



Szepy\_CANVA

MERCADO DE TRABALHO

## EXISTE ETARISMO NA ÁREA COMERCIAL? DIFERENÇAS GERACIONAIS NO SETOR DE VENDAS

Quando se fala em mercado de trabalho, um dos temas mais sensíveis está no aproveitamento de profissionais mais maduros. E, como não poderia ser diferente, a área comercial também esbarra nesse debate, que envolve um conceito chamado “etarismo”, ou seja, a discriminação contra indivíduos ou grupos etários com base em estereótipos associados à idade.

São inúmeros os desafios, incluindo a busca por diferentes formas de motivação para profissionais que passam muitos anos na mesma área de atuação ou a dificuldade que esses indivíduos com mais idade encaram quando tentam iniciar ou retomar uma carreira na área comercial.

Com base nisso, o coordenador de vendas do Atendimento Corporativo do Senac São Paulo, Jonas Rogério Carvalho, lista algumas das principais dúvidas sobre etarismo no setor. São questionamentos que passam por antigos dilemas, como ser jovem demais para ser gestor ou ser mais velho do que uma função de campo poderia exigir.

**Como identificar e combater os casos de etarismo?** – Este é um dos vários tipos de preconceito que ainda estão inseridos na sociedade. Ele pode se manifestar em atitudes individuais e até mesmo em políticas e práticas institucionais, em um movimento que acaba contribuindo com a perpetuação da discriminação etária. O curioso é que, embora o etarismo continue dando as caras, vivemos um tempo de melhora na expectativa de vida, estimada em 76,8 anos para os brasileiros.

Uma das consequências disso é um aumento na longevidade - com manutenção da produtividade - das pessoas enquanto profissionais. O problema é que nem sempre esses trabalhadores mais velhos são bem recebidos em equipes mais jovens, principalmente em ambientes que exigem maior exposição à tecnologia e tomadas de decisão mais rápidas.

O etarismo, como qualquer outra modalidade de preconceito, provoca diversas consequências para a vida das pessoas. Desde a falta de oportunidades de educação de qualidade até a dificuldade para encontrar bons empregos e alcançar crescimento profissional e estabilidade emocional. Só podemos reverter este cenário dando oportunidades iguais a todos, independentemente da idade, da cor da pele ou orientação sexual.

Ao olharmos especificamente para o etarismo, podemos perceber que ele se manifesta muitas vezes já nos processos



Miklo Lemola\_CANVA

problemas sociais muito sérios, que ficam evidentes quando observamos os públicos mais vulneráveis”.

**Como a área comercial lida com o etarismo?** – Assim como em qualquer outra área profissional, o setor de vendas também convive diariamente com casos de etarismo, desde processos seletivos até os critérios usados para promoções a cargos mais importantes.

Além disso, é comum usar a idade como fator para dizer que um vendedor não tem mais condições de exercer a atividade, pelo ritmo e pela suposta inadequação de linguagem com o público-alvo, ou para evitar que um jovem assuma um cargo de gestão por considerar a idade um impeditivo para uma função hierarquicamente superior.

“Quando levamos em consideração apenas a idade, não pensamos em quanto a diversidade geracional auxilia o desenvolvimento da área de vendas de uma empresa. Os vendedores mais seniores podem ajudar muito a compor equipes mais qualificadas, mostrando caminhos e atalhos para atingir as metas, servindo de referência para os mais jovens”, pontua o especialista.

**Os desafios para manter a motivação a longo prazo e identificar perfis** – Manter a automotivação é o segredo de carreiras mais longevas. A sensação de acordar pela manhã e se sentir desafiado positivamente pelo dia que está por vir é algo que deve ser trabalhado de forma permanente e que a área comercial depende desse espírito para que os vendedores consigam impactar o público e atingir as metas da empresa.

Quando falamos de profissionais maduros que estão buscando ingressar na área de vendas, o caminho certamente passará por desafios e aprendizados diários e, consequentemente, ter disposição para encará-los. Faz-se necessário, por exemplo, se manter atualizado em estudos e na literatura sobre o setor de vendas, além da abertura para se adaptar a novas linguagens e ao convívio com gerações diferentes.

Já quando voltamos ao dilema de ser velho ou jovem demais para uma função, primeiro devemos lembrar que esse problema não é algo exclusivo da realidade brasileira. É uma dúvida que paira sobre o mercado de trabalho global. E a resposta deveria ser simples: se fizermos uma análise só do profissional, de suas competências, experiências e resultados, não daremos importância apenas a idade, mas a uma análise mais qualificada.

Em resumo, o perfil de um bom vendedor exige muita motivação e senso de perspectiva, olhar para o futuro, disciplina e perseverança, competências que independem da idade. Ao mesmo tempo, os líderes de vendas devem ter como principais características a ativação das equipes em busca de resultados, além da preocupação constante com a gestão de pessoas.

“O fato é que não existe uma receita pronta para buscarmos os melhores profissionais de vendas no mercado. Só temos uma certeza: a idade não pode influenciar nesta escolha. E é urgente que líderes e gestores tenham cada vez mais o cuidado para promover essa inclusão nos processos seletivos e, posteriormente, treinar e desenvolver a equipe antes de pensar em trocar os colaboradores”, finaliza Carvalho. - Fonte e outras observações, acesse: (www.corporativo.sp.senac.br).



StudioMent\_CANVA