

Para reter a Geração Y é preciso mudar

Jovens buscam nas empresas a valorização do companheirismo e do trabalho em equipe

EXPANSIÓN
MADRI

Uma pesquisa sobre as empresas mais admiradas pela "Geração Y" oferece pistas definidas sobre o caminho a seguir pelas companhias para atrair as gerações do futuro, que possuem valores adquiridos, perspectivas diferentes, e também novas exigências.

A mudança de parâmetro imposta pelas novas gerações não deve resultar em um problema para nenhuma empresa. Em um cenário de escassez de talentos, as companhias encontram dificuldade em atrair e reter os melhores talentos, mas também topam com novas gerações que não seguem padrões tradicionais no que se refere ao conceito de trabalho, carreira profissional ou lealdade à empresa.

As gerações do futuro não exaeram a importância do dinheiro e são muito exigentes ao perseguir outras metas, como o tipo de tarefas que recebem; querem se engajar em projetos com os quais possam aprender, mas também desejam trabalhar "entre amigos", algo que as empresas deveriam levar em consideração, tanto quanto o ambiente de trabalho.

Para os jovens, não há promoções nem dinheiro que compensem o trabalho tradicional; outorgam um grande valor ao orgulho pessoal em relação à empresa onde trabalham, o que os faz preferir um ambiente onde se sintam importantes.

Qualquer pista que indique às empresas o caminho certo para atrair a Geração Y, do Milênio, da internet, Nexters, Geração Nintendo, digital ou seja lá como é cha-

mada, será um tesouro valioso para o futuro de qualquer companhia. Uma pesquisa realizada pelo Instituto Great Place to Work identificou as 50 empresas mais valorizadas por seus empregados. Mais de 200 mil trabalhadores ressaltaram as virtudes de seus locais de trabalho, e daí saíram algumas classificações. O que se refere aos menores de 25 anos é um filão para os que querem saber o que desejam as jovens gerações de suas empresas.

Segundo o estudo, a camaradagem é o bem mais apreciado pela Geração Y. Cerca de 86% dos jovens menores de 25 anos que trabalham nas consideradas "melhores empresas" acreditam que ali o ambiente é bom. Os jovens valorizam o companheirismo e o trabalho em equipe. Nada de "sozinho vencerei".

Montserrat Ventosa, diretora geral do Instituto Great Place to Work, adverte que isso não significa que o trabalho seja apenas diversão. Trata-se da existência de um ambiente que favoreça o fato dos jovens poderem ser eles mesmos, e onde se acolhe bem os novatos e os que mudam de departamento. "Um ambiente descontraído torna a empresa competitiva, principalmente nos tempos difíceis", assegura Ventosa, que acrescentou que essa tendência coincide com os resultados obtidos na classificação Best Workplaces USA, publicada pela revista *Fortune*.

O segundo aspecto fundamental que as empresas devem levar em conta é que os membros da chamada geração Nintendo necessitam confiar em seus chefes. O estudo que dá como resultado a classificação do Best Workplaces indica que cerca de 84% dos jovens confiam em seus superiores. A credibilidade nos chefes indica que os jovens se sentem valorizados, in-