

ANÁLISE DA GERAÇÃO Y NO SETOR VAREJISTA UBAENSE:



Um estudo de campo dos trabalhadores sindicalizados no mercado ubaense

SOARES II, Aristóteles Heleno

RESENDE, David Oliveira

COSTA JÚNIOR, José Sérgio

PIRES, Vanessa Aparecida Vieira



ADMINISTRAÇÃO

INTRODUÇÃO

O comércio varejista de Ubá conta, no ano de 2015, segundo dados do Instituto Brasileiro de Estatísticas - IBGE, com 4145 empresas, e conforme a Associação Comercial e Industrial de Ubá apenas 647 destas está filiada à entidade.

Sabendo-se que esta área é a que mais absorve jovens, com idade entre 18 e 35 anos, em busca de suas primeiras experiências profissionais, torna-se imprescindível uma análise sobre eles os quais, de acordo com Peconick (2012), pertencem à Geração Y.

Assim, tem-se como problemática deste trabalho: verificar se as expectativas e percepções desses jovens, os exclusivamente sindicalizados, estão em consonância com as características a eles atribuídas.

Sendo o objetivo geral deste trabalho - nortear empresas e profissionais da área de Recursos Humanos, ligados ao setor de comércio de Ubá, a respeito das características profissionais apresentadas por indivíduos da Geração Y.

MATERIAL E MÉTODOS

O presente estudo será realizado com trabalhadores cuja idade compreenda entre 18 e 35 anos, caracterizando assim indivíduos pertencentes à geração Y, no comércio varejista ubaense durante o expediente de trabalho, entre os meses de julho e agosto de 2015. Quando aos fins, a pesquisa se classifica como descritiva e quanto aos meios, trata-se de uma pesquisa bibliográfica e estudo de campo. Para análise dos indivíduos da geração Y, utilizou-se como ferramenta um questionário composto por 09 questões. Por resultante a amostra mínima a ser aplicados é 96 questionários.

As principais referências utilizadas, foram Oliveira (2009) no que se refere às características das gerações, Maslow (1970) sobre motivação e expectativas e Caxito (2010) à respeito de desempenho profissional.

O Quadro 1 resume as principais características das últimas gerações.

Quadro 1: Características das gerações

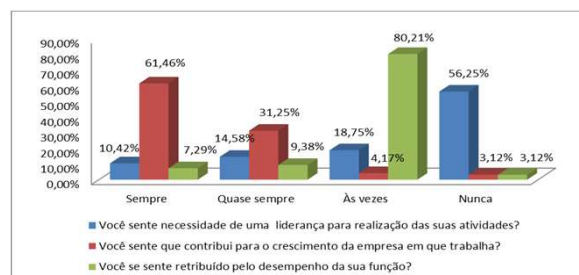
Característica	Baby Boomers	Geração X	Geração Y
Nascimento	1940 – 1960	1960 – 1980	1980 – 2000
Visão Geral	Nasceram no fim da segunda guerra mundial e foram educados com muita disciplina e rigidez.	Presenciaram fatos importantes e foram marcados por movimentos revolucionários.	Nasceram em um período de prosperidade econômica e acompanharam a revolução tecnológica.
Visão profissional	Demonstram lealdade e compromisso com a empresa e valorizam a ascensão profissional.	Valorizam o trabalho e a estabilidade financeira. São independentes e empreendedores.	Consideram o trabalho uma fonte de satisfação e de aprendizado e buscam equilíbrio entre a vida pessoal e a profissional.
Postura profissional	Consideram o trabalho sua principal prioridade.	São experientes e dedicados.	Possuem elevada autoestima e são comprometidos com seus valores.
Posição na empresa	Tem dificuldade de lidar com a perda de status e de poder.	Temem ser demitidos ou perder espaço para a geração Y.	Impulsivos, enfrentam sem medo posições de poder.
Foco no trabalho	São competitivos e focam em resultados.	São muito comprometidos com os objetivos da empresa.	São fascinados por desafios e querem fazer tudo à sua maneira.
Relação com a liderança	Acreditam que liderar é o mesmo que comandar e controlar.	Costumam valorizar competências quando assumem a liderança.	Com perfil "multitarefa", odiam burocracia, controle e atividades rotineiras.
Qualidade de vida	Não se preocupam muito com qualidade de vida.	Equilibram vida pessoal e profissional.	Gostam de ter horários flexíveis e usar roupas informais.
Tecnologias	Têm dificuldades com novidades tecnológicas.	Aprenderam a lidar com a tecnologia na adolescência.	Vivem em rede e são "nativos digitais".

Fonte: Da Matta (2013) adaptado.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Na pesquisa 10,42% declararam sempre sentir necessidade de uma liderança para realização de suas atividades, 14,58% quase sempre, 18,75% às vezes e 56,25% nunca. 61,46% sentem que contribuem para o crescimento da empresa em que trabalham, 31,25% acredita que contribui quase sempre, 4,17% às vezes e 3,12% nunca. Outros 7,29% sentem-se retribuídos pelo desempenho de sua função, 9,38% quase sempre, 80,21% às vezes e 3,12% nunca, de acordo com a Figura 1.

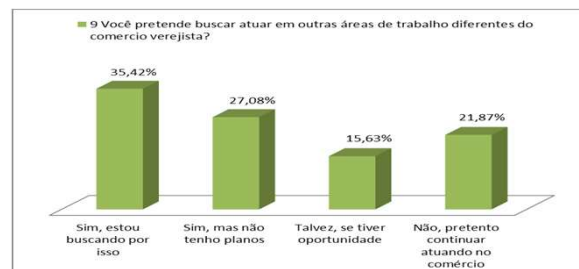
Figura 2 – Situação Atual no Trabalho



Fonte: Dados da pesquisa

A Figura 3 expressa que 35,42% buscam atuar em outras áreas de trabalho diferentes do comércio varejista, 27,08% buscam, mas ainda não possuem planos definidos, 15,63% aguardam uma oportunidade para mudar de área e apenas 21,87% pretende continuar a atuar no comércio.

Figura 3 – Perspectivas Futuras I



Fonte: Dados da pesquisa

É demonstrado na Figura 4 com os seguintes resultados: 29,17% consideram muito importantes cursos e palestras na melhoria do desempenho de suas funções, 41,67% importante, 21,87% pouco importante e 7,29% sem importância.

Figura 3 – Perspectivas Futuras I



Fonte: Dados da pesquisa

Conclui-se que de fato o objeto de estudo, jovens de 18 e 35 anos do comércio varejista de Ubá, se personaliza nas definições da geração Y, pois se sentem parte da empresa em que trabalham, mas não percebem a necessidade de uma liderança, procuram ser reconhecidos, e novas experiências profissionais, que proporcionem crescimento na carreira, no mesmo dinamismo que a era tecnológica instituiu.