

Geração Y busca trabalho com lazer

Mais jovens lidam com emprego da mesma forma como se relacionam com tecnologia

Capacitar equipes formadas por profissionais da geração Y é desafio que empresas de diferentes setores e portes enfrentam atualmente. Pesquisa publicada no *Journal of Management*, que comparou a relação que pessoas de três gerações diferentes têm com o trabalho, mostra que os jovens nascidos no fim da década de 1980 encaram o emprego apenas como uma maneira de pagar as contas. Além disso, querem desfrutar de *status* e ter bons salários.

Outra conclusão do estudo internacional é que os filhos da Geração Y também querem empregos que possibilitem muitas horas de lazer. Mas não para por aí: muitos feriados e também ritmo de trabalho moderado são o que enchem os olhos dos novos trabalhadores. Integrantes dessa geração também não gos-

tam de fazer hora extra.

TECNOLOGIA

O comportamento desses profissionais com o emprego é o mesmo de como lidam com as ferramentas digitais que costumam acessar com frequência. Uma pesquisa da *Triad PS*, realizada com 1.606 pessoas, mostrou que quando os jovens trabalham em

Pesquisa aponta que jovens passam 36% do tempo na internet

computador com conexão à *web* passam pelo menos 36% do tempo navegando na internet.

Além disso, 21% admitiram que normalmente perdem a

concentração por conta do uso de comunicadores instantâneos de forma indiscriminada; e cerca de 85 % dos profissionais que responderam à pesquisa acessam as redes sociais no trabalho.

RISCO

Somando a redução na produtividade, tais compor-



Filhos da Geração Y buscam oportunidades que possibilitem horas de lazer, status, boas remunerações, feriados e também ritmo de trabalho moderado

tamentos elevam as chances de perigo para as empresas.

Outro estudo mundial, realizado recentemente pela McAfee, empresa especializada no desenvolvimento de softwares de se-

gurança, apontou que 50% das empresas, inclusive por parte das brasileiras, se preocupam com os riscos de segurança da informação advindos do uso irresponsável da web 2.0, es-

pecialmente dos sites de relacionamento. No Brasil, os mais famosos são o Orkut e Facebook.

Ainda segundo o levantamento, seis entre dez empresas (60%) já sofreram

perdas de aproximadamente US\$ 2 milhões, cada uma com incidentes ligados à segurança, no último ano. Valor que soma perdas coletivas de mais de US\$ 1,1 bilhão. **da Redação**

