

Como as Âncoras de Carreira de Edgar Schein influenciaram na escolha da carreira feita por alunos de universidade do interior de São Paulo.

Resumo

Este estudo tem como objetivo mostrar as âncoras de carreiras mais presentes dentro de cada geração. As amostras de pesquisas foram coletadas entre estudantes de uma universidade do interior de São Paulo e compreendem as gerações X, Y e Z. O grupo pesquisado foi de 233 alunos do quinto e sétimo semestre do curso de Administração e houve um retorno de 100% dos questionários enviados. A aplicação da pesquisa se deu entre os meses de abril e junho, os pesquisados foram encaminhados ao laboratório de informática da instituição de ensino onde foram preenchidos os questionários e suas respostas foram encaminhadas por e-mail. A pesquisa também aponta o gênero sexual dos entrevistados e é do tipo descritiva-analítica, foi utilizado um questionário fechado contendo quarenta perguntas. É importante analisar as âncoras mais presentes em cada geração e se há diferenças entre os gêneros sexuais, pois isto pode contribuir para um melhor entendimento do desenvolvimento das carreiras e também pode ajudar na diminuição de conflitos entre líderes e colaboradores, uma vez que o entendimento das âncoras em confronto com as características de cada geração leva a melhores maneiras de interação entre líderes e colaboradores.

Palavras chave: Carreira, Gestão de pessoas, Gerações, Âncoras de carreira.

How Edgar Schein's Career Anchors influenced the career choice made by university students from the interior of São Paulo.

Abstract

This study aims to show the career anchors most present within each generation. The sample surveys were collected from students at a university in São Paulo and comprises the generations X, Y and Z. The group surveyed was of 233 students of the fifth and seventh semester of the Administration course and there was a 100% return from the questionnaires sent. The application of the research took place between April and June, the respondents were sent to the computer lab of the educational institution where they answered the questions and their responses were sent by e-mail. The research also points to the sexual gender of respondents and is descriptive-analytical type, we used a questionnaire with forty questions. It is important to analyze the most present anchors in each generation and whether there are differences between the genders, as this can contribute to a better understanding of career development and can also help in reducing conflict between leaders and employees, since the understanding of anchors in comparison with the characteristics of each generation leads to better ways of interaction between leaders and employees.

Keywords: Career, People Management, Generation, Career anchors, Anchors.

(1) Professor do Curso de Administração da UNASP –HT, thompson.reis@ucb.org.br

(2) Docente do Programa de Pós Graduação da Universidade Metodista de Piracicaba - São Paulo
gzograzian@unimep.br

(3) Docente do Programa de Pós Graduação da Universidade Metodista de Piracicaba - São Paulo
yedaconsult@terra.com.br

Introdução:

Tendo em vista as constantes mudanças no cenário econômico e a necessidade das empresas se adaptarem surge o questionamento de como as pessoas têm feito suas escolhas profissionais em meio a tanta turbulência. Há também diversos outros fatores que influenciam a escolha da carreira a ser seguida, tais como: valores pessoais e culturais, histórico familiar, expectativas da carreira, etc. (Martins, 2001, p70-72). Dessa maneira, este estudo tem como principal propósito identificar como as âncoras de carreira de Schein influenciaram a escolha de carreira do grupo entrevistado. Este estudo está classificado de acordo com o sexo, a idade, a âncora de maior pontuação e a de menor pontuação bem como o nome do curso escolhido pelas pessoas entrevistadas, possibilitando assim uma visão mais ampla de como as diferenças de geração e de sexo impactam nos fatores determinantes que levam a pessoa a escolher determinada carreira. Foi realizada pesquisa através de questionário fechado com 40 perguntas com alunos de uma universidade do interior do estado de São Paulo. Assim sendo, o presente estudo se faz relevante por mostrar como as âncoras de Schein, interferem na escolha profissional que determinará os caminhos que o indivíduo percorrerá em sua carreira.

1.1 Definição de carreira

A definição de carreira, de acordo com Arthur, Hall e Lawrence (1989), é “a sequência de experiências profissionais, sendo que o trabalho influencia a maneira como os indivíduos enxergam e interagem com outras pessoas, organizações e sociedade”. Já Baruch e Rosenstein (1992, p.478) definem carreira como “um processo de desenvolvimento do empregado como um caminho de experiências e trabalhos em uma ou mais organizações”. Baruch (2004) afirma que a carreira tradicional era corrente no passado devido a existência de uma organização hierárquica muito forte e de uma estrutura organizacional rígida nas empresas. Os avanços na carreira se davam de forma linear e os empregados eram obrigados a seguir a hierarquia organizacional para subir os degraus de ascensão de carreira. Por volta da metade dos anos 90’ o conceito de carreira passou a adquirir novas definições devido a mudança nas expectativas das empresas com relação aos funcionários (Rousseau, 1995). O conceito de carreira deixa de ser confinado a uma ou duas organizações e rompe as barreiras organizacionais, dessa forma o indivíduo começa a transitar por diversas organizações e assim as carreiras se tornam sem fronteiras (Arthur, 1994). Sullivan, Forret, Carraher e Mainiero (2009) descrevem o “modelo caleidoscópico de carreira” no qual a ênfase está na criação de carreiras pelos empregados a partir das decisões que eles tomam baseadas em fatores tais como desafio, balanço e autenticidade ao longo da vida. De acordo com esse modelo, as pessoas avaliam suas escolhas através de um caleidoscópio, pelo qual se olha e observa-se os diferentes desenhos que se forma, e a partir disso escolhem o que melhor se ajusta aos interesses pessoais delas. Então, entendemos que, segundo afirma Hall (2002) o termo carreira “tolera um excesso de significados” e ele conclui citando que carreira é “a sequência individualmente percebida de atitudes e comportamentos associada com experiências relacionadas ao trabalho e atividades durante a vida de uma pessoa”.



Definição de Gerações

Optamos por usar as classificações de gerações contidas em Veloso, Dutra e Nakata (2008). De acordo com os autores as gerações são compreendidas em Baby Boomers, Y, X e suas características são as seguintes:

- *Até 1964: baby boomers – eles são mais motivados, são otimistas e workaholics. Valorizam o status e a ascensão profissional dentro da empresa.*
- *Entre 1965 e 1977: geração X – adotam postura de ceticismo e defendem ambiente de trabalho mais informal e hierarquia menos rigorosa.*
- *De 1978 em diante: geração Y – São mais individualistas, defendem suas opiniões e priorizam o lado pessoal em relação às questões profissionais. A geração Y também é marcada por características relacionadas com o ritmo de mudança, a necessidade de interatividade, o amplo acesso à informação e o entendimento do mundo que os faz ser e agir diferente dentro da sociedade (LOMBARDIA et al., 2008; TAPSCOTT, 2008; COIMBRA; SCHIKMANN, 2001).*

A geração Z, também pesquisada, é a geração dos nascidos a partir de 1998. Eles são super conectados e não conseguem se desligar dos celulares e tablets. São dinâmicos, inovadores, respiram a tecnologia, tem alto senso crítico, são distraídos, possuem baixo grau de relação interpessoal, pendem para a obsolescência e são impacientes (TAPSCOTT, 2010)

As âncoras de carreira de Edgar Schein

O conceito de âncoras de carreira foi formulado por Schein (1978). Durante seus estudos ele entrevistou alunos da Sloan School of Management e ele menciona que a medida que o indivíduo progride através dos vários estágios da carreira, ele gradualmente vai ganhando autoconhecimento e desenvolve uma autopercepção da sua trajetória de carreira mais clara. Schein descreve esse autoconceito como as “Âncoras de Carreira” que estão baseadas em três características:

- Talentos e habilidades, baseados no sucesso dos vários trabalhos realizados;
- Motivos e necessidades, baseados no feedback de outras pessoas e da empresa e na auto avaliação ao enfrentar os vários desafios;
- Atitudes e valores, baseados no confronto entre os valores e normas próprios e os da organização ou ocupação.

Schein inicialmente descreveu cinco âncoras de carreira baseados nos dados coletados durante seus estudos (1978): 1- autonomia/independência; 2- segurança/estabilidade; 3- competência técnica/funcional; 4- competência gerencia geral e 5- criatividade empreendedora. Porém, em pesquisas posteriores, nos anos 1980, ele adicionou mais três categorias: 6- serviço e dedicação a uma causa; 7- puro desafio e 8- estilo de vida. (Schein 1996). Para Schein, o conhecimento dessas âncoras auxilia o indivíduo a fazer escolhas mais sábias com relação ao seu autodesenvolvimento, família e carreira. As características gerais de cada âncora de carreira estão descritas abaixo:

- **Autonomia/Independência (AI):** são indivíduos que prezam, acima de qualquer coisa, a manutenção de sua liberdade, autonomia e independência. Tendem a traçar suas vidas profissionais em atividades que lhes possibilitem maior flexibilidade diante das necessidades de realizarem as coisas de modo pessoal, de acordo com suas próprias regras e métodos.
- **Segurança/Estabilidade (SE):** são indivíduos que orientam suas trajetórias profissionais priorizando a segurança financeira e sua estabilidade no vínculo empregatício. Tendem a trabalhar em empresas que proporcionam estabilidade e bom pacote de benefícios, aquelas cuja imagem inspira solidez e confiabilidade.

- Competência técnica/funcional (TF): indivíduos que são estimulados e motivados quando exercem alguma aptidão específica e tornam-se especialistas na função ou atividade ou conhecimento nesta área em que situam-se suas competências e satisfações. Para estas pessoas, a posição de gerente geral não tem atrativo algum, mas podem até assumir uma gerência técnica – desde que em suas áreas de especialidade.
- Competência gerência geral (GG): indivíduos com capacidade analítica, bom relacionamento interpessoal e intergrupar e equilíbrio emocional se encaixam nessa âncora. A eles cabe o processo decisório, portanto, devem pensar modo integrado, considerando as múltiplas funções que exercem. Realizam-se em administrar, sabem fazer gestão de pessoas e conhecem todas as áreas de uma organização, ainda que superficialmente.
- Criatividade Empreendedora (CE): indivíduos que perseguem constantemente a criação de novos empreendimentos e persistem nesse ideal enquadram-se nesse tipo de âncora. Possuem um impulso de criação que os leva a concepção de novas empresas, produtos e serviços que sejam economicamente independentes e rentáveis, além de garantir identificação com os próprios empreendedores.
- Serviço/Dedicação a uma Causa (SD): estes indivíduos estão interessados na ajuda ao próximo e na construção de uma sociedade melhor. Por esta razão, procuram trabalho em organizações onde seja possível exercer sua influência, respeitando seus valores pessoais.
- Puro Desafio (DP): indivíduos pertencentes a essa categoria de âncora de carreira projetam suas vidas profissionais num sentido em que possam, constantemente, chocar-se com obstáculos a serem transpostos. Na medida em que se aumenta o número de desafios vencidos, buscam novos e maiores problemas para serem solucionados. Não é incomum as pessoas reagirem positivamente a presença de alguns desafios na vida, mas para aquelas cuja âncora é o “puro desafio”, nada além disso vai importar muito
- Estilo de Vida (EV): indivíduos que colocam como prioridade em suas profissões a integração do trabalho com suas necessidades individuais e familiares são os enquadrados nesta categoria. Para além de um simples exercício de conciliação da vida pessoal com a vida profissional, essas pessoas buscam um meio de integrar suas necessidades individuais, familiares e da carreira.

Fatores que influenciam a escolha da carreira

Greenhause et al (2000) sugerem que os indivíduos que estão envolvidos com a prática efetiva de gestão de carreira devem primeiramente realizar uma autoexploração seguida de exploração do ambiente. Na autoexploração os indivíduos estão à procura de informações sobre uma variedade de qualidades pessoais e atitudes relativos à tomada de decisão de carreira. Basicamente esses atributos incluem valores, interesses, personalidade, talentos e habilidades, preferências de estilo de vida e debilidades ou carências. Diversos estudos anteriores identificaram uma série de fatores variados que influenciam a escolha da carreira dos alunos (Ginzberg, 1951; Super, 1957, O'Connor e Kinnane, 1961; Paolillo e Estes, 1982; Felton et al., 1994). A classificação mais amplamente utilizada em estudos sobre escolha profissional é a estrutura tridimensional de Carpenter e Foster (1977) e Beyon et al. (1998). Os três fatores são: 1. Intrínseca (interesse no trabalho, satisfação pessoal de trabalho); 2. Extrínseca (disponibilidade de empregos, ocupações bem pagantes); e 3. Interpessoal (influência dos pais e outras pessoas significativas). Portanto, este estudo visa analisar os fatores que levaram a tomada de decisão na escolha da profissão e carreira por alunos universitários do interior do estado de São Paulo.

Metodologia da Pesquisa

A pesquisa caracteriza-se como descritivo-analítica (TRIVIÑOS, 1987; YIN, 2001), com o intuito de discutir e identificar quais são as âncoras de carreira mais e menos presentes de acordo com o gênero sexual e também com a geração dos sujeitos pesquisados. Utilizou-se como instrumento de pesquisa um questionário que se dividiu em duas partes: (1) dados pessoais dos sujeitos pesquisados quanto a idade, gênero sexual e série dentro da graduação; (2) inventário de âncoras de carreira de Schein (1993), composto por quarenta questões que visam identificar as âncoras de carreira que sejam mais presentes e também as que são menos presentes, dentre as oito categorias possíveis. Para a coleta de dados foram escolhidas cinco turmas, de um total de oito, do curso de administração de uma instituição educacional da região metropolitana de Campinas, a saber; 50 alunos do primeiro semestre, 21 alunos do terceiro semestre, 96 alunos do quinto semestre e 56 alunos do sétimo semestre; totalizando 223 alunos, o que equivale a 45,3% do total de 492 alunos do referido curso de graduação em Administração. Esta amostra revelou que a maioria dos sujeitos pesquisados são do sexo feminino, totalizando 64,6% do total. Também se identifica que grande parte dos pesquisados nasceram a partir do ano de 1992, pertencendo assim a denominada geração “Z”. O percentual destes, equivale a 59,6% do total. A aplicação do questionário se deu entre os meses de abril a junho. Os sujeitos pesquisados foram direcionados ao laboratório de informática da instituição de ensino e ali foram orientados quanto ao preenchimento do questionário que foi formatado com base no software Excel. Após o preenchimento os alunos direcionaram suas respostas para um endereço de e-mail que foi criado exclusivamente para o recebimento destes questionários. A todos os participantes foi assegurada confidencialidade no tratamento de dados bem como o retorno dos resultados. Obteve-se o retorno de 223 questionários completos e qualificados para o uso desta pesquisa.

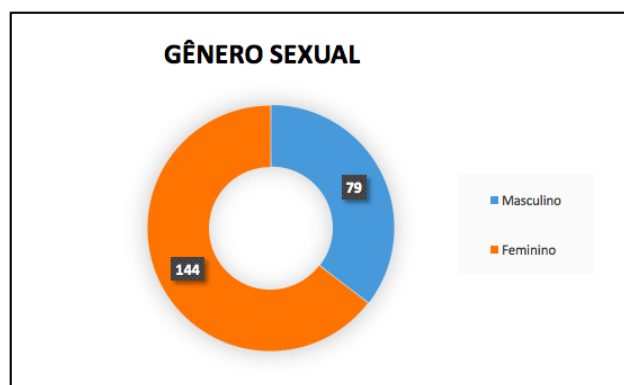
Os dados relativos às quarenta questões do inventário de âncoras de carreira foram tratados por meio de estatística descritiva com base no software Excel, buscando identificar a âncoras mais predominantes e as menos predominantes em comparação com o gênero sexual e com o período de nascimento dos sujeitos pesquisados (geração X, Y e Z).

Análise e discussão dos resultados

O gráfico 01 apresenta os dados relativos ao gênero sexual dos alunos pesquisados.

Gráfico 01 – Gênero sexual dos agentes pesquisados

	Masculino	Feminino	TOTAL
Gênero Sexual	79	144	223

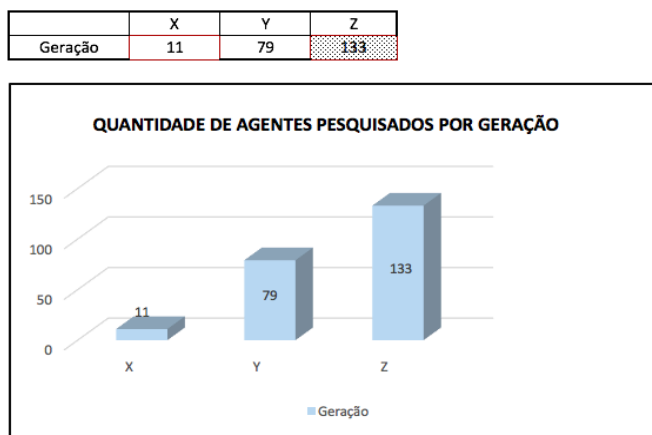


Fonte: dados da pesquisa

Percebe-se que a grande maioria pertence ao sexo feminino; estes equivalem a 65% do total e apontam para a tendência de que a procura pela graduação de Administração pelo sexo feminino, tem sido superior à mesma procura pelo sexo masculino.

Segundo Betiol e Tonelli (1991), o papel da mulher dentro do mercado de trabalho está sofrendo constantes alterações, pois aquele modelo de mercado que era direcionado apenas ao sexo masculino já não existe mais. As leis mudaram, a sociedade mudou e o próprio mercado de trabalho também mudou. As características femininas são valorizadas e contribuem para as organizações e diante de tal abertura, compreende-se o porquê de termos hoje uma maioria de alunas dentro da graduação de Administração.

Gráfico 02 – Divisão dos agentes pesquisados de acordo com a sua geração.

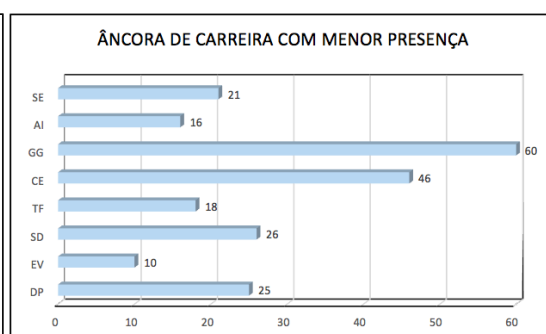
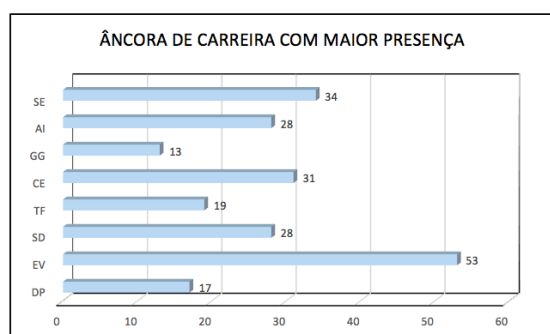


Fonte: dados da pesquisa

O gráfico 02 mostra que a grande maioria dos alunos pesquisados (60%), pertencem a denominada geração “Z”. Este fato não chega a ser surpreendente, pois os agentes pesquisados são alunos do Ensino Superior, e de acordo sua idade cronológica, é natural que os alunos participantes de um curso de graduação (ensino superior), tenham esta faixa etária. A partir destes dados, também podemos verificar que o número de alunos pesquisados que pertencem à geração “X”, nascidos no período de 1965-1978, é muito pequeno, apenas 5% do total de agentes pesquisados e por isso, as conclusões que faremos desta geração podem não expressar uma visão mais ampla pela quantidade limitada de informações.

Gráfico 03 e 04 – Divisão dos agentes pesquisados de acordo com as Âncoras de Carreira com maior e menor presença.

Âncoras de Carreira			
Maior		Menor	
DP	17	DP	25
EV	53	EV	10
SD	28	SD	26
TF	19	TF	18
CE	31	CE	46
GG	13	GG	60
AI	28	AI	16
SE	34	SE	21



Fonte: dados da pesquisa

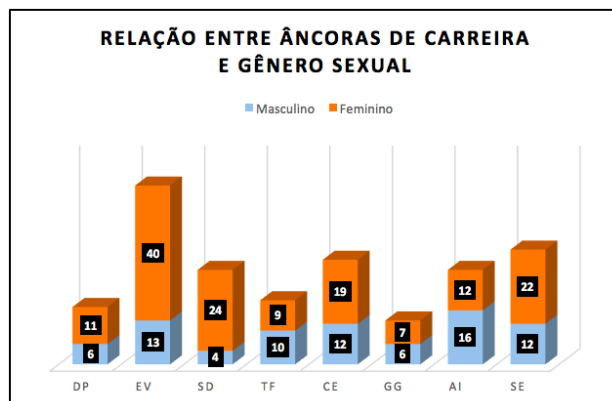
O gráfico 03 e 04 permite uma leitura interessante a partir das âncoras de carreira mais e menos presentes nos agentes pesquisados. O resultado mostrou que a âncora de carreira mais presente e com maior índice entre os alunos, foi a denominada âncora Estilo de Vida (EV), que segundo Schein (1996), caracteriza os indivíduos que se preocupam em conciliar objetivos familiares e pessoais com as suas necessidades de carreira. Esta âncora foi a mais presente em 24% dos alunos.

O gráfico também mostra que a âncora denominada Gerência Geral (GG), foi a âncora de carreira com menor presença entre os pesquisados, constatou-se que 30% destes não possuem os valores definidos por essa âncora. Como já visto anteriormente neste artigo, estes indivíduos, possuem grande capacidade analítica e geralmente estão inseridos em processos decisórios, pois satisfazem-se em administrar e tem gosto pela gestão de pessoas.

No gráfico 05, foi feita uma análise entre as Âncoras de Carreira e o Gênero Sexual dos alunos pesquisados.

Tabela 04 e Gráfico 05 – Âncoras de Carreira X Geração Sexual

Âncoras de Carreira x Gênero Sexual		
	Masculino	Feminino
DP	6	11
EV	13	40
SD	4	24
TF	10	9
CE	12	19
GG	6	7
AI	16	12
SE	12	22



Fonte: dados da pesquisa

Dividiremos a análise deste gráfico em duas partes, a começar pelas âncoras de carreira com maior presença no sexo masculino. Percebe-se que entre os homens, a denominada âncora Autonomia e Independência (AI), foi a mais presente, com 20% do total. Esta âncora caracteriza indivíduos que são avessos a regras e o sucesso está intimamente relacionado à flexibilidade que lhes é dado. Em ordem de maior presença, a distribuição das âncoras de carreira do sexo masculino, ficou assim determinada: Autonomia Independência (20%), Estilo de vida (16%), Criatividade Empreendedora e Segurança e Estabilidade (ambas com 15%), Técnico Funcional (13%), Desafio Puro e Gerência Geral (ambas com 8%) e por fim Serviço e Dedicção (5%). Nota-se que a busca por autonomia e flexibilidade é muito forte dentro do comportamento masculino e isso ficou evidenciando nesta pesquisa.

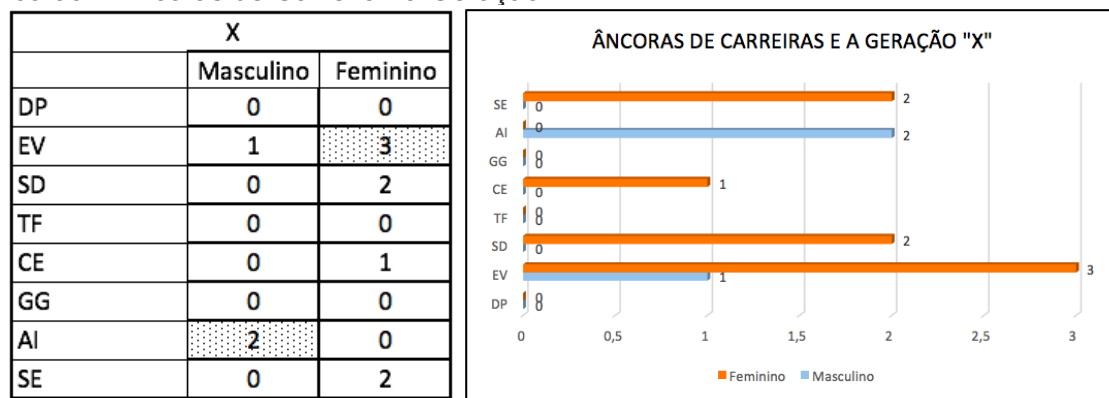
Ao analisar os dados colhidos no sexo feminino, percebe-se que existe uma clara diferença entre as âncoras determinadas por este gênero sexual em comparação com o sexo masculino. A âncora com maior presença entre as mulheres foi a denominada Estilo de vida, com 28% do total. Esta âncora caracteriza muito bem o sexo feminino, que diferentemente dos homens, tem sua preocupação centrada em conciliar a vida familiar com a sua carreira. Segundo Mouli, Mello e Correia (2013), diferentemente do homem, as questões profissionais ainda ocupam um lugar secundário na vida das mulheres e esse pensamento pode ser visualizado nesta pesquisa ao perceber-se que a âncora com maior presença é justamente aquela que valoriza a carreira, mas não a coloca acima dos valores familiares. Em ordem de maior presença, a distribuição das âncoras de carreira do sexo feminino, ficou assim determinada: Estilo de Vida (28%), Serviço Dedicção (17%), Segurança e Estabilidade (15%), Criatividade Empreendedora (13%), Autonomia Independência e Desafio Puro (ambas com 8%), Técnico Funcional (6%) e por fim Gerência Geral (5%).

Uma análise comparativa entre as âncoras com maior presença entre o sexo masculino e feminino, permite a conclusão de que homens e mulheres, de maneira geral, possuem um conjunto de valores que hora divergem e hora convergem. Isso fica perceptível através dos dados colhidos nesta pesquisa que mostram que aquilo que é muito valioso para o homem, enquanto construção da carreira, não é tão valorizado pelas mulheres. Como exemplo, podemos citar que a âncora mais presente entre os homens, Autonomia Independência (AI), ocupa apenas a quinta posição entre as âncoras mais presentes entre as mulheres. Em contrapartida, percebemos que no caso da âncora com menor presença, independentemente do gênero sexual, houve um consenso de que Gerência Geral (GG), não reflete os valores que os pesquisados esperam construir para a sua carreira profissional.

Faremos agora uma análise das âncoras de carreira com maior presença baseado

na geração do aluno pesquisado e dividindo esta comparação entre os gêneros sexuais. Seguiremos a ordem cronológica destas gerações, começando pela geração “X”, posteriormente a geração “Y” e terminando com a geração “Z”.

Gráfico 06 – Âncoras de Carreira na Geração “X”



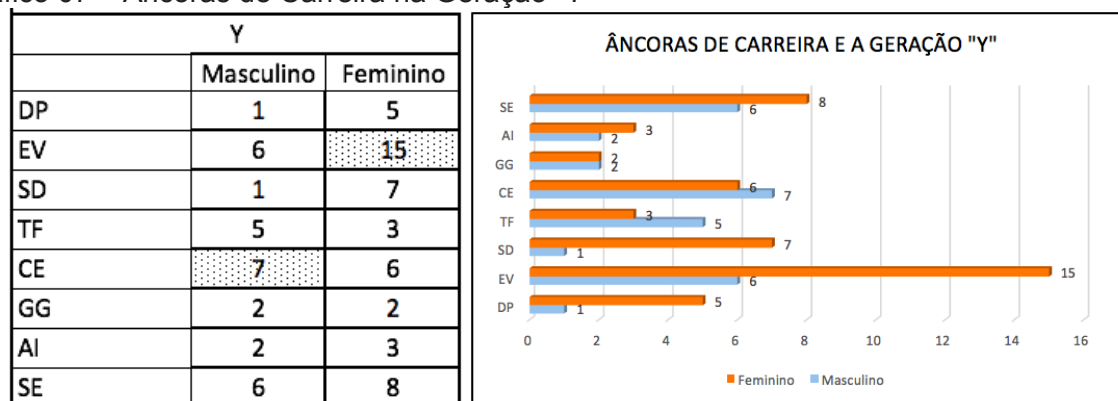
Fonte: dados da pesquisa

Segundo Hamilton e Flink (2013), a geração “X” possui uma visão empreendedora e mantém seu foco nos resultados. Apresenta também uma vocação para realizar tarefas de maneira individual, preferem trabalhos em equipe e nutrem uma grande preocupação em manter um equilíbrio entre a vida profissional e pessoal. Christina (2015), afirma que esta é uma geração calma, que aprendeu a esperar e não se preocupa com resultados a longo prazo.

Como dito anteriormente, os dados colhidos desta geração não permitem uma análise profunda, pois a quantidade de alunos da geração “X” que cursam uma graduação é muito pequena e por este fato, as conclusões são bem limitadas.

O que vemos nesta análise é o mesmo tipo de comportamento já visto anteriormente; entre os homens, a âncora mais presente é a denominada Autonomia Independência. Já entre as mulheres, a âncora mais presente é a denominada Estilo de Vida.

Gráfico 07 – Âncoras de Carreira na Geração “Y”



Fonte: dados da pesquisa

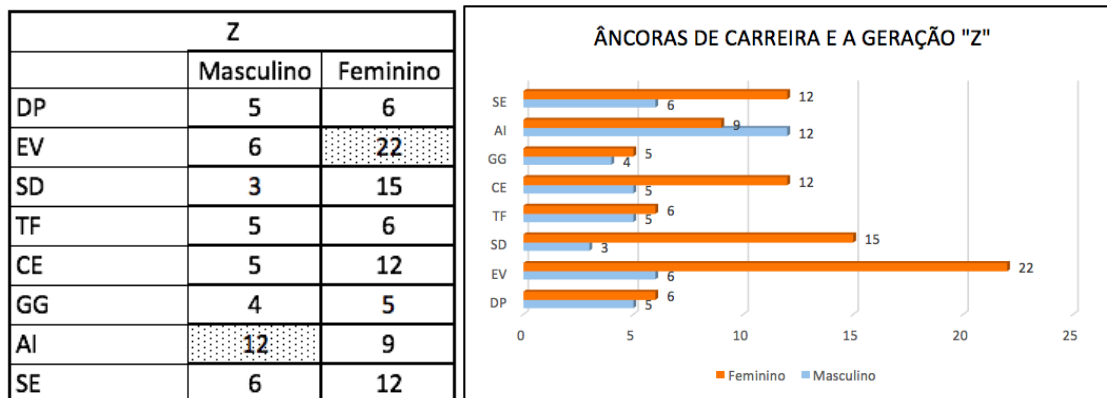
A geração “Y” também é conhecida como geração “Millenium” e para Hamilton e Flink (2013), ela se caracteriza pelo seu otimismo, ambição e valorização do trabalho em equipe.

Estes indivíduos nasceram envolvidos na tecnologia e diante desta realidade, cresceram usufruindo das facilidades da internet. Apreciam a liberdade e uma vida confortável e são abertos a adversidade.

Em seu artigo para a Harvard Business Review, Moraes e Leão (2015), afirmam que 20% da população de nossos dias se enquadra na denominada geração “Y”.

A geração denominada “Y” representa 35% dos alunos pesquisados neste estudo e a leitura que podemos fazer através desta coleta de dados é bem interessante. De maneira geral, percebe-se mais uma vez que a âncora com maior presença é a denominada Estilo de vida, com um índice de 26% do total, independentemente do gênero sexual. Ao dividirmos estes dados por gênero sexual, verifica-se que para o sexo feminino, a âncora Estilo de Vida, continua sendo a mais frequente, mas para o sexo masculino, a âncora com maior presença é a denominada Criatividade Empreendedora. Também se percebe que no gênero feminino é muito claro que a âncora Estilo de Vida é a mais presente e com índices bem superiores as demais âncoras de carreira. Por sua vez, o que se nota no gênero masculino é que não existe uma âncora que se sobressai diante das demais de maneira a destacar-se, pois temos outras âncoras com índices bem próximos à âncora de maior pontuação.

Gráfico 08 – Âncoras de Carreira na Geração “Z”



Fonte:

dados da pesquisa

Chegamos agora à análise do último gráfico que traz a coleta de dados da geração “Z”. Para Santos e Silveira (2010), esta geração também pode ser denominada como a “geração silenciosa”; pois estão imersos em jogos de videogames, músicas baixadas da internet, redes sociais e a tendência é que quase sempre são vistos com fones de ouvidos enquanto realizam outras atividades. Estes indivíduos dominam muito bem os computadores e todo tipo de Gadgets, conseguem estar conectados em várias mídias ao mesmo tempo e ainda assim realizar atividades paralelas. O Termo “Z” advém da relação que esta geração tem com o costume de Zapear, trocar com frequência o canal da televisão. São caracterizados pela sua ansiedade e imediatismo e segundo Maurer (2013), para os “Zs” tudo deve ser feito rapidamente e também apresentar resultados rápidos, assim como acontece com os computadores e com a internet. Destaca-se ainda que esta é uma geração multitarefa e que não reconhece fronteiras.

Para outros pesquisadores, uma característica forte desta geração é a falta de maturidade emocional. Segundo Bunker, Kram e Ting (2015) essa maturidade emocional não está diretamente relacionada à juventude e sim aos relacionamentos que muitas vezes são evitados por estes, pois estes indivíduos possuem dificuldades de estabelecer relacionamentos interpessoais.

Diante dos dados que foram coletados nesta pesquisa, percebe-se que a geração



“Z” é a mais numerosa e conseqüentemente possui os dados mais expressivos. 60% dos pesquisados pertencem a esta geração, sendo que 36% pertencem ao sexo masculino e 64% ao sexo feminino.

Ao analisarmos o gênero masculino da geração “Z”, vemos que a âncora com maior presença é a denominada Autonomia Independência com 26% do total. Diferentemente dos dados colhidos na geração “Y”, esta âncora se destaca em relação as demais, demonstrando assim que possui um conjunto de valores que são amplamente apreciados pelos indivíduos que compõe esta geração. Quando se analisa o gênero feminino da geração “Z”, o que se percebe é que a âncora denominada Estilo de Vida é a que possui maior presença e a diferença para as demais âncoras é bem expressiva. Esta leitura foi presente em todas as comparações feitas com base no gênero feminino e as gerações. Por fim, ao somarmos as âncoras de carreira mais presentes tanto no gênero feminino como no gênero masculino, mais uma vez, confirma-se a tendência de que a âncora denominada Estilo de Vida é a que possui maior significância para os alunos pesquisados.

Considerações finais

De modo geral, constatou-se que a âncora de carreira mais presente foi a Estilo de Vida, que apareceu em cerca de 24% dos alunos entrevistados e a com menor presença foi a Gerencia Geral. Com relação ao gênero sexual, percebe-se que a âncora mais presente entre os homens é a Autonomia Independência e a mais presente entre as mulheres é a Estilo de Vida. Também observamos que a âncora mais presente na geração X de gênero masculino foi a Autonomia Independência e no gênero feminino foi a Estilo de Vida. Já na geração Y, a âncora mais presente, independentemente do gênero sexual foi a Estilo de Vida. Na geração Z a âncora Autonomia Independência está fortemente presente entre os homens, e entre as mulheres é a âncora Estilo de Vida que aparece em maior número. Em uma visão mais ampla da geração Z nota-se, no entanto, que a âncora Estilo de Vida é a que mais aparece, sendo indiferente o gênero sexual. Assim sendo, concluímos que a âncora Estilo de Vida é a que tem nortado muito mais as pessoas, não importando idade nem gênero sexual. Isto é compreensível quando olhamos para a definição de Estilo de Vida que diz que “as pessoas buscam um meio de integrar suas necessidades individuais, familiares e da carreira”.

Referências Bibliográficas

ARAÚJO, K. C.V.; QUINTANILHA, D. M.; MARIA, V. G.; RODRIGUES, A.L. S. (2010) A geração Y e suas âncoras de carreira. Revista eletrônica de gestão organizacional 8 (2) p.226-244.

Arthur, W. B. (1994). Inductive reasoning and bounded rationality. The American economic review, 406-411.

Baruch, Y., & Rosenstein, E. (1992). Human resource management in Israeli firms: planning and managing careers in high technology organizations. International Journal of Human Resource Management, 3(3), 477-495.

BASTOS, Antonio V. B. A escolha e o comprometimento com a carreira: um estudo entre profissionais e estudantes de administração. Revista de Administração, São Paulo v. 32, n.

BETIOL, M. I. S e TONELLI, Maria José. A mulher executiva e suas relações de trabalho. Revista de Administração de Empresas, São Paulo, v.31, n.4, p. 17-33, out./dez. 1991.

BUNKER, K.A.; KRAM, K.E.; TING, S. (2015). Jovens e inconseqüentes. Harvard Business Review Brasil On Point. Julho e agosto, P. 30-38.

Carpenter, P. and Foster, B. (1977), “The career decisions of student teachers”, Educational

Research and Perspectives, Vol. 4 No. 1, pp. 23-33.

CHRISTINA; M.C. (2015). A desafiadora e proveitosa mistura de gerações. Harvard Business Review Brasil On Point. Julho e Agosto, P. 18-23.

COIMBRA, R.G.C.; SCHIKMANN, R. A Geração Net; XXV. In: ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO, 15, 2001; Campinas. Anais ... Campinas: ANPAD, 2001. CDROM.

DUTRA, J. S. Administração de carreiras: uma proposta para repensar a gestão de pessoas. São Paulo: Atlas, 2009.

DUTRA, Joel S.; ALBUQUERQUE, Lindolfo G. Âncoras de Carreira. Texto adaptado do livro de Edgar Schein – Career Anchor – em formato de apostila para uso em aula. USP, 2002.

Ginzberg, E. (1951), Occupational Choice, Columbia University Press, New York, NY.

Greenhaus, J. F., Callanan, G.A., and Godshalk, V.M. (2000) Career Management.3 rd ed., South Western, USA

Hall, D.T. (1976), Careers in Organizations, Scott Foresman, Glenview, IL.

Hall, D.T. (2002), Careers in and out of Organizations, Sage Publications, Thousand Oaks, CA.

HAMILTON, T. M.; FLINK, R. (2013). Competências para gerenciar diferentes gerações. Portal Convibra. Disponível em http://www.convibra.org/upload/paper/2013/34/2013_34_7412.pdf acessado em 22/06/2016 as 16h30.

LOMBARDIA, P.G.; STEIN, G.; PIN, J.R. Políticas para dirigir a los nuevos profesionales – motivaciones y valores de la generacion Y. Documento de investigación. DI-753. Mayo, 2008.

LUIZ, A.M. As gerações Y e Z e suas âncoras de carreira: contribuições para a gestão estratégica de operações. (2013). Dissertação do programa de mestrado profissional em Administração da UNISC. Santa Cruz do Sul, 2013.

Martins, 2001, p.70-72

MORAES; E.; LEÃO, F.; (2015). Como liderar múltiplas gerações no ambiente de trabalho. Harvard Business Review Brasil On Point. Julho e Agosto, P. 14-17.

MOULIN, E. S.; MELLO, M. F. C; CORREIA, B. L. (2013). Uma análise dos estudos sobre o feminino e as mulheres na área de administração: a produção científica brasileira entre 2000 a 2010. Revista O&S n.67 P.603-621.

Rousseau, D. (1995). Psychological contracts in organizations: Understanding written and unwritten agreements. Sage Publications.

SANTOS, E. N.; SILVEIRA, E. F. (2010). Os professores e os desafios pedagógicos diante das novas gerações: considerações sobre o presente e o futuro. Revista de Educação do COGEIME, ano 19 n. 36.

SCHEIN, Edgar, H. Identidade profissional: como ajustar suas inclinações a suas opções de trabalho. Tradução de Margarida D. Black. São Paulo: Nobel, 1996.

Super, D. E. (1957). The psychology of careers. New York: Harper & Row.

Super, D. E. (1983). Assessment in career guidance: Toward truly developmental counseling. Personnel and Guidance Journal, 61, 555-562.

TAPSCOOT, Don. A Hora da Geração Digital; como os jovens que cresceram usando a internet estão mudando tudo das empresas aos governos. 1ª Ed. Rio de Janeiro: Agir Negócios 2010.

TRIVIÑOS, A. N. S. Introdução à pesquisa em ciências sociais: a pesquisa Qualitativa em

educação. São Paulo: Atlas, 1987.

VELOSO, E. F. R.; DUTRA, J.S.; NAKATA, L. E. Percepção sobre carreiras inteligentes: diferenças entre as gerações Y, X e baby boomers. In: ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓSGRADUAÇÃO

EM ADMINISTRAÇÃO, 32., 2008, Rio de Janeiro. Anais... Rio de Janeiro: ANPAD, 2008. CD-ROM.

YIN, R. K. Estudo de Caso: planejamento e métodos. Porto Alegre: Bookman, 2001.