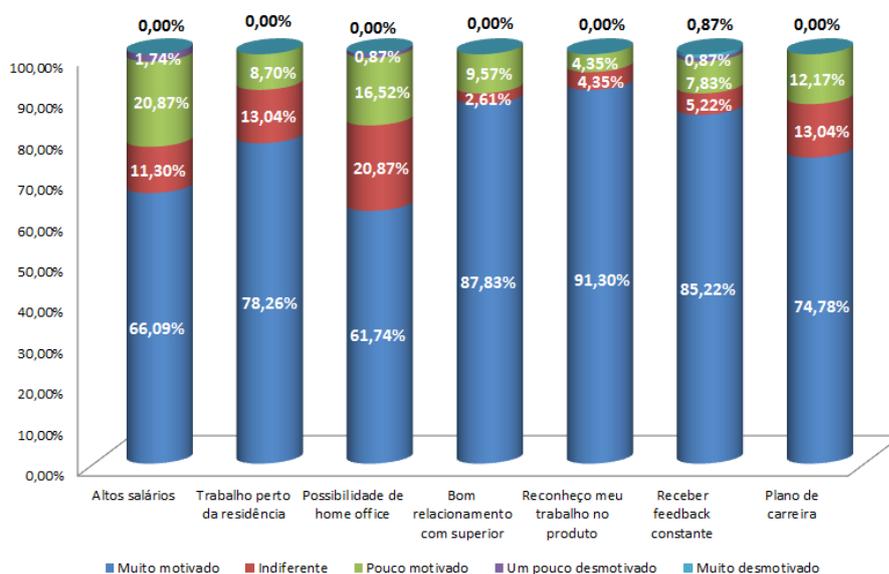
Ademais, quanto à identificação com os valores da empresa, observa-se que aqueles que não se identificam, 54,55% estão muito insatisfeitos. Sobre a necessidade de flexibilidade de horários apontada pelos autores, os respondentes que não tem horários flexíveis se concentram nas respostas “Muito insatisfeito” e “Um pouco insatisfeito”, somando 73,22%, ou seja, esta necessidade é concreta.

Quando questionados sobre as expectativas em relação à escolha profissional, liderando as respostas, 28,34% dizem que esperam ter qualidade de vida pessoal ao mesmo tempo em que se

realizam profissionalmente. Em seguida, o retorno financeiro foi citado por 27,13% dos indivíduos e a felicidade por 21,05% deles. Estas respostas de certa forma são conflitantes com a ideia de que a geração Y não se importa com o retorno financeiro, mas reafirmam o que Calliari e Motta (2012) declaram sobre os X terem incentivado os Y a buscarem felicidade.

Para a maioria das características que os autores afirmam ser de grande importância para a geração Y, foi constatado que, de fato, são primordiais para a motivação no trabalho.

GRÁFICO 1 - ESCOLHAS FUTURAS - QUESTÕES 47 A 53



Fonte: Do autor

Lipkin e Perrymore (2010) apontam a forte relação entre o profissional Y e o seu superior. O questionário ratifica esta informação: 87,83% se sente muito motivado quando tem bom relacionamento com o superior. A característica da necessidade de imprimir sua marca no produto ou serviço final da empresa que trabalha, atribuída por Calliari e Motta (2012) aos jovens Y, foi confirmada quando 91,3% afirmou se sentir muito motivado quando isso ocorre.

Os autores também apontaram que as empresas têm criado plano de carreira acelerado para reter os jovens. Observando o gráfico, percebe-se que 74,78% se sentem muito motivados com a possibilidade de ter acesso a um plano de carreira que o impulse a alcançar cargos mais altos em menos tempo. Quanto ao desejo de *feedback* constante, 85,22% se sentem muito motivados quando o tem e 61,74% muito motivados com a possibilidade de *home office*. Todas essas características apontadas na teoria estão evidentes nas respostas.

4.2 NÍVEL DE SATISFAÇÃO DA GERAÇÃO Y PARTICIPANTE

Foi feita uma questão objetiva sobre a satisfação em relação à escolha profissional. Constatou-se que 58% dos respondentes estão satisfeitos com esta escolha. Afim de entender melhor o que levou a maioria dos respondentes se declararem satisfeitos, analisou-se cada aspecto que, segundo a literatura é primordial para a satisfação de uma pessoa da geração Y. Uma vez relacionados os dados de expectativas e satisfação com a escolha profissional, observamos que, das pessoas que citam “felicidade” como expectativa, 65,38% estão satisfeitas. Já para as que citam “retorno financeiro”, 80,77% se sentem satisfeitas.

Sobre a atuação profissional, que está mais ligada ao momento atual e também à empresa ao qual o profissional está ligado, os satisfeitos e muito satisfeitos somam 53,04%. Apesar de os satisfeitos serem a maioria, é necessário refletir que, 4 a cada 10 profissionais Y atuando no mercado de trabalho estão insatisfeitos com sua escolha. Já sobre as expectativas em relação à profissão, o índice de satisfação é um pouco menor: 46,96%, ou seja, as expectativas foram ou têm sido parcialmente atendidas.

Analisando a relação da meritocracia com a satisfação, pôde-se observar que 34,48% das pessoas que trabalham em lugares sem política meritocrática estão muito insatisfeitas. Os que estão um pouco insatisfeitos somam 31,03%. Em oposição a isso, dos que trabalham em lugares que possuem política de meritocracia, 47,37% estão satisfeitos e 22,81% muito satisfeitos, ou seja, a meritocracia está fortemente relacionada com a satisfação.

4.3 CONSEQUÊNCIAS NO PLANO DE CARREIRA

No que tange a mudança de empresas ao longo de sua relativamente curta vida profissional, 26% dos indivíduos afirmaram de já ter atuado em 5 (cinco) ou mais empresas desde sua inserção no mercado de trabalho, 23% em 3 (três), 23% em 2 (duas) empresas, 17% em 4 (quatro) empresas e apenas 12% atuou em somente 1 (uma) empresa. O resultado coincide com a percepção de que até agora, os Y impactaram diretamente no *turn over* das instituições, apontado por Calliari e Motta (2012).

Apesar de a busca por remuneração não ser característica dos Y segundo os autores, a maior concentração de justificativas para mudança de instituição foi a melhor oferta de salário, com 16,84%. Em seguida a busca por novos desafios, com 14,81% e busca por melhores condições de trabalho (como estrutura, autonomia e clima organizacional), com 14,14%. Analisando a pequena diferença de percentuais entre as justificativas para a

mudança, entende-se que os 3 (três) fatores tem relevância similar para os profissionais no que tange o desejo de permanecer ou de deixar a instituição em que trabalha.

Um número que chama atenção nos dados é o índice de pessoas que mudou ou pensa em mudar de carreira: estes 2 (dois) grupos totalizam 47,83%. Entre as razões para mudança foram citadas: qualidade de vida, novas oportunidades, prazer, felicidade, remuneração, identificação com outras áreas, abrir negócio, crescimento pessoal e profissional, realização, ter mais tempo de lazer e com a família, trabalhar com o que gosta, sonhos, motivação, atuar na área de formação, abranger conhecimento e fazer algo com maior importância social.

Novamente as características da geração Y abordadas pelos autores são ratificadas nas respostas do questionário. A motivação do desejo de mudança, está principalmente relacionado à satisfação e realização e envolve fortemente os desejos pessoais. Dos entrevistados que ainda pensam em mudar de carreira, a opção que lidera as futuras escolhas é a de Indústrias, com 14,81%. Em seguida apareceu comércio e lazer/eventos, ambas com 12,96%. Estes últimos reforçam a tendência de atuar em mercados menos formais e tradicionais.

Das pessoas que já mudaram de área, 54,35% não fizeram planejamento para esta mudança. Quando questionadas sobre planejamento em geral para tomada de decisão, 63,48% afirmou fazer planejamento de até 1 (um) ano, 15,65% para 2-5 anos e 16,52% não planeja, apenas executa. O restante se divide em outras opções. Estas respostas refletem a teoria de McCrindle (2002, apud WADA; CARNEIRO, 2010), de que os jovens Y estão focados nos objetivos de curto prazo.

A Deloitte realizou uma pesquisa, a “The Deloitte Millennial Survey 2017 – Apprehensive millennials: seeking stability and opportunities in a uncertain world”, que a recessão na economia, corrupção e o crime tem sido grandes motivadores para busca de certa estabilidade, mesmo para os jovens até então mais instáveis no âmbito corporativo. Em 2015, 48% dos Y brasileiros esperavam trocar de trabalho em até 2 (dois) anos. Em 2016 este número caiu para 34%.

Pode-se observar este movimento analisando as respostas para a pergunta 41 do questionário, pois 37,39% afirmaram que pretendem permanecer na empresa atual por muito tempo. Os que disseram querer permanecer provisoriamente são 25,22%, os que querem sair, mas ainda não se decidiram são 15,65%, os que já estão procurando outra ocupação são 13,04% e apenas 8,7% querem sair o mais rápido possível.

4.4 RELAÇÃO ENTRE NÍVEL DE SATISFAÇÃO E ESCOLHAS PROFISSIONAIS

Levando em consideração o viés empreendedor desta geração, dos respondentes, 72,17% nunca tiveram negócio próprio, 21,74% tem e 6,09% já tiveram. Em 68,75% dos casos de pessoas que empreendem ou já empreenderam, o setor empreendido é ou foi o mesmo de sua formação. Em relação ao ganho financeiro, 46,88% afirmou que foi menor do que quando era assalariado, 43,75% foi maior e 9,38% afirmou que foi igual. Deste mesmo grupo, 53,13% está satisfeito em ter aberto um negócio próprio.

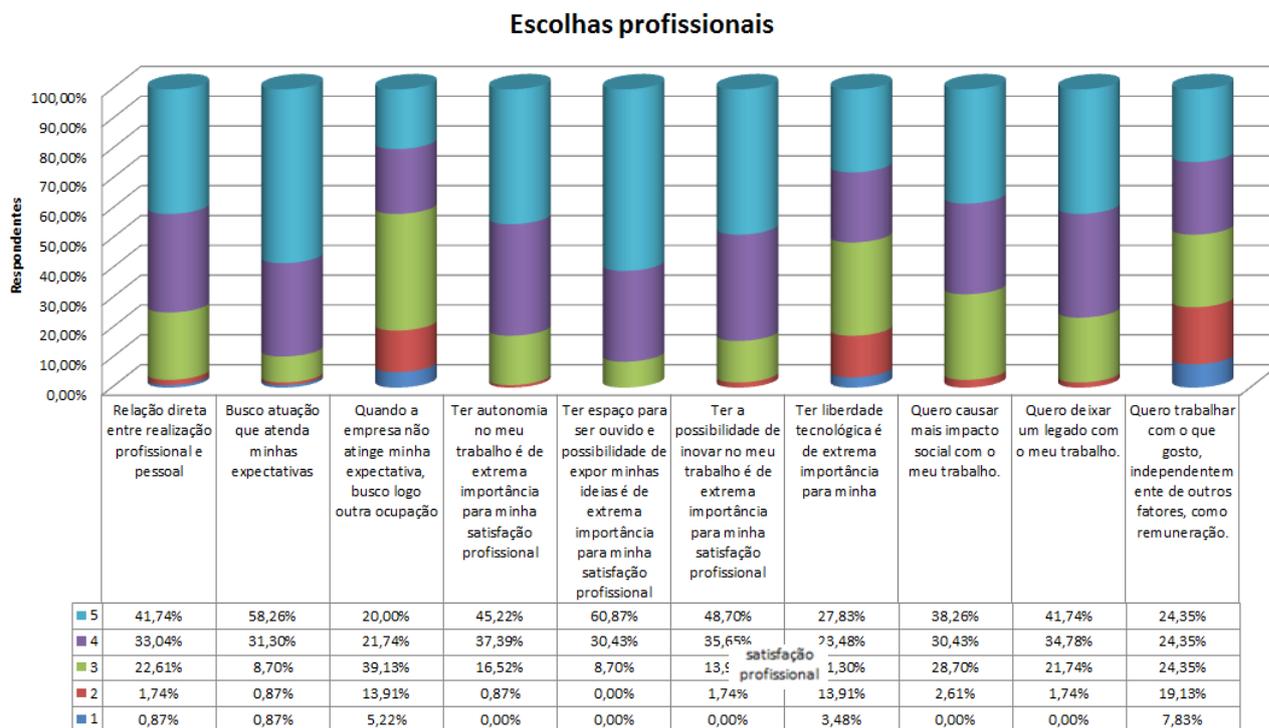
Apesar do baixo nível de concretos empreendedores, dos que nunca empreenderam, 56,63% tem vontade de empreender, sendo que deste grupo, 68,09% gostariam de fazê-lo em área diferente de sua atuação profissional. Este número reforça os casos práticos vistos durante a pesquisa, em notícias que mostram jovens saindo de setores tradicionais para empreender em setores menos tradicionais e que sejam mais relacionados com suas afinidades pessoais e estilo de vida do que com a formação acadêmica em trabalhos mais engessados.

Os setores que lideram as escolhas são: lazer e eventos - 28,13%, alimentos - 21,88% e comércio - 12,5%. O fato de que a escolha de empreender em lazer e eventos foi a mais citada, possibilita ratificar a opinião de que os jovens buscam a integração de sua vida pessoal e profissional e prezam por horários mais flexíveis, já que, a *priori*, a atuação na área de eventos costuma ser intensa em relação a carga horária, mas com horários flexíveis. Dos profissionais que já tiveram, porém não tem mais um empreendimento próprio, entre os motivos do desconforto em manter o negócio pode-se elencar falta de tempo e dinheiro, mercado brasileiro instável e necessidade de dedicação exclusiva ao negócio.

O questionário apresentou diversos critérios de satisfação que acarretariam em escolhas futuras. Foi solicitado que classificassem as afirmações de 1 a 5, sendo que: 1 = discordo totalmente e 5 = concordo plenamente e as respostas encontram-se no gráfico abaixo.

Comazzetto et al (2016) esclarecem que os Y formam uma geração altamente ligada à tecnologia e com características oriundas disso. As respostas esclarecem que a utilização da tecnologia no mundo corporativo é muito relevante para a maioria dos entrevistados. Além disso, afirmam que os Y querem ser escutados e terem a oportunidade de se utilizarem de suas ideias. O gráfico abaixo mostra claramente que a grande maioria atribui valor a isso. Huntley (2006, apud WADA; CARNEIRO, 2010) afirma que eles foram criados para que fizessem diferença no mundo, também ratificado no gráfico.

GRÁFICO 2 – ESCOLHAS PROFISSIONAIS



Fonte: Do autor

Destaca-se o resultado das respostas da questão 64, pois apesar da busca de ganho financeiro ser um fator relevante para estes profissionais, segundo suas respostas, a maioria concentra-se entre concordar parcialmente e concordar plenamente com a ideia “quero trabalhar com o que gosto, independentemente de outros fatores, como remuneração”, conforme abaixo:

TABELA 1 – RESPOSTA QUESTÃO 64

1 – discordo totalmente	2	3	4	5 – concordo plenamente
7,83%	19,13%	24,35%	24,35%	24,35%

Fonte: Do autor

Analisando esta contradição, pode-se entender que apesar de o jovem Y não ter como prioridade o ganho financeiro e preferir ganhar menos para trabalhar com algo que lhe dê mais prazer, há um mínimo aceitável para qualquer indivíduo, ou seja, o seu trabalho deve ser

suficiente para seu sustento e para lhe proporcionar o mínimo de conforto possível. Caso contrário, a situação pode ser sustentável apenas momentaneamente.

Quanto à alegação de Calliari e Motta (2012), sobre a necessidade de autonomia, 82,61% dos respondentes concentraram as respostas no nível 4 e 5, permitindo concluir que ter autonomia é de grande importância para a satisfação destes profissionais. Já sobre a afirmativa de que quando os Y não têm suas expectativas atendidas pela empresa deixam o local de trabalho, o questionário mostrou que o nível de adesão a esta afirmativa ainda é alto, porém menor, dado que os níveis 4 e 5 somam 41,74%. A maior concentração das respostas está no nível 3, com 39,13%.

Este antagonismo com a quantidade alta de pessoas que já trabalharam em diversas empresas desde sua entrada no mercado de trabalho pode estar relacionado com a nova fase que o Brasil está enfrentando, de altos níveis de desemprego, que faz estes profissionais refletirem mais antes de tomar a decisão de sair da empresa, ainda que esta não esteja lhe agradando.

No que se refere à integração da vida profissional e pessoal, conforme Lipkin e Perrymore (2010) descrevem, observando o gráfico é possível concluir que esta integração é relevante ou muito relevante para os Y, dado que a maioria dos respondentes concentrou as respostas entre 4 e 5, ratificando o que foi afirmado pelas autoras.

Foi analisada também a relação da satisfação e a atuação na mesma área de sua escolha acadêmica. Neste caso, há relação leve, pois para os profissionais que não atuam na mesma área de formação acadêmica, o índice de satisfeitos é de 52%, ao passo que dos que atuam na mesma área de formação, 62% estão satisfeitos.

Para responder o problema de pesquisa, levou-se em consideração que 58% dos respondentes está satisfeito em relação à escolha profissional. Ao que tange a atuação profissional, 53,04% dos respondentes declararam-se “Muito Satisfeito” ou “Satisfeito”. Os “Muito insatisfeitos” e “Um pouco insatisfeitos” totalizam 37,39% e os “Indiferentes”, 9,57%. Apesar de os insatisfeitos e indiferentes não serem maioria, ao admitir que, de 100 pessoas atuando no mercado de trabalho, somente 53 pessoas estão satisfeitas e as outras 47 tem algum nível de insatisfação ou indiferença, assume-se que esta é uma questão relevante para aprofundamento em estudos futuros.

5 CONCLUSÃO

O estudo teve como foco os indivíduos da geração Y, a satisfação no mercado de trabalho e possíveis consequências dessa satisfação nas decisões de carreira. Para isso, buscou-se verificar qual a relação existente entre o nível de satisfação da geração Y no mercado de trabalho e as suas escolhas profissionais. Foi realizada uma pesquisa descritiva, com abordagem quantitativa, utilizando-se de *survey* como técnica para coleta de dados junto ao público-alvo de pessoas geração Y inseridas no mercado de trabalho.

Os resultados encontrados sugerem que as características da geração Y elencadas pela literatura são uma realidade para a maioria dos jovens Y respondentes. Ademais, 58% deles se declaram satisfeitos com a escolha profissional, sendo que aqueles que tem as demandas características da geração Y atendidas em sua atuação profissional atual, são os mais satisfeitos.

Ainda é possível verificar que este nível de satisfação não muito elevado, culmina em um nível alto de rotatividade e ainda de pessoas que mudaram ou pensam em mudar de emprego e até área profissional. Muitos dos respondentes abriram ou pensam em abrir um negócio próprio, sendo um número expressivo aqueles que mudariam a área profissional ao empreender. Apesar de os satisfeitos serem um pouco mais da metade dos respondentes, 42% de profissionais no mercado de trabalho estão insatisfeitos, o que demanda esforços para entender melhor possíveis causas dessa relevante insatisfação em investigações futuras.

REFERÊNCIAS

CALLIARI, M.; MOTTA, A. **Código Y – decifrando a geração que está mudando o país**. São Paulo: Évora, 2012.

CAPPI, M. N.; ARAUJO, B. F. B. Satisfação no trabalho, comprometimento organizacional e intenção de sair: um estudo entre as gerações X e Y. **REAd. Rev. eletrôn. adm. (Porto Alegre)**, Porto Alegre, RS, v. 21, n. 3, p. 576-600, Dez. 2015. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1413-23112015000300576&lang=pt>. Acesso em: 28 ago. 2016.

CAVAZOTTE, F. S. C. N.; LEMOS, A. H. C.; VIANA, M. D.A. Novas gerações no mercado de trabalho: expectativas renovadas ou antigos ideais?. **Cadernos EBAPE.BR**, Rio de Janeiro, v. 10, n. 1, p. 162-180, mar. 2012.

COMAZZETTO, L. et al. A geração Y no mercado de trabalho: um estudo comparativo entre gerações. **Psicol. Cienc. Prof.**, Brasília, v. 36, n. 1, p. 145-157, mar. 2016.

FLINK, R.; et al. Porque e como atrair e reter os profissionais da geração Y nas empresas. In: **Congresso Online – Administração**, 13., 2012, [online], 2012. Disponível em: <<http://www.convibra.com.br/publicacoes.asp>>. Acesso em: 10 set. 2016.

CRABTREE, S. **Worldwide, 13% of Employees Are Engaged at Work: low workplace engagement offers opportunities to improve business outcomes**. 2013. Disponível em: <<https://news.gallup.com/poll/165269/worldwide-employees-engaged-work.aspx>>. Acesso em: 19 set. 2016.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

GOULART, N. **Para Roger Werner Koepl, reciclar dá futuro. Cooperar também**. 2012. Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/educacao/para-roger-werner-koepl-reciclar-da-futuro-cooperar-tambem>>. Acesso em: 18 set. 2016.

LAVILLE, C.; DIONNE, J. **A construção do saber: manual de metodologia da pesquisa em ciências humanas**. Belo Horizonte: UFMG, 1999.

LIPKIN, N.; PERRYMORE, A. **A Geração Y no trabalho**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

MATTAR, F. **Pesquisa de marketing**. Rio de Janeiro: Atlas, 1996.

MOTTA, P. C.; GOMES, M. Z.; VALENTE, P. Venderam meu futuro: crise e a nova geração. **Pensamento Contemporâneo em Administração**, Rio de Janeiro, v. 3, n. 2, p. 20-34, maio/ ago. 2009.

OLIVEIRA, S. R.; PICCININI, V. C.; BITENCOURT, B M. Juventudes, gerações e trabalho: é possível falar em geração Y no Brasil? **Organ. Soc.**, Salvador, v. 19, n. 62, p. 551-558, set. 2012.

REY, A. **Porque os jovens profissionais da geração Y estão infelizes**. 2013. Disponível em: <<http://qga.com.br/comportamento/jovem/2013/09/porque-os-jovens-profissionais-da-geracao-y-estao-infelizes>>. Acesso em: 18 de setembro de 2016.

SANTIAGO, E. B. **Sentidos atribuídos pelos gerentes às suas experiências com “riquezas” e implicações na construção de suas identidades**. 2003. Dissertação (Mestrado em Psicologia), Pontifícia Universidade Católica de São Paulo- PUC-SP, São Paulo, 2003.

SANTOS, U. W. B. **Processo de downsizing em empresas privatizadas: a percepção dos participantes**. 2000. 344 f. Tese (Doutorado em Administração) - Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ Instituto de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração – COPPEAD, Rio de Janeiro, 2000. Disponível em: <http://www.coppead.ufrj.br/upload/publicacoes/Tese_Ursula_Santos.pdf>. Acesso em: 04 jan. 2017

VELOSO, E. F. R.; DUTRA, J. S.; NAKATA, L. E. Percepção sobre carreiras inteligentes: diferenças entre as gerações y, x e *baby boomers*. **REGE – Revista de Gestão**. São Paulo, v. 23, n. 2, p. 88-98, abr./jun. 2016

VERGARA, S. C. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. 3. ed. Rio de Janeiro: Atlas, 2000.

WADA, E. K.; CARNEIRO, N. A. As necessidades da geração Y no cenário de eventos empresariais. **Contribuciones a la Economía**. Maio 2010. Disponível em: <<http://www.eumed.net/ce/2010a/kwac.htm>>. Acesso em: 03 set. 2016.