

FACULDADE CATÓLICA DE ANÁPOLIS
ESPECIALIZAÇÃO EM GESTÃO DE PESSOAS
COM PSICOLOGIA ORGANIZACIONAL E COACHING

ALANA CRISTINA DE ALMEIDA MATIAS
JACKELINE MOREIRA RODRIGUES

A PERCEPÇÃO DOS COLABORADORES DO CEBRAC SOBRE
RECRUTAMENTO E SELECÃO DA GERAÇÃO Y

ANÁPOLIS - GO
2016

ALANA CRISTINA DE ALMEIDA MATIAS
JACKELINE MOREIRA RODRIGUES

A PERCEPÇÃO DOS COLABORADORES DO CEBRAC SOBRE
RECRUTAMENTO E SELECÇÃO DA GERAÇÃO Y

Trabalho de Conclusão de Curso, na modalidade de Artigo Científico, apresentado à Coordenação da Faculdade Católica de Anápolis, como requisito essencial para obtenção do título de Especialista em Docência Universitária, sob a orientação da Profa. Dra. Elaine Abrahão Amaral.

ANÁPOLIS - GO
2016

FOLHA DE APROVAÇÃO

ALANA CRISTINA DE ALMEIDA MATIAS
JACKELINE MOREIRA RODRIGUES

A PERCEPÇÃO DOS COLABORADORES DO CEBRAC SOBRE
RECRUTAMENTO E SELECÇÃO DA GERAÇÃO Y

Trabalho de conclusão de curso na modalidade de Artigo Científico, apresentado à Faculdade Católica de Anápolis como requisito essencial para obtenção do título de Especialista em Gestão de Pessoas, Psicologia Organizacional e Coaching sob a orientação da Profa. Dra. Elaine Abrahão Amaral

Data da aprovação: _____/_____/_____

BANCA EXAMINADORA

Profa. Dra. Elaine Abrahão Amaral

Profa. Esp. Aracelly Lourdes Rangel

Prof. Ms. Badran Awad Odeh

A PERCEPÇÃO DOS COLABORADORES DO CEBRAC SOBRE RECRUTAMENTO E SELEÇÃO DA GERAÇÃO Y

Alana Cristina de Almeida Matias¹
Jackeline Moreira Rodrigues²
Elaine Abrahão Amaral³

RESUMO: Essa pesquisa permitiu verificar a percepção dos colaboradores do CEBRAC (Centro Brasileiro de Cursos) sobre as técnicas para recrutar e selecionar a Geração Y. Como fundamentação teórica foram abordados o conceito de gerações, características, valores, mercado de trabalho e família das gerações dos Veteranos, Baby Boomer, Geração X e Geração Y, Recrutamento e Seleção e Recrutamento e Seleção da Geração Y nas organizações. Foram usadas as metodologias de pesquisa, qualitativa, exploratória e bibliográfica. O recrutamento e seleção não podem ser iguais para todos os cargos, empresas e idades. A instituição escolhida para a pesquisa tem como colaboradores mais de 80% (oitenta por cento) pertencentes a Geração Y, isso implica em montar uma técnica específica de recrutamento e seleção onde o agente de recrutamento possa identificar pessoas com competências necessárias para assumir o cargo, desta forma contratando com assertividade.

Palavras-Chave: Geração Y. Recrutamento e Seleção. Competências.

1 INTRODUÇÃO

O conceito de gerações trata de pessoas nascidas em uma mesma época com características e valores muito semelhantes.

O estudo em questão trata do assunto sobre a percepção dos colaboradores no CEBRAC-APS, sobre as técnicas para recrutar e selecionar a Geração Y.

¹ Gestora de Recursos Humanos pela Faculdade Cambury de Goiânia, especialista em Docência Universitária pela Faculdade Católica de Anápolis. E-mail: alanadealmeida@outlook.com.

² Bacharel em Administração pela Faculdade Anhaguera de Anápolis. E-mail: jackelinerodriguesh@gmail.com

³ Doutora em Educação pela Pontifícia Universidade Católica de Goiás PUC-GOÍÁS. E-mail: elaine@catolicafsanapolis.edu.br

Dentro do assunto apresentado, faz-se uma delimitação do tema abordando brevemente a geração dos Veteranos, Baby Boomer, Geração X e focando na Geração Y, mostrando as particularidades, características e percepções de cada uma. Quanto aos anos limites de cada geração, há uma divergência entre os autores, mas para essa pesquisa a definição considerada será apresentada por Oliveira (2009).

A pergunta problema foi: Qual é a percepção dos colaboradores do CEBRAC-APS sobre as técnicas para atrair a Geração Y para a empresa?

A justificativa da escolha do tema foi que a empresa precisa entender as formas de captar pessoas pertencentes a Geração Y para usufruir do potencial desses indivíduos em prol dos resultados organizacionais.

O objetivo geral dessa pesquisa foi verificar se o estudo da Geração Y pode de alguma forma interferir na maneira de recrutar e selecionar novos talentos para unidade CEBRAC-APS. E os objetivos específicos foram analisar os conceitos apresentados e verificar se o estudo da Geração Y pode influenciar na forma de recrutar e selecionar pessoas. Investigar as características da Geração Y. Entender como funciona o processo de recrutamento e seleção e averiguar se a mudança na forma de recrutar e selecionar pode obter sucesso.

A hipótese foi que mediante ao cenário misto, com as pessoas de pensamentos, ideias e valores diferentes, deve haver um critério maior no momento de recrutar e selecionar. As metodologias utilizadas foram qualitativa, exploratória e bibliográfica.

Com o estudo detalhado da Geração Y os recrutadores da unidade CEBRAC Anápolis, poderão analisar, entender e saber lidar melhor com os candidatos para assim conhecer comportamentos, crenças, desejos e interesses para obter sucesso ao recrutar e selecionar e após a contratação, conseguir extrair todo o potencial que os jovens têm a oferecer para a organização.

2 GERAÇÕES: COMPREENDENDO OS SENTIDOS DO TERMO

Segundo Forquim (2003) existem inúmeras interpretações para o termo geração, no entanto três mereceriam ser destacadas: 1) acepção “genealógica” tendo o sentido de “filiação”, ou seja, para demonstrar o grau de filiação dos indivíduos em relação a um ancestral comum (primeira, segunda, terceira geração);

2) acepção no sentido de categoria de idade de modo independente a linhagem ou a filiação, correspondendo apenas os graus de maturação (“jovem geração ou velha geração”); 3) acepção histórica e sociológica, descrita por Forquim (2003, p.3) como “um conjunto de pessoas que nasceram mais ou menos na mesma época e que tem em comum uma experiência histórica idêntica e/ou uma proximidade cultural”.

Assim, no que se refere a definição do conceito de gerações entende-se que ele abrange pessoas nascidas em uma mesma época. Rocha (1996, p.306) conceitua gerações como sendo “um grupo de pessoas com características e valores muito semelhantes”. Oliveira (2009, p.44) complementa afirmando que “a divisão de uma geração para a outra é de vinte anos”. Portanto, a sociedade atual convive com cinco ou mais gerações que podem estar intimamente ligadas por algum grau de parentesco.

Wada e Carneiro (2010) relatam que há possibilidades de quatro gerações diferentes estarem trabalhando juntas no ambiente organizacional, impactando na forma como as pessoas se relacionam nesse ambiente, por esse motivo, as gerações necessitariam relacionar-se bem uma com as outras.

Para Soares (2009) o encontro de gerações no mesmo ambiente de trabalho tem se constituído em um desafio para a área de gestão de pessoas, principalmente no que concerne ao processo de Recrutar e Selecionar colaboradores em um contexto social composto por pessoas de diferentes gerações.

2.1 BREVE RESGATE HISTÓRICO DAS GERAÇÕES

2.1.1 Geração dos Veteranos ou Belle Époque

Oliveira (2009) considera que a Geração dos Veteranos compreende os nascidos entre 1920 a 1940, período marcado pelas grandes crises econômicas acarretadas, principalmente, pela depressão econômica de 1929 e pela primeira guerra mundial.

Colaborando com esse entendimento, Robbins (2010 p. 17).

Veteranos são aqueles que cresceram influenciados pela Grande Depressão, pela Segunda Guerra Mundial e pelo muro de Berlim e entraram pela força de trabalho em meados dos anos 50 e começo dos anos 60 e acreditam em trabalho árduo, no status *quo* e na figura da autoridade.

Nesse contexto marcado por vicissitudes, muitos jovens optaram por carreiras na área militar, como fonte de reconhecimento público, ou até mesmo para conhecer o mundo. Outros, os mais humildes, se tornavam operários e aqueles que tinham uma condição financeira favorável estudavam medicina, advocacia e engenharia. (OLIVEIRA, 2009).

Oliveira (2009) afirma ainda que “por ser uma época de militarismo, a característica com mais notoriedade era o autoritarismo”. O que de certa forma, contribuiu para que os jovens da Geração dos Veteranos acreditassem que sempre deveria haver alguém para comandar. Esses veteranos também respeitavam a hierarquia e buscavam a estabilidade na empresa, como sinônimo de segurança financeira, vale ressaltar que, àquela época o modelo familiar aceito pela sociedade era unicamente o patriarcal, em que o homem trabalhava para sustentar a família e a mulher cuidava dos filhos e do lar, e essa geração enxergava o casamento como um compromisso e o divórcio não era uma opção.

2.1.2 A Geração Baby Boomer

A expressão “Baby Boomer”, surgiu em função do aumento da natalidade após o fim da segunda guerra mundial e engloba os nascidos entre 1946 a 1964. Segundo Oliveira (2009) os jovens eram criados em um modelo familiar rígido e por isso essa geração ficou conhecida por se rebelar por meio das músicas, o que possibilitou uma disseminação, mundial, do Rock and Roll de Elvis Presley, Beatles, Bob Dylan e Rolling Stones. No Brasil, os jovens lutaram pela liberdade de expressão e contra a ditadura militar, por meio de participação em movimentos sociais.

Essa época foi marcada por um número grande de divórcios, sendo um dos motivos apontados por Oliveira (2009) a entrada das mulheres no mercado de trabalho, o que contribuiu para a redução dos números de filhos, pois os Boomers preferiram ter uma família menor, para dar mais atenção aos filhos pequenos. Afinal, o autoritarismo estava em declínio o que possibilitou que a sociedade pudesse educar seus filhos de modo diferente da Geração dos Veteranos, ou seja, com mais liberdade e menos rigidez nas relações sociais.

Os pais dos Baby Boomers os criaram fazendo-os acreditar que eles poderiam ser o que eles quisessem ser, mas não fariam nada para que isso

acontecesse. Os Boomers desde muito cedo aprendiam que tinham que se virar sozinhos. Assim, a atuação profissional dos Boomers se caracterizou pela fidelidade à empresa em que trabalhavam, e mesmo estando próximos da aposentadoria, seriam extremamente fundamentais para transmitir as experiências para outras gerações. (LANCASTER, 2011).

2.1.3 Geração X

A Geração X é composta pelos nascidos de 1965 a 1977, período marcado pela introdução do microcomputador na sociedade, por esse motivo são bastantes ligados a tecnologia. Essa geração valoriza a paternidade participativa, sabem equilibrar a vida profissional e pessoal e não gostam de rotina. São calmos e agem com mais sabedoria e dessa maneira correm o risco de achar que sabem tudo, privando-se de novas ideias. (OLIVEIRA, 2009).

De acordo com Robbins (2010), essa geração não faz muito sacrifícios pela empresa e esse comportamento influenciaria bruscamente a geração que estaria por vir, a Geração Y.

2.1.4 Geração Y

A Geração Y desenvolveu-se em um período de grandes avanços tecnológicos recebendo também as denominações *Millenials* ou Geração da Internet, sendo caracterizadas pelas pessoas nascidas entre 1978 a 2000. (OLIVEIRA, 2009).

Ribas (2004) acredita que esse público, ao utilizar cada vez mais a internet para se comunicar principalmente os *chats*, aos poucos vai ficando com seu raciocínio limitado, já que o discurso utilizado nas salas de bate-papo caracteriza-se por frases curtas e abreviações, sendo que a utilização frequente dessa linguagem pode interferir na linguagem formal. Peny (2016, p.1) ainda completa, “comunicar-se de forma eficaz é um dos segredos na hora de se sair bem numa entrevista de emprego. A boa comunicação demonstra ao empregador que você é articulado, culto e elegante, além de permitir que você pontue suas qualidades mais importantes”.

Lancaster (2011) fala que alguns membros da Geração Baby Boomers e X escreveram livros negativos sobre a Geração Y e que por outro lado os autores da Geração Y publicaram obras anunciando que a chegada da sua geração mostraria as outras gerações como as coisas devem ser feitas na organização.

Os *Millennials* apresentam algumas características que os diferem das demais gerações: 1) tem uma autoestima elevada; 2) preocupados com si próprios e querem um mundo melhor; 3) eles são rápidos e conseguem fazer muitas coisas ao mesmo tempo; 4) são competitivos e mantêm o foco nos resultados. Segundo Loiola (2009, p.4), “a insatisfação é visível quando fazem algo que não acrescenta em nada em suas vidas e que o egoísmo pode ser visto como algo relativamente importante, já que eles estão aptos a desenvolver a autorealização”.

Quanto a trabalho, essa geração é conhecida por não ser fiel a empresa, tratam seus superiores como se fossem amigos pessoais, tem valores éticos fortes, possuem pressa em serem promovidos e cuidam do ambiente onde vivem. Macedo (2012, p.36) afirma que “a busca incansável de *feedback* e reconhecimento, típica dessa geração, se dá não para obter uma posição de destaque ou *status* no trabalho, mas sim para buscar o reconhecimento e ter salários e cargos melhores”.

A Geração Y tem se mostrado potencialmente empreendedora na atualidade. Os mais novos empreendimentos do Brasil são de jovens da Geração Y. Por terem características empreendedoras como: inovação, iniciativa, capacidade de assumir riscos e também pelo fato de estarem insatisfeitos e sentirem que não se adequam nas empresas em que trabalham, os jovens buscam abrir o seu próprio negócio. (GUERRATO, 2011).

O modelo familiar dessa geração é bastante flexível, o padrão de pai, mãe e filhos, não é único. Há filhos de pais separados, irmãos de pais diferentes e influencia de tios, avós e até namorados dos pais e das mães.

Para Lancaster (2011), a inovação faz parte dessa geração, eles gostam que suas grandes ideias sejam ouvidas. E isso os estimula a permanecerem na empresa onde trabalham.

Ambientes organizacionais estimulantes fazem com que esses jovens consigam ter maior criatividade e assim desenvolver melhor suas carreiras. A exemplo do que ocorre na Google conforme descrito por Lafuente (2009, p. 74).

No escritório da Google, por exemplo, entre outras peculiaridades, há espaços abertos para a interação e lugares privados de trabalho, que são

montados e desmontados com rapidez, por um sistema de painéis dobráveis. Os funcionários trabalham em equipe e nos horários que melhor lhes convém.

O modelo organizacional da Google com flexibilidade de horário e lugar se adequa à característica predominante nos jovens da Geração Y assim: foco nos resultados. Nessa perspectiva deve-se considerar que o *feedback* imediato é uma excelente forma de melhorar o desempenho do jovens Ys conforme afirmação de Oliveira (2009 p.109).

A Geração Y nem sempre é a melhor para lidar com avaliações negativas ou corretivas. Esta é uma geração que não teve muita permissão de errar, assim o fracasso dói mais quando acontece. É muito melhor vivenciar pequenos fracassos e ter a experiência significativa de se aprimorar do que ser devastado pelos grandes erros. Uma dica que vimos funcionar bem é que, em vez de criticar um integrante da Geração Y com uma avaliação dura, você deve tentar aliviar o golpe determinando quanto a percepção dele se afasta da sua. O jeito de fazer isso é mandar o funcionário fazer uma autoavaliação antes da reunião. Estejam vocês pouco ou muito distantes, pelo menos você saberá por onde começar.

Portanto, além de *feedback*, a autoavaliação seria um processo interessante a ser utilizado com os Ys. Hein (2013) confirma que as autoavaliações profissionais não são muito comuns nas companhias e a maioria das vezes são desprezadas, mas elas podem ser bastante úteis para ajudar o colaborador a melhorar seu desempenho na carreira.

2.2 RECRUTAMENTO E SELEÇÃO

Caxito (2008, p.17), diz que a palavra recrutamento soa militar, pois recrutas são soldados que acabaram de se alistar, assim “recrutar é reunir, convocar, alistar pessoas para um determinado fim”.

No meio organizacional compreende-se que o recrutamento se resume na atração de candidatos com potencial para ocupar uma determinada vaga e independente de qualquer conotação associada ao termo, o processo de Recrutamento e a Seleção, quando bem aplicado, se constituem em um mecanismo de suprema importância para uma organização, podendo trazer proveitos tanto para a empresa quanto para o candidato.

Segundo Chiavenato (1999, p.92): “recrutamento é o processo de atrair candidatos potencializados para uma vaga, anunciando e tornando atrativo para

candidatos disponíveis no mercado. Buscando candidatos dentro e fora da organização”. Portanto o recrutamento seria uma abordagem inicial em condições de promover a empresa, tornando-a atrativa aos melhores candidatos.

Por outro lado, o recrutamento se fundamenta na pesquisa e execução sobre fontes capazes de fornecer a organização, por divulgação e captura, um número satisfatório de candidatos necessários a alcançar os objetivos principais de atrair candidatos, dos quais serão selecionados os futuros funcionários. (CHIAVENATO 2004).

Finda a fase do recrutamento, começa à seleção dos candidatos que irá determinar, por diferentes procedimentos e estratégias, qual candidato ideal para ocupar a vaga, por exemplo, a seleção de pessoas pode ser o resultado da comparação entre as características de cada candidato com um padrão de referência definido pela empresa contratante, para o perfil da vaga. Chiavenato (2004, p. 98) diz que “o processo seletivo nada mais é do que a busca e adequação entre aquilo que a organização pretende e aquilo que as pessoas oferecem”.

Chiavenato (2010) Indica que a melhor maneira de conceituar seleção seria representá-la como uma comparação entre duas variáveis: de um lado, os requisitos do cargo a ser preenchido (requisitos que o cargo exige de seu ocupante) e, de outro lado, o perfil das características dos candidatos que se apresentam para disputá-lo.

É importante salientar que deve-se ter cautela na divulgação da vaga para não ocorrer ato discriminatório. Para Farah (2014) os possíveis momentos da decisão de discriminar podem ocorrer: a) na elaboração do perfil do cargo; b) na elaboração de anúncios de emprego; c) na elaboração de formulário de inscrição ou cadastramento de currículo; d) após selecionar e examinar o currículo do candidato; e) Depois de obter referências sobre ele; f) após um contato telefônico ou uma troca de mensagens; g) depois de uma entrevista com o candidato. Sendo essa última mais comum. Farah (2014, p.6) afirma ainda que:

Após uma entrevista com o candidato, o selecionador pode desclassificá-lo por sua aparência (falta ou excesso de beleza), sua vestimenta, sua personalidade, sua linguagem, sua expressão corporal (trejeitos), por peso, por estatura, por deficiência física não incapacidade para o trabalho, pelo hábito do fumo, pelo uso de tatuagem ou *piercing* ou por outro motivo não profissional.

Desta forma, pode-se afirmar que a seleção deve ser feita de forma correta, sem discriminação, como prega o artigo 3º da Constituição Brasileira (1988), "promover o bem de todos, sem preconceito de origem, raça, sexo, cor, idade e quaisquer outras formas de discriminação", pois o objetivo primordial de qualquer empresa, na hora de recrutar, deveria ser a entrada de pessoas de potencial elevado na organização, se torna possível.

2.2.1 Recrutamento e seleção da Geração Y nas organizações

Nas sociedades capitalistas, inevitavelmente sempre haverá novos colaboradores entrando nas empresas e fazendo o trabalho de forma diferente acarretando mudanças de toda ordem no ambiente profissional com vistas a atender às novas e crescentes demandas do mercado consumidor. No entanto, toda mudança gera certa insegurança e quando a Geração Y adentrou nas organizações não foi diferente, conforme descreve Lancaster (2011, p.27).

Não é fácil ser a nova Geração no pedaço. A turma da Geração X pode falar disso, por experiência própria. Quando entraram em cena foram chamados de vagabundos, tatuados e molambentos que não paravam em emprego, não tinham ética profissional nem lealdade, formando a primeira geração a se sair pior que os pais. Mas eles se superaram, deixaram sua marca por onde passaram e saíram para criar ou administrar algumas das empresas mais bem sucedidas da História.

Percebe-se que a princípio a Geração Y foi considerada uma ameaça por ser ainda desconhecida por algumas gerações. As pessoas tem medo do novo e dessa forma acabam não recebendo bem as novas gerações que estão entrando no mercado de trabalho e nem mesmo lhes dão uma oportunidade, a exemplo do que aconteceu com os "YS" que tiveram dificuldades para demonstrarem o seu potencial, a sua força e sua competência. (LANCASTER).

Para divulgação da vaga muitas organizações utilizam a internet para recrutar talentos e diminuir o tempo de busca dos seus candidatos. Afinal, de acordo com Araújo (2008, p.23) "já não é possível ignorar a grande rede. Ao contrário, temos de usufruir ao máximo a nova tecnologia. Como por exemplos, sites que atuam com esse propósito".

Uma característica que intriga as outras gerações é que quando se contrata um Y, a empresa está contratando os pais também. Lancaster (2011, p.40) diz que os pais estão muito envolvidos na vida pessoal e profissional dos filhos.

Para Araújo (2008, p. 17) “deve-se selecionar quem mais se adequar à realidade e demandas da empresa”. Desta forma, entende-se que alguns cuidados necessitam ser tomados no momento de se recrutar ou selecionar candidatos Ys, tais como: deve-se demonstrar a cultura, os cargos e as experiências que os candidatos irão vivenciar de forma realista para se evitar que os Ys se insiram em uma empresa que não corresponde as suas expectativas.

Lancaster (2011, pg. 68) diz: “quando reclamam são acusados de serem exigentes demais ou terem o rei na barriga”. Para prevenir que a insatisfação aconteça, os agentes de recrutamento e seleção necessitam ser honestos sobre o que o candidato pode esperar das empresas e o que irão enfrentar em sua rotina diária de trabalho.

A Geração Y tem a necessidade de sentir útil no ambiente de trabalho, precisa colaborar, inovar, fazer algo que ajude no crescimento e desenvolvimento da empresa, conforme apresenta Lancaster (2011, p.87).

Seja você chefe ou empregado, o “significado” pode ser difícil de compreender e complicado de conquistar. Mesmo assim 90% de nossos entrevistados do projeto Arquivos da Geração Y falaram que ele não era apenas importante, era o fator mais importante em sua vida de trabalho. Quando perguntados sobre dinheiro, disseram que presumiam que teriam uma vida boa. Mas quando perguntamos o que era mais importante num emprego, a resposta foi “fazer a diferença”. Embora pareça uma gracinha, a busca por sentido faz parte do DNA de um funcionário da Geração Y.

Conclui-se que reter a Geração Y não é tarefa fácil, pois, se o trabalho não traz felicidade, se os YS considerarem o serviço chato, se eles não se sentirem desafiados, fizerem a tarefa rápido demais e ficarem insatisfeitos com a função, provavelmente não ficarão na empresa. Assim sendo, os Ys mais felizes em suas carreiras, são aqueles que aprendem muito, são desafiados, treinados, orientados e julgam ter um futuro na empresa onde atuam.

3 METODOLOGIA

A pesquisa, quanto a sua abordagem, classifica-se como qualitativa, pois segundo Oliveira (2002, p. 114) é “uma abordagem que difere do quantitativo pelo fato de não empregar dados estatísticos como centro do processo de análise de um problema”.

Quanto aos meios de investigação, a pesquisa foi de campo podendo ser caracterizada como pesquisa exploratória, que segundo Severino (2010, p.123), “busca apenas levantar informações sobre um determinado objeto, delimitando assim um campo de trabalho, mapeando as condições de manifestação desse objeto”. A instituição pesquisada autorizou a divulgação do nome fantasia CEBRAC no presente artigo.

Quanto aos seus objetivos, esse estudo classifica-se como descritiva de acordo com Rampazzo (2002, p. 53), a pesquisa descritiva “observa, registra, analisa e correlaciona fatos ou fenômenos (variáveis), sem manipulá-los; estuda fatos e fenômenos do mundo físico e, especialmente, do mundo humano, sem a interferência do pesquisador”.

Por fim, utilizou-se da pesquisa bibliográfica, para fundamentar as análises do problema de pesquisa, pois segundo Rampazzo (2002, p.123), “procura explicar um problema a partir de referências teóricas publicadas (em livros, revistas, etc.)”.

Para a realização da etapa de coleta de dados foi elaborado um instrumento composto de duas partes. Na primeira parte buscou-se delinear o perfil dos respondentes e para tanto foram elaboradas cinco questões fechadas. A segunda parte do instrumento foi composta por 12 (doze) perguntas fechadas (vide apêndice A). A coleta dos dados foi realizada no dia primeiro de agosto de dois mil e dezesseis, às dezessete horas, tendo sido feita da seguinte forma. O instrumento foi aplicado pelas pesquisadoras para que pudessem esclarecer possíveis dúvidas e assegurar a confidencialidade dos dados e o compromisso de utilização das informações apenas para fins acadêmicos.

O universo da pesquisa foi composto pelo total de colaboradores da empresa. Atualmente, o CEBRAC-APS possui 25 (vinte e cinco funcionários). Sendo 1 (um gestor), 1 (um) coordenador pedagógico, 6 (seis) instrutores, 1 (um) supervisor comercial, 4 (quatro) vendedores, 4 (quatro) operadores de telemarketing, 2 (dois) auxiliares administrativos, 2 (dois) recepcionistas, 1 (um) auxiliar administrativo de cobrança, 1 (um) agente de encaminhamento, 1 (um) *street*, 1 (um) auxiliar de serviços gerais.

A amostra pesquisada foi de 25 (vinte e cinco) funcionários, o que representa 100% (cem por cento) do universo da pesquisa.

Dados da pesquisa de campo foram analisados de forma quanti-qualitativa, sendo que a tabulação estatística dos dados forneceu as indicações que serão descritas a seguir. Do total de pesquisados, 24% (vinte e quatro por cento) são do sexo masculino e 76% (setenta e seis por cento) do sexo feminino sendo que 68% (sessenta e oito por cento) são solteiros, 16% (dezesesseis por cento) são casados, 8% (oito por cento) são divorciados.

No que se refere ao grau de escolaridade dos respondentes 4% (quatro por cento) têm ensino fundamental incompleto, 20% (vinte por cento) possui ensino médio completo, 28% (vinte e oito por cento) possui ensino superior incompleto, 36% (trinta e seis por cento) possui ensino superior completo e 12% (doze por cento) possui pós-graduação.

Quanto a faixa etária, 84% (oitenta e quatro por cento) estão entre 18 (dezoito) e 30 (trinta) anos de idade, 16% (dezesesseis por cento) tem de 31 (trinta e um) a 50 (cinquenta) anos de idade.

A pesquisa de campo delineou o seguinte perfil dos respondentes: os sujeitos participantes da pesquisa são em sua maioria mulheres, 76%, contra 24% de homens, além disso, são jovens, 84% possuem faixa etária entre 18 e 30 anos, sendo que a maioria, 36% possui ensino superior completo.

3.1 APRESENTAÇÃO DO CAMPO DE PESQUISA

Para a realização da pesquisa, a coleta de dados foi feita no CEBRAC – Centro Brasileiro de Cursos, localizado na cidade de Anápolis, que tem como foco educar e qualificar pessoas por meio de seus diversos cursos profissionalizantes.

Édson Debona começou a trabalhar no CEBRAC Cuiabá como professor e logo foi convidado a assumir o cargo de supervisor administrativo e em cinco anos passou pelas unidades de Manaus e Recife. No início de 2014, Ricardo e José Carlos, donos de outras franquias, uniram-se a Édson para estudar o mercado e cidades para uma possível instalação de uma nova unidade. Em agosto de 2014, Édson se mudou para Anápolis conseguiu ponto no centro da cidade e iniciou o processo de contratações em novembro. Dia 04/12/2014 o CEBRAC Anápolis foi inaugurado.

O CEBRAC Anápolis atua hoje com 25 funcionários e oferece cursos na área administrativa, tecnologia, industrial, saúde, comercial, desenvolvimento pessoal e inglês. A instituição disponibiliza palestras e treinamentos gratuitos (TG) abertos a comunidade com carga horária de quatro (4) horas, como: Inglês, Oratória, Desenvolvimento de Carreira, Saúde e Prevenção e Logística.

Promove projetos de sustentabilidade e de responsabilidade social como: cadeira solidária, eco pedágio, eco arte, eco brinquedos e a FNE (Feira Nacional do Empreendedorismo). Para os alunos são disponibilizados também as oficinas pedagógicas (aulas extras) que acontecem durante todo o curso e que aborda temas da atualidade

A Instituição possui uma Agência de Empregos que tem por finalidade, auxiliar o candidato a encontrar sua vaga no mercado de trabalho. Viabilizar através das parcerias com empresas locais, na região de cada uma das unidades CEBRAC, os melhores candidatos às vagas anunciadas pelas mesmas.

3.1.1 Valores

- Ética
- Transparência
- Solidariedade
- Qualidade
- Seriedade
- Excelência
- Competência
- Proatividade
- Satisfação dos clientes
- Inovação
- Trabalho em equipe

3.1.2 Missão

Desenvolver o potencial das pessoas e formar o cidadão profissional para atuar com brilhantismo no mercado.

3.1.3 Visão

Ser referência nacional em educação profissional e empreendedora para o desenvolvimento sustentável do país.

3.1.4 Clientela

Os clientes são da faixa etária de 11 (onze) a 60 (sessenta) anos de idade, a maioria jovem, cursando o ensino médio e em busca do seu primeiro emprego.

3.1.5 Funcionograma

- Competências exigidas para o colaborador CEBRAC

Aplicar conhecimento. Comunicação, redação e gramática. Negociação, relacionamento interpessoal e trabalho em equipe. Empatia, ética, proatividade, comprometimento, assertividade, discrição, responsabilidade. Gerenciar tempo, planejamento e organização.

Cargo: Gestor

- Requisitos: Ensino superior completo e experiência na área.

- Salário: R\$ 3 500,00 + Premiações sobre os resultados dos setores

Cargo: Coordenador de Cursos

- Requisitos: Ensino superior em áreas afins. 1 ano de experiência, informática intermediária e planejamento estratégica.

- Salário: R\$ 1 500,00 + Premiações sobre os resultados do setor

Cargo: Instrutor de Cursos

- Requisitos: Ensino superior em áreas afins. 1 ano de experiência e conhecimento técnico na área.

- Salário: R\$ 15,60 hora/aula de 60 minutos + DSR

Cargo: Auxiliar Administrativo do CRA

- Área: Coordenação de cursos

- Requisitos: Ensino médio completo ou cursando. Informática intermediária e conhecimento em rotinas administrativas.

- Salário: R\$ 941,00 + Gratificações + Premiações

Cargo: Auxiliar Administrativo de Cobrança

- Área: Financeiro

- Requisitos: Ensino médio completo ou cursando. 1 ano de experiência, técnicas de negociação, informática intermediária, cálculos e percentagens.

- Salário: R\$ 941,00 + Comissões + Premiações

Cargo: Recepcionista

- Área: Atendimento

- Requisitos: Ensino superior incompleto. Desejável experiência na área.

- Salário: R\$ 941,00 + Comissões + Premiações

Cargo: Agente de Encaminhamento

- Área: Administrativo Financeiro

- Requisitos: Ensino superior em Psicologia, Gestão de Recursos Humanos ou Administração. Desejável experiência em Recrutamento e Seleção. Informática pacote Office/nível intermediário e avançado.

- Salário: R\$ 1 000,00 + Premiações sobre os resultados do setor

Cargo: Supervisor Comercial

- Área: Comercial

- Requisitos: Ensino médio completo ou cursando. 2 anos de experiência. Informática intermediária, técnicas de negociação e vendas, cálculos e percentagens.

- Salário: R\$ 1 500,00 + Comissões + Premiações + Bonificações (Todos sobre os resultados do setor).

Cargo: Vendedor

- Área: Comercial

- Requisitos: Ensino médio completo ou cursando. 1 ano de experiência, técnicas de vendas e negociação, informática intermediária, cálculos de percentagem.

- Salário: R\$ 941,00 + Comissões + Premiações + Bonificações

Cargo: Operador (a) de telemarketing

- Área: comercial

- Requisitos: Ensino médio completo ou cursando, as experiências serão adquiridas na unidade. É necessário ter técnicas de negociação e vendas por telefone e informática intermediária.

Salário: R\$ 941,00 + Comissões + Premiações

Cargo: Street

- Área: comercial

- Setor: Street

- Requisitos: Ensino médio incompleto

- Salário: R\$ 941,00 + Comissões + Premiações

Cargo: Auxiliar de Serviços Gerais

- Requisitos: Ensino fundamental completo

- Salário: R\$ 941,00

4 DESCRIÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

Na segunda parte do instrumento de coleta de dados buscou-se levantar a percepção dos colaboradores do CEBRAC-APS, sobre as técnicas mais indicadas para se recrutar colaboradores da geração Y, haja vista que a maioria desses respondentes, possuem faixa etária de 18 a 30, ou seja, pertencem a essa geração.

Na 1º questão houve um questionamento sobre conhecimento do CEBRAC. Os dados do gráfico 1 (um) apontam que 48% (quarenta e oito por cento) dos respondentes consideram ótimo o seu conhecimento sobre o CEBRAC em relação a estrutura, mercado que atua e 52% (cinquenta e dois por cento) consideram bom.

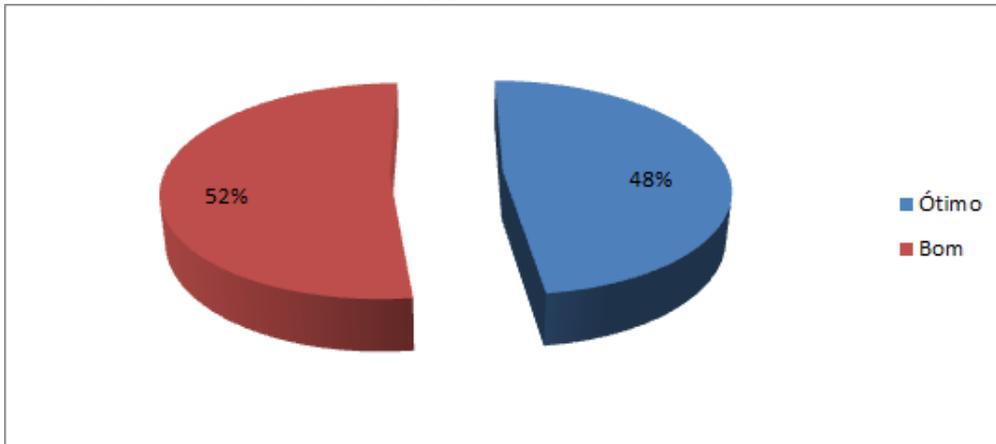
Esses resultados demonstram que todos dos respondentes têm um bom ou ótimo conhecimento sobre o CEBRAC, o que pode ser considerado um resultado positivo. Portanto, pode-se inferir que a empresa se preocupa em disseminar informações aos seus colaboradores sobre a organização, sua missão, visão, valores, clientes entre outros; o que sem dúvida, pode subsidiar os seus

colaboradores a contribuírem com sugestões para o alcance dos resultados organizacionais. Colaborando com esse entendimento, Chiavenato (1999, p. 138), afirma que:

A orientação das pessoas é o primeiro passo para a sua adequada aplicação dentro das diversas atividades da organização. Orientar significa determinar a posição de alguém frente aos pontos cardeais; encaminhar, guiar, indicar o rumo a alguém; reconhecer a situação do lugar onde ela se acha para então guiá-la no caminho.

Desta forma, entende-se que os colaboradores devem estar adaptados ao sistema de valores, às normas e a cultura da organização para que eles consigam desempenhar suas atividades em conformidade com as orientações da empresa expressas principalmente em sua missão, visão e valores.

Gráfico1 - Conhecimento sobre o CEBRAC



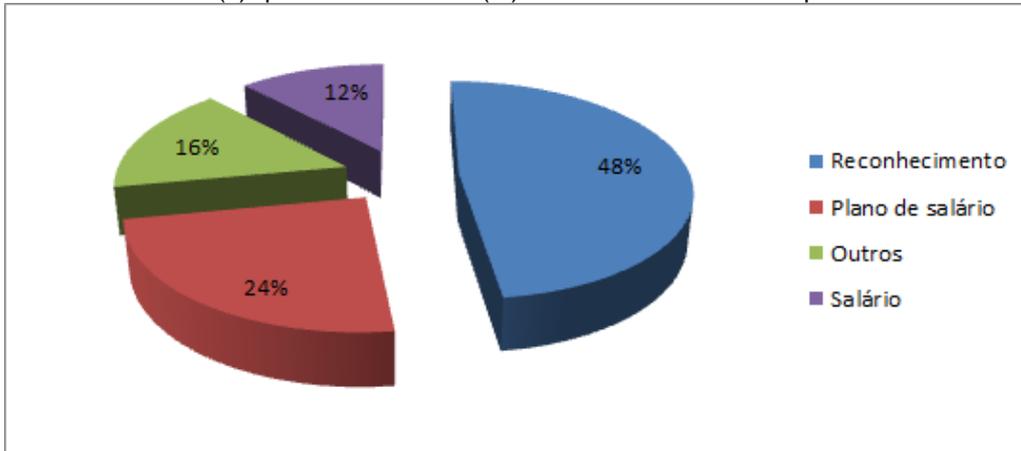
Fonte: Pesquisa de Campo, 2016.

Na 2ª questão o questionamento foi sobre os motivos que os colaboradores do CEBRAC se sentiriam estimulados a se vincularem a uma empresa. A análise do Gráfico 2 (dois) indica que, 48% (quarenta e oito por cento) dos funcionários responderam que o reconhecimento é o motivo que estimularia a se vincular a uma empresa, 24% (vinte e quatro por cento) responderam plano de salário, 16% (dezesseis por cento) responderam outros e 12% (doze por cento) responderam salário.

Observa-se que o fator mais valorizado foi o “reconhecimento”, Macedo (2012, p.36) afirma que “a busca incansável de reconhecimento, típica dessa geração, se dá não para obter uma posição de destaque ou status no trabalho, mas

sim para buscar o reconhecimento e ter salários e cargos melhores”. Desta forma, o melhor jeito para reter os jovens Ys é reconhecer suas iniciativas, ideias e trabalhos quando bem feito, seja por meio de *feedback* ou recompensas.

Gráfico 2 - Motivo(s) que lhe estimularia(m) a se vincular a uma empresa

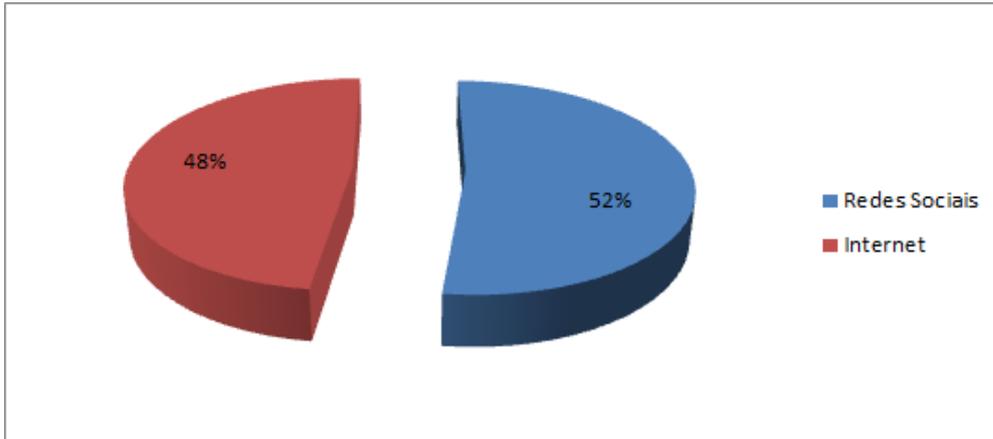


Fonte: Pesquisa de Campo, 2016.

Na questão 3 a pergunta se referiu aos melhores meios de divulgação de vagas para atrair candidatos com faixa etária entre 20 e 31 anos. Foi possível verificar que 52% (cinquenta e dois por cento) consideraram as redes sociais como o melhor meio de divulgação de vagas para atrair candidatos com faixa etária entre 20 e 31 anos e 48% (quarenta e oito por cento) dos funcionários consideraram a internet como o melhor meio de divulgação.

Oliveira (2009, p.67) atesta que a Geração Y também ficou conhecida também como *Millennials* ou Geração da Internet, sendo assim, é natural que a melhor forma de divulgar as vagas para atração de candidatos seja por meio das redes sociais e internet, já que essa geração está acostumada a ter tudo de forma instantânea e ficam conectadas o tempo todo.

Gráfico 3- Melhor(es) meio(s) de divulgação de vagas de emprego para atrair candidatos com faixa etária entre 20 e 31 anos



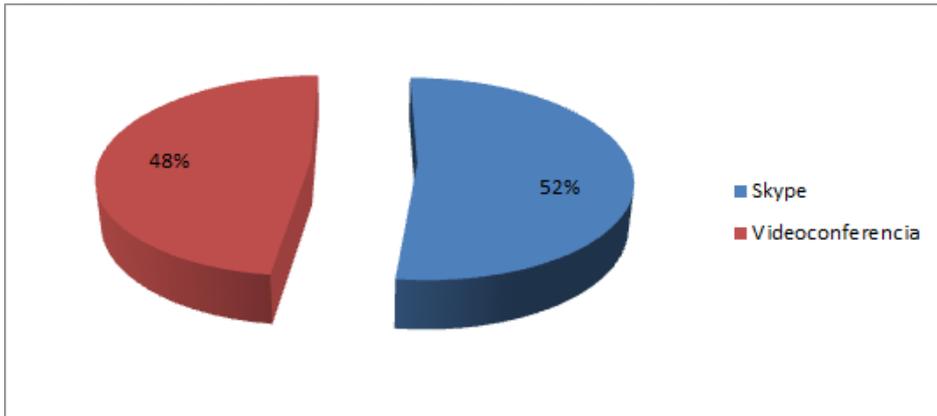
Fonte: Pesquisa de Campo, 2016.

Na 4ª questão perguntou-se qual método mais válido em um processo seletivo feito a distância. O Gráfico 4 (quatro), demonstra que 52% (cinquenta e dois por cento) dos funcionários consideraram o aplicativo Skype como o método válido em um processo seletivo com entrevista feita à distância e 48% (quarenta e oito por cento) consideraram videoconferência.

Chiavenato (1999, p. 101) afirma que, “Como todo processo de comunicação, a entrevista sofre de todos os males – como ruído, omissão, distorção, sobrecarga e sobretudo – barreiras, sendo imprescindível o treinamento adequado dos entrevistadores para uma melhor construção do processo de entrevista”. Portanto, mesmo que ela aconteça em meio virtual, ou seja, a distância, deve-se manter todos os cuidados que normalmente seriam adotados de forma presencial.

Afinal, desde que o entrevistador seja treinado adequadamente e o ambiente onde ela irá ocorrer (presencial ou virtual) esteja adequadamente preparado, a entrevista reveste-se de grande importância por ser considerado como um instrumento capaz de captar todas as competências mensuráveis do candidato, seja ela presencial ou através de imagem virtual transmitida em tempo real.

Gráfico 4 - Método mais válido em entrevista feita à distância



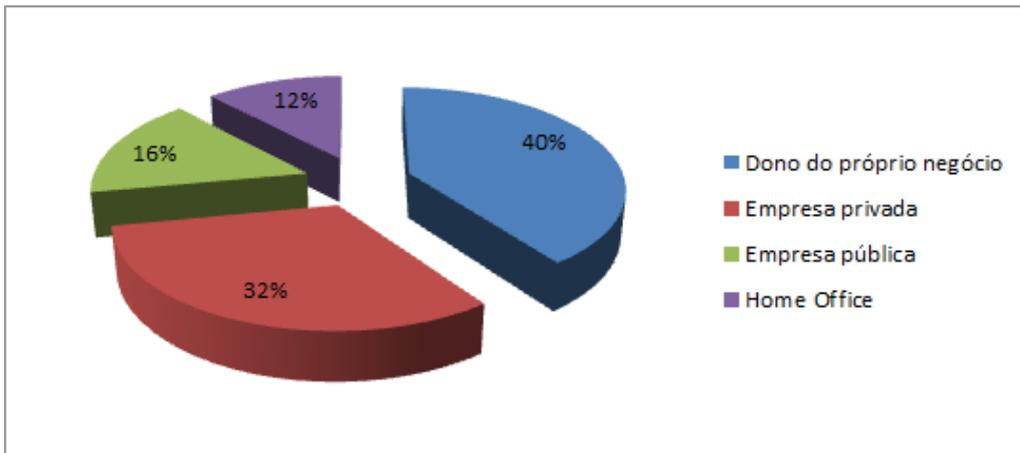
Fonte: Pesquisa de Campo, 2016.

Na 5ª pergunta foi questionado sobre qual seria a escolha dos colaboradores do CEBRAC sobre a atuação profissional analisando o momento atual do Brasil. O Gráfico 5 (cinco) indica que 40% (quarenta por cento) dos funcionários escolheram dono do próprio negócio como escolha de atuação profissional, 32% (trinta e dois por cento) empresa privada, 16% (dezesesseis por cento) empresa pública, e 12% (doze por cento) home office.

Segundo Guerrato (2011, p.12) a Geração Y, por ter características empreendedoras como: inovação, iniciativa, capacidade de assumir riscos, e também, pelo fato de, normalmente se sentirem insatisfeitos ou inadequados nas empresas em que trabalham; muitos jovens desta geração buscam empreender o seu próprio negócio.

Desta forma, entende-se que os Ys ambicionam por um ambiente diferente daquele que estão acostumados nas empresas que já passaram. Lutam para colocar todas as ideias em prática e ainda possuem flexibilidade quanto a horários.

Gráfico 5 - Melhor atuação profissional



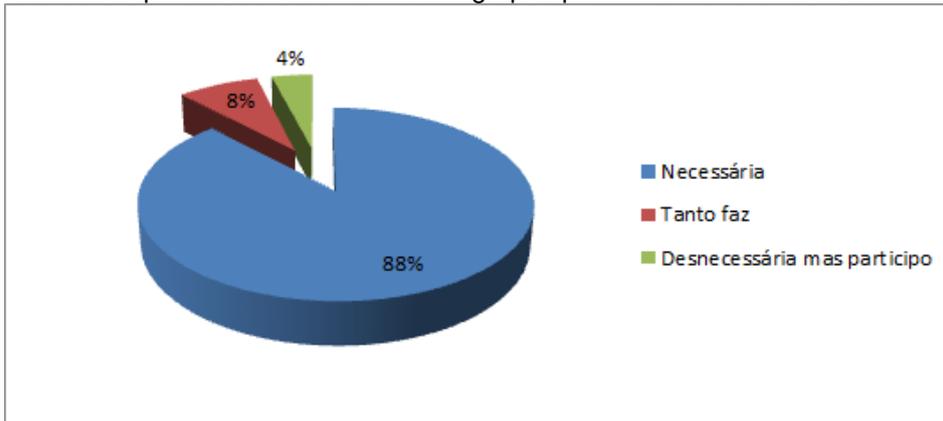
Fonte: Pesquisa de Campo, 2016.

A questão 6 foi perguntado sobre a opinião dos colaboradores do CEBRAC sobre as dinâmicas de grupo em um processo seletivo. O Gráfico 6 (seis) indica que 88% (oitenta e oito por cento) dos respondentes consideraram necessária a dinâmica em grupo no processo seletivo, 8% (oito por cento) tanto faz e 4% (quatro por cento) desnecessária mas participo.

Para Chiavenato (2010, p. 42), “deve-se buscar fazer da seleção uma técnica com menos falhas possíveis, com comparação e escolha. A escolha de pessoas certas, evita comprometer futuras ações na gestão” Portanto, a finalidade do processo seletivo seria encontrar pessoas com o perfil compatível para ocupar determinada função.

Os dados do gráfico 6 (seis), ao apontarem a dinâmica de grupo como necessária nos processos seletivos corrobora com o entendimento de que quando adotada como uma prática usual no processo seletivo ela por meio de um aglomerado de simulações e situações que resultam em debates, estimulando a interação dos participantes pode ser bastante adequada aos candidatos da geração Y que notadamente gostam de desafios e demonstram um perfil empreendedor.

Gráfico 6-Opinião sobre a dinâmica de grupo aplicada em uma entrevista

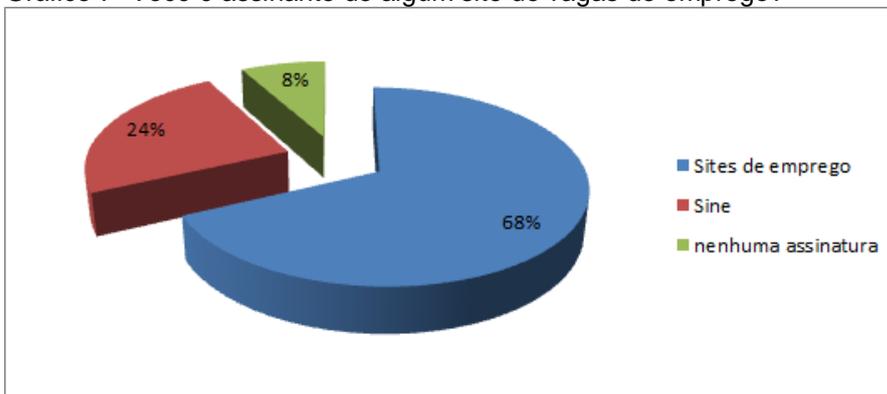


Fonte: Pesquisa de Campo 2016.

Na 7ª questão foi perguntado se os colaboradores do CEBRAC são assinantes de algum site de vagas de emprego. A análise dos dados do Gráfico 7 (sete) indicaram que, 68% (sessenta e oito por cento) dos funcionários são assinantes de sites de emprego, 24% (vinte e quatro por cento) buscam vaga no Sine, e 8% (oito por cento) não possuem nenhuma assinatura.

Na atualidade a internet está se colocando como um poderoso canal de comunicação entre organizações e candidatos. Muitas organizações utilizam essa ferramenta para recrutar talentos e diminuir o tempo de busca dos seus candidatos. Afinal, de acordo com Araújo (2008, p.23) “Já não é possível ignorar a grande rede. Ao contrário, temos de usufruir ao máximo a nova tecnologia. Como por exemplos, sites que atuam com esse propósito”.

Gráfico 7- Você é assinante de algum site de vagas de emprego?



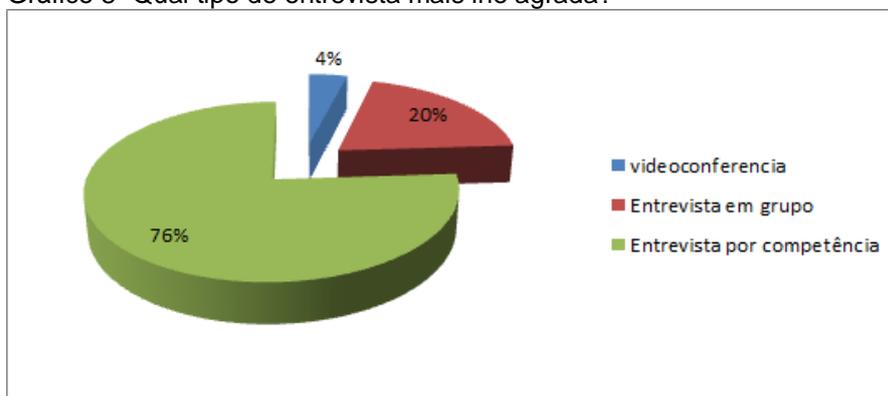
Fonte: Pesquisa de Campo, 2016.

A 8ª questão perguntou-se qual o tipo de entrevista mais agrada os colaboradores do CEBRAC. Os dados do gráfico 8 (oito) apresentaram os seguintes resultados: 4% (quatro por cento) funcionários responderam que a videoconferência

é o tipo de entrevista que mais lhe agrada, 20% (vinte por cento) entrevistas em grupo e 76% (setenta e seis por cento) dos a entrevista por competência.

Confrontando os resultados do Gráfico 8 (oito) com os obtidos no Gráfico 04 (quatro) confirma-se que os respondentes consideram que entrevista deva contribuir efetivamente no processo seletivo de candidatos da geração Y, independentemente do meio em que ela ocorra, quer seja, pessoalmente ou pela internet. Pode-se inferir ainda que na percepção dos respondentes a entrevista deve expor as qualificações do candidato e aprofundar outras informações complementares. Daí, a preferência dos respondentes pela entrevista por competência, pois esse instrumento, quando bem utilizado, pode relacionar o conjunto de competências do candidato com o cargo que irá ocupar e também com as competências organizacionais.

Gráfico 8- Qual tipo de entrevista mais lhe agrada?



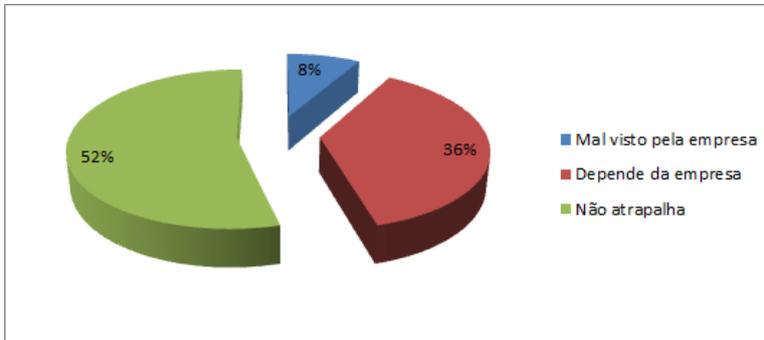
Fonte: Pesquisa de Campo, 2016.

Na questão 9 a pergunta foi sobre a opinião dos candidatos que usam/tem tatuagens e *piercings*. No Gráfico 9 (nove), 8% (oito por cento) dos funcionários opinaram como mal visto pela empresa os candidatos que usam/tem tatuagens e *piercings*, 36% (trinta e seis por cento) depende da empresa e 52% (cinquenta e dois por cento) não atrapalha. Convém ressaltar que 52% (cinquenta e dois por cento) dos respondentes indicaram com resposta que a utilização de *piercings* e tatuagens por parte dos candidatos não atrapalha na seleção, dando uma indicação de que rotulações e julgamentos deveriam ser excluídos do processo de recrutamento e seleção dos candidatos da Geração Y.

Convém ainda reforçar que a Constituição do Brasil (1988) em seu artigo 3º determina como objetivos fundamentais da República, "promover o bem de todos, sem preconceito de origem, raça, sexo, cor, idade e quaisquer outras formas de

discriminação". Portanto, as empresas que não selecionam candidatos por causa da utilização de *piercings* e tatuagens estão descumprindo o artigo 3º da Constituição do Brasil (1988).

Gráfico 9 - Qual sua opinião sobre candidatos que usam/tem tatuagens e *piercings*?



Fonte: Pesquisa de Campo, 2016.

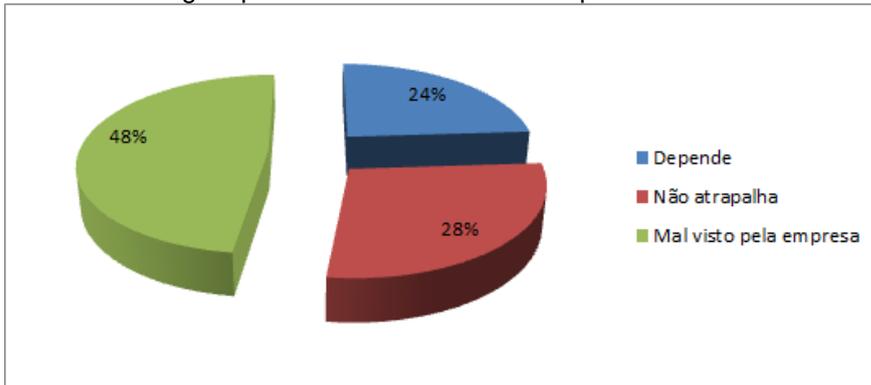
Na 10ª questão foi perguntado sobre a opinião dos candidatos que participam de processos seletivos usando roupas muito justas ou com comprimento acima do joelho, maquiagem para noite e acessórios inadequados. No Gráfico 10 (dez), 24% (vinte e quatro por cento) dos funcionários opinaram que depende, 28% (vinte e oito por cento) não atrapalha e 48% (quarenta e oito por cento) opinaram que são mal vistos pela empresa.

Farah (2014, p.6) afirma que: “após uma entrevista com o candidato, o selecionador pode desclassificá-lo por sua aparência (falta ou excesso de beleza), sua vestimenta, sua personalidade”.

Mesmo sendo ato discriminatório, quase metade dos funcionários entrevistados disseram que pode ser mal visto pela empresa se o candidato participar de processos seletivos usando roupas muito justas ou com comprimento acima do joelho, maquiagem para noite e acessórios inadequados. Observa-se, portanto uma clara indicação que apesar dos avanços obtidos desde a promulgação da Constituição do Brasil (1988) as pessoas ainda receiam que possam ser desclassificadas dos processos seletivos por conta da aparência pessoal. Assim, recomenda-se, via de regra, que o candidato na hora de concorrer a qualquer vaga de emprego deva se munir de informações sobre a empresa ofertante da vaga numa tentativa de adequar sua imagem/aparência pessoal às exigências da organização em que pretende atuar.

Gráfico 10-Imagem pessoal dos candidatos nos processos seletivos

Gráfico 10-Imagem pessoal dos candidatos nos processos seletivos



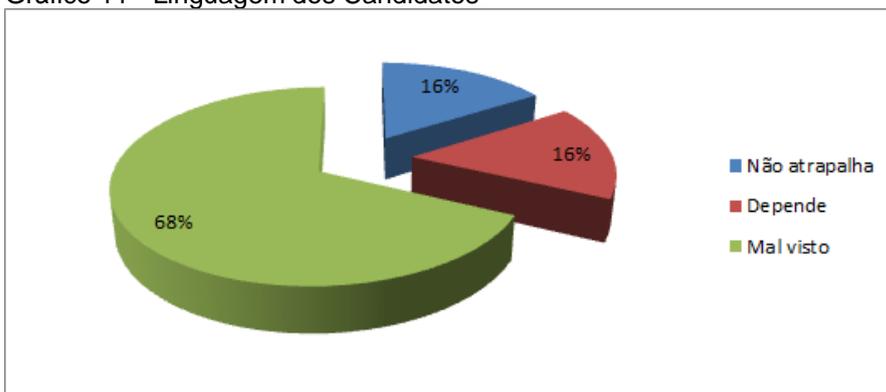
Fonte: Pesquisa de Campo, 2016.

Na 11ª questão foi questionado sobre a opinião dos candidatos que falam gírias, bordões ou utilizam a linguagem da internet. No Gráfico 11 (onze), 16% (dezesseis por cento) dos funcionários acham que não atrapalha os candidatos que falam gírias, tem bordões ou utilizam a linguagem da internet, 16% (dezesseis por cento) acham que depende e 68% (sessenta e oito por cento) acham que são mal vistos.

Ribas (2004, p. 2) acredita que o público da Geração Y, ao utilizar cada vez mais a internet para se comunicar principalmente os *chats*, aos poucos vai ficando com seu raciocínio limitado, já que o discurso utilizado nas salas de bate-papo caracteriza-se por frases curtas e abreviações, sendo que a utilização frequente dessa linguagem pode interferir na linguagem formal.

Desse modo recomenda-se aos candidatos da geração Y tentem utilizar uma linguagem mais formal, ter cuidados com erros de concordância e com as gírias, tanto na língua falada quanto na escrita para aumentarem as suas chances de aprovação em processos de recrutamento e seleção tradicionais.

Gráfico 11 - Linguagem dos Candidatos

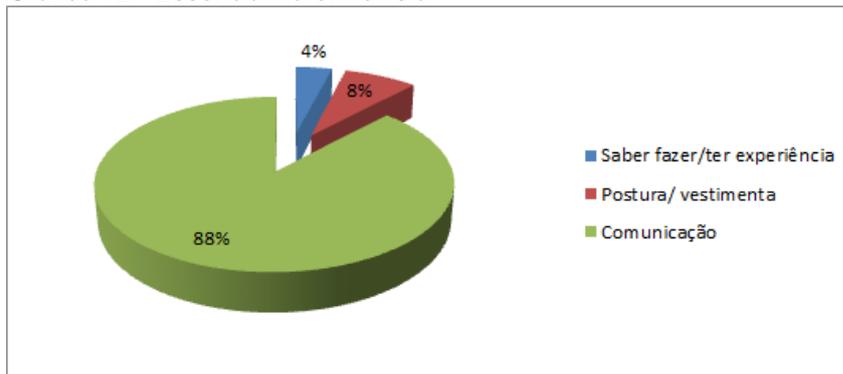


Fonte: Pesquisa de Campo, 2016.

Na questão 12 perguntou-se sobre o que é mais importante em uma entrevista. No Gráfico 12 (doze), 4% (quatro por cento) dos funcionários consideraram que saber fazer/ter experiência é o mais importante em uma entrevista, 8% (Oito por cento) postura/vestimenta e 88% (oitenta e oito por cento) comunicação.

Peny (2016, p.1) afirma, “comunicar-se de forma eficaz é um dos segredos na hora de se sair bem numa entrevista de emprego. A boa comunicação demonstra ao empregador que você é articulado, culto e elegante, além de permitir que você pontue suas qualidades mais importantes”. Afinal a habilidade comunicativa sempre foi e continuará sendo por muito tempo uma habilidade importante para os que desejam sair-se bem em uma entrevista de emprego e por isso, deve ser trabalhada continuamente para se tornar clara, simples e precisa.

Gráfico 12 - Essencial na entrevista



Fonte: Pesquisa de Campo, 2016.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao fim dos estudos, pode-se dizer que os objetivos foram alcançados, uma vez que foi possível responder a seguinte pergunta problema: qual é a percepção dos colaboradores do CEBRAC Anápolis sobre as técnicas para atrair a Geração Y para a empresa? Foi identificado por intermédio a pesquisa que o conhecimento das características, comportamentos e valores da Geração Y influencia diretamente no modelo de recrutamento e seleção na unidade CEBRAC-APS.

Por meio do levantamento de dados feitos em forma de pesquisa bibliográfica e de campo junto aos colaboradores do CEBRAC-APS, foi identificado, por exemplo, que o reconhecimento é o motivo que mais estimula os jovens da Geração Y a se vincularem em uma empresa, que o veículo mais utilizado nos dias de hoje é a internet, seja para divulgação de vagas ou para fazer uma entrevista, e nas entrevistas de emprego eles consideram as dinâmicas necessárias assim como testes e redações. Quando os respondentes foram questionados quanto aos candidatos que utilizam/tem tatuagens e *piercings* os respondentes disseram que isso não atrapalha na escolha do candidato, mas quando se trata da imagem pessoal que se traduz por meio de vestimenta, acessórios e maquiagem inadequada, gírias, bordões ou quando utilizam a linguagem da internet, o candidato pode ser mal visto pela empresa. Outro dado importante que pode ser revelado se refere às características empreendedoras dos jovens Ys, que preferem ser donos do próprio negócio.

Desta forma sugere-se que a pessoa responsável pelo recrutamento e seleção dos candidatos a colaboradores do CEBRAC-APS, aprofunde os dados obtidos por meio deste estudo e busque cursos de qualificação profissional, na área de gestão estratégica de pessoas para entender as diferentes metodologias de recrutamento e seleção com vistas a construir um modelo para recrutar candidatos de qualquer geração e, principalmente para os da Geração Y, se constituem no perfil dos colaboradores do CEBRAC-APS.

A área de gestão de pessoas do CEBRAC-APS por meio de cursos, conseguirá entender melhor as características, comportamentos, valores, percepção e visão dos candidatos da geração Y e conseqüentemente, fazer o recrutamento e seleção com maior assertividade. Quanto à divulgação das vagas para candidatos da geração Y, sugere-se, proceder de conformidade com os dados obtidos neste estudo, ou seja, fazê-la por meio do veículo mais utilizado pelos jovens, a internet, como, mensagens e redes sociais. É importante também fazer esse processo com sinceridade, expondo a cultura da organização, as habilidade e competências atreladas aos requisitos cargos e as experiências que os candidatos irão vivenciar de forma realista para evitar que os Ys se insiram em uma empresa que não corresponde às suas expectativas. Esses cuidados se fazem necessários para que o CEBRAC-APS consiga evitar possíveis desentendimentos, infelicidade, frustração e conseqüentemente aumento de rotatividade.

Para um processo de recrutamento e seleção de excelência, sugere-se um processo de Seleção por Competência. Dutra (2001, pg.28), relata que “competência é compreendida por muitas pessoas e por alguns teóricos de administração como um conjunto de conhecimentos, habilidade e atitudes”. Portanto, competência pode ser entendida como a capacidade de entrega de uma pessoa aos negócios ou a empresa que atua. Ter conhecimento teórico, saber colocar em prática e ter iniciativa para agir.

Realizando então uma Seleção por Competência, acredita-se na possibilidade de identificar o melhor candidato para o cargo. Nesse processo seria interessante introduzir provas, redação, testes psicológicos e dinâmicas de grupos.

A pesquisa propiciou a oportunidade de levantar as necessidades, analisar, propor sugestões para a melhoria do processo de recrutamento e seleção do CEBRAC-APS, com vistas a contribuir no trabalho dos recrutadores em busca de novos colaboradores da Geração Y.

ABSTRACT

This research allowed to verify the perception of the collaborators from CEBRAC-APS about the techniques to recruit and select the Generation Y. As theoretical base were discusses the concept of generations, characteristics, values, labor market and family of the generations of the Veterans, Baby Boomer, Generation X and Generation Y, Recruitment and Selection and Recruitment and Selection of the Generation Y in the organizations. Research, qualitative, exploratory and bibliographic methodologies were used. The recruitment and selection can not be equal for all the occupations, businesses and ages. The institution chosen for the research has as collaborators more than 80% (eighty percent) belonging to the Generation Y, this implies in setting up a specific recruitment technique where the recruitment agent will be able to identify people with the necessary skills to take on the office, thus hiring with assertiveness.

Keywords: Generation Y. Recruitment and Selection. Competences.

REFERÊNCIAS

ARAÚJO, Luís César. de. **Gestão de pessoas**. 1ed. 2.reimp. São Paulo: Atlas, 2008

BRASIL. Constituição (1988). **Constituição da República Federativa do Brasil**
Disponível em
http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicaocompilado.htm

CAXITO, Fabiano. Andrade. **Recrutamento e seleção de pessoas**. Curitiba, IESDE, 2008.

CHIAVENATO, Idalberto. **Gestão de Pessoas: O novo papel dos recursos humanos nas organizações**. Rio de Janeiro: Campus, 1999.

_____. **Recursos Humanos: o capital humano nas organizações**. São Paulo: Atlas, 2004.

_____. **Gestão de pessoas: o novo papel dos recursos humanos nas organizações**. 3º ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

_____. **Gestão de pessoas: o novo papel dos recursos humanos nas organizações**. São Paulo: Manole, 2014.

DUTRA, Joel Souza. **Gestão por competências: um modelo avançado para o gerenciamento de pessoas**. São Paulo: Gente, 2001.

FARAH, Flávio. **Ética da seleção de pessoas: discriminação nos processos seletivos**. Mongi das Cruzes, 2014.

FORQUIM, J.C. **Relações entre gerações e processos educativos: transmissões e transformações**. Im: Congresso Internacional Co-Educação de Gerações, SESC, outubro, 2003. São Paulo. Anais do Congresso Internacional Co-Educação , geração. São Paulo, 2003. Disponível em:
<http://www.sescsp.org.br/sesc/imagens/upload/conferencias/83.rtf>

GUERRATO, Graciele Fernandes. **O perfil empreendedor da geração y: um estudo de caso da associação de jovens empresários (AJE) do Estado do Ceará**. Fortaleza: 2011

HEIN, Rich. **Dez dicas para fazer autoavaliação profissional com mais sucesso**. <<http://computerworld.com.br/carreira/2013/04/18/dez-dicas-para-fazer-auto-avaliacao-profissional-com-mais-sucesso> > Acesso em 10/09/2016 às 19:00

LAFUENTE, Florência. **Do conflito a ação**. São Paulo, 2009.

LANCASTER. Lynne. **O Y da questão: como a geração y está transformando o mercado de trabalho**. São Paulo: Saraiva, 2011.

LOIOLA, Rita. **Geração Y**. Disponível em:
<http://revistagalileu.globo.com/Revista/Galileu/0,,EDG87165-7943-219,00-GERACAO+Y.html> 2009. Acesso em: 16/08/2016 às 16:50

MACEDO, Kauê Cafruni. **Valores profissionais da geração y: um estudo sobre a geração y e os princípios orientadores e sua vida no trabalho.** Porto Alegre, 2012.

OLIVEIRA, Sidnei. **Tratado de metodologia científica- Projetos de pesquisas, TGI, TCC, Monografias, Dissertações e Teses.** São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2002.

_____. **Geração Y: Era das conexões – tempo de relacionamento.** São Paulo: Clube dos Autores, 2009.

PENY, Julla. **Como se comunicar de maneira eficaz numa entrevista de emprego.** <

RAMPAZZO, Lino. **Metodologia Científica.** São Paulo: Loyola, 2002.

RIBAS, Elisângela. **A influência da linguagem virtual na linguagem formal de adolescentes.** Rio Grande do Sul: PUCRS, 2004.

ROBBINS, Stephen P, JUDGE, Timothy A e SOBRAL, Filipe. **Comportamento organizacional – teoria e prática no contexto brasileiro.** – 14ª Edição, São Paulo, Pearson Prentice Hall, 2010.

ROCHA, Ruth. **Minidicionário da Língua Portuguesa.** 10 ed. São Paulo: Scipione, 1996.

SEVERINO, Antonio Joaquim. **Metodologia do trabalho Científico.** São Paulo:Cortez, 2010.

SOARES, Angelita Cunha. **Novas Tecnologias e as Mudanças Comportamentais e Organizacionais.** 2009. Disponível em: Acesso em: 20 abr. 2012.

WADA, E. K.; CARNEIRO, N. A. **As Necessidades da Geração Y no Cenário de Eventos Empresariais.** 2010. Disponível em:
<http://www.eumed.net/ce/2010a/kwac.htm>. Acesso em: 11 de setembro de 2016.

APÊNDICE

APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO

Prezado(a) Colaborador(a),

Esta pesquisa tem como objetivo propor um modelo de recrutamento e seleção para a efetivação de colaboradores da Geração Y para o CEBRAC. Informamos ainda que, os dados obtidos por meio deste instrumento de coleta de dados também irão subsidiar a elaboração de um artigo científico, a ser apresentado ao programa de Pós-Graduação da Faculdade Católica de Anápolis, para fins de obtenção do título de especialista em Gestão de Pessoas.

Pedimos-lhe que seja o(a) mais sincero(a) e espontâneo(a) possível e esclarecemos que, para garantia do anonimato dos respondentes não é necessária a sua identificação pessoal.

Respeitosamente,

Alana Cristina de A. Matias
Pós-Graduanda

Jackeline M. Rodrigues
Pós-Graduanda

Profa. Dra. Elaine Abrahão Amaral
Orientadora da pesquisa

PARTE I - PERFIL DOS RESPONDENTES:

1. Sexo

() masculino () feminino

2. Estado Civil

() casado () solteiro () divorciado () outro

3. Grau de Escolaridade

() não completou o ensino fundamental

() ensino fundamental completo

() ensino médio incompleto

() ensino médio completo

() superior incompleto

() superior completo

() pós-graduado

4. Tempo de serviço no CEBRAC: _____ ano(s) _____ mês(es)

5. Faixa Etária

() 18 anos a 30 anos

() 31 a 50 anos

() 51 a 70 anos

() acima de 71 anos

PARTE 2- QUESTIONÁRIO

1. Qual o seu conhecimento sobre o CEBRAC? (estrutura, mercado que atua, serviços prestados, principais clientes, etc.)
 Ótimo Bom Médio Fraco Muito Fraco Não sabe
2. Qual(ais) motivo(s) lhe estimularia(m) a se vincular a uma empresa?
 salário
 benefícios
 plano de carreira
 reconhecimento
 Outro(s). Qual(ais)?

3. Indique o(s) melhor(es) meio(s) de divulgação de vagas de emprego para atrair candidatos com faixa etária entre 20 e 31 anos?
 jornal
 mensagem no celular
 internet
 redes sociais
 Outro(s). Qual(ais)?

4. Em um processo seletivo com entrevista feita à distância. Qual método é mais válido?
 plataforma skype
 vídeo conferência
 MSN
 Outro(s). Qual(ais)?

5. Analisando o momento atual do Brasil, qual seria sua escolha de atuação profissional?
 carreira na área pública
 carreira na área privada
 home office
 dono do próprio negócio

6. A dinâmica de grupo em um processo seletivo vem sendo bastante utilizada. Qual a sua opinião sobre essa etapa?

- necessária
- desnecessária, mas participo
- desnecessária e não gostaria de participar de um processo com dinâmica
- tanto faz

7. Você é assinante de algum site de vagas de emprego?

- catho
- empregos.com
- vagas.com
- linkedin
- Outro. Qual?

8. Qual tipo de entrevista mais lhe agrada?

- entrevista técnica
- entrevista em grupo
- entrevista por telefone
- entrevista por videoconferência

9. Quebrando o tabu. Qual sua opinião sobre candidatos que usam/tem tatuagens e piercings?

- não atrapalha se o candidato for bom
- é mal visto pelo recrutador
- depende da empresa
- não sei opinar

10. Qual a sua opinião sobre candidatos que participam de processos seletivos usando roupas muito justas ou com comprimento acima do joelho, maquiagem para noite e acessórios inadequados?

- não atrapalha se o candidato for bom
- é mal visto pelo recrutador
- depende da empresa
- não sei opinar

11. Qual a sua opinião sobre candidatos que falam gírias, bordões ou utilizam a linguagem da internet?

- não atrapalha se o candidato for bom

- é mal visto pelo recrutador
- depende da empresa
- não sei opinar

12. O que é mais importante em uma entrevista?

- saber se comunicar
- saber fazer/ ter experiência
- postura/ vestimenta
- ser bilíngue
- outro. Qual? _____