



IMPACTOS E TRANSFORMAÇÕES: O QUE MUDA COM A ENTRADA DA GERAÇÃO Y NAS ORGANIZAÇÕES? UM ESTUDO DE CASO NAS FACULDADES DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS SANTO AGOSTINHO, EM MONTES CLAROS/MG

Naiara Vieira Silva Ivo, Karen Torres Correa Lafeta de Almeida, Patricia Fernanda Heliodoro dos Santos, Christiane Oliveira Andrade, Fabiana Pereira Mori

INTRODUÇÃO: Considerando a importância da discussão desse tema nas organizações atualmente, identificou-se a necessidade de um estudo sobre o assunto, contemplando especificamente a entrada da chamada geração Y no contexto social, uma vez que são perceptíveis as diferenças existentes entre o comportamento e perfil das pessoas nascidas em épocas distintas. A junção de ambas as forças de trabalho, dividindo o mesmo espaço, pode provocar impactos, desequilíbrios e conflitos no ambiente organizacional, já que divergem muito de opinião. Tendo em vista que essa geração vai compor representativamente uma parcela no mercado de trabalho, este estudo busca auxiliar os gestores, a entender como gerir esses profissionais. Com base nas contínuas transformações ocorridas nos últimos séculos, no seio da sociedade que refletem consequentemente no mercado de trabalho, o objetivo deste artigo é verificar quais delas ocorrem com a chegada dessa geração Y nas organizações. É composto também pelos objetivos específicos sendo eles, contextualizar o conceito de gerações; caracterizar as gerações baby boomer, X e Y; analisar a ocorrência de conflitos geracionais nas organizações; e identificar, especificamente, quais as expectativas e o sentido de trabalho para os novos entrantes no mercado que fazem parte da geração milênio.

A EVOLUÇÃO DAS GERAÇÕES NOS SÉCULOS XX E XXI: Ao longo do tempo, a sociedade presenciou vários períodos marcantes. Tais eventos, de alguma forma, influenciaram na formação da personalidade das pessoas que vivenciaram nessas épocas, classificando esses indivíduos como um grupo, com experiências de vida semelhantes, a qual se pode chamar de geração. (LADEIRA; COSTA; COSTA, 2013 apud FORQUIN, 2003). Hoje, é possível identificar a participação assídua de três gerações distintas no mercado de trabalho, sendo elas: *geração baby boomer* (1945 – 1964), compreende pessoas que nasceram durante ou após o fim da Segunda Guerra Mundial; *geração X* (1964 – 1979), inclui aqueles que vivenciaram uma época marcada por fatos históricos e movimentos revolucionários, como o período de Ditadura no Brasil; *geração Y* (1980 – 2000), constituída por pessoas que nasceram em um período de prosperidade econômica e revolução tecnológica, são rodeados de informações e questionadores. (OLIVEIRA, 2009).

Os jovens da Geração Y são ansiosos demais e não são acostumados à hierarquia, burocracias e ambientes autoritários, gosta de ser reconhecida pelo que faz e de utilizar seus conhecimentos para atingir as metas da empresa, além de necessitar de feedback constante por parte de seus líderes. (LADEIRA; COSTA; COSTA, 2013). Oliveira (2010, p. 85) afirma que:



“A geração Y é jovem, o que significa estar em fase de transição e, conseqüentemente, ser contraditória em suas atitudes e escolhas”. Uma característica comum que pode ser encontrada nos profissionais desta geração é o interesse pessoal e de crescimento que está acima dos interesses coletivos. Isso faz com que mudem de emprego com facilidade se o mesmo não está lhes satisfazendo pessoalmente e profissionalmente. Para esta geração é fundamental trabalhar no que lhe dá prazer e reconhecimento. Ela sonha com um emprego que signifique algo. São questionadores, é preciso entender o porquê e o propósito do que será desenvolvido. São indivíduos “multitarefa”, pois conseguem fazer mais de uma atividade ao mesmo tempo, e que buscam equilíbrio entre vida pessoal e profissional, priorizando suas horas de lazer. Esses indivíduos cresceram sob o advento da globalização, e presenciaram de perto o desenvolvimento de novas tecnologias no mercado, como a internet. Ambos os acontecimentos, os favoreceram, pois lhes proporcionaram amplo acesso a informações e conhecimento, além de desenvolverem uma notória facilidade de manusear tais equipamentos. Como estão acostumados a lidar com mudanças e tecnologias, constantemente desejam adquirir novos produtos, recém-lançados nas mídias, o que evidência seu poder de consumo exacerbado. (OLIVEIRA, 2010).

MERCADO DE TRABALHO E O SEU SENTIDO NA PERSPECTIVA “Y”: Assim como na sociedade, as organizações são formadas por pessoas que apresentam diferenças entre si expressivas. Quando falamos em acomodar indivíduos com culturas diferentes e nascidos em gerações distintas se torna ainda mais complicado. Contudo, é de suma importância que haja um bom relacionamento entre as pessoas que compartilham do mesmo ambiente de trabalho. Conforme Dubrin (2006), a existência do conflito nas organizações é uma realidade de dimensão universal que tem feito com que os administradores gastem em torno de 20% de sua administração identificando e procurando soluções para os conflitos. Oliveira (2010, p.74), “o conflito entre as gerações anteriores e a geração Y se dá, à medida que os mais velhos tentam julgar os mais novos pela “ciência do retrovisor”, ou seja, utilizando modelos de suas próprias gerações”. Intensas transformações vêm afetando a sociedade, e algumas delas influenciam diretamente o mercado de trabalho, como a introdução de novas tecnologias. (CAVAZOTTE; LEMOS; VIANA, 2012, apud BALASSIANO E COSTA, 2006; DUTRA, 2010). Assim, é necessário encontrar profissionais atualizados e conscientes de sua realidade. E a geração Y traz para o mercado uma nova cultura e um novo conjunto de padrões comportamentais. Geralmente, são pessoas com iniciativa e grande capacidade de resolver problemas, pois se desenvolvem bem em espaços criativos. (OLIVEIRA, 2010).

METODOLOGIA: O presente trabalho busca identificar quais as transformações ocorrem no contexto organizacional, com a inserção da geração Y. Com este intuito, foi realizada uma pesquisa que se caracteriza como descritiva, exploratória, e explicativa. Quanto aos procedimentos, trata-se de uma pesquisa bibliográfica, documental e estudo de caso. A abordagem utilizada foi de natureza qualitativa. O instrumento utilizado para a coleta de



dados foi um questionário composto por 25 questões. A amostra utilizada foi não probabilística e por julgamento do pesquisador. Foram pesquisados 100 acadêmicos, e a amostragem feita foi de 93, visto que entre os pesquisados, 7 não se enquadravam no perfil para estudo. Dentre os respondentes, estão alunos do segundo ao oitavo período do curso de administração das Faculdades de Ciências Sociais Aplicadas Santo Agostinho – FACISA, campus shopping em Montes Claros, MG.

ANÁLISES DOS DADOS: Após a aplicação dos questionários observou-se que quanto ao gênero dos entrevistados percebe-se que as mulheres vêm buscando se capacitar mais, através do estudo, conciliando-os com o trabalho e atividades domésticas. Os indivíduos da geração Y, estão preocupados com o seu futuro profissional. Antes de constituírem uma família, eles visam atingir seus objetivos pessoais, e a participação desse público cursando o ensino superior tem crescido muito graças à existência de políticas públicas incentivadoras. Essa geração é formada por indivíduos entre 15 a 35 anos, ávidos por informações, e que buscam se capacitar para encontrar um bom emprego, e ser reconhecida por seu desempenho. Estão em busca de oportunidades, crescimento profissional e desenvolvimento pessoal. Com base na coleta de dados, identificou-se que dos graduandos do curso de administração que foram pesquisados, 92% encontram-se exercendo atividades no mercado de trabalho regularmente. Esta geração se mostra engajada no mercado, trabalham e estudam. Conseguem, mesmo que com dificuldade, conciliar ambas as jornadas. São curiosos, questionadores, multidisciplinares e conectados, pois utilizam a internet e o celular como sua principal fonte de informações e rede de net working. Nota-se que esta geração está sempre atenta a respeito de inúmeros assuntos e têm acesso a estas informações facilmente. O uso das mídias sociais é muito utilizado por ela o que evidencia o crescimento dos meios de comunicação utilizados por eles. No que se refere à entrada da geração Y no mercado de trabalho, observa-se que existe, por parte desses indivíduos uma alta rotatividade. Percebe-se que a remuneração não é fator determinante para que esse indivíduo se mantenha fixo em um determinado trabalho. Eles almejam reconhecimento, e buscam fazer diferença, realizar algo que lhes faça sentido e dê prazer, além de flexibilidade. Nota-se que as organizações apresentam uma nítida diversidade cultural, no que se refere à idade de seus colaboradores. Essas diferenças podem ser benéficas para as empresas, se estas souberem aproveitar o que cada geração tem de melhor para oferecer no campo profissional. Todavia, tem que lidar com possíveis conflitos que vieram a surgir.

CONSIDERAÇÕES FINAIS: Ao término do estudo, verificou-se que ocorreram intensas transformações na sociedade. A entrada de profissionais da geração Y no mercado de trabalho é uma delas. Foi constatado que a geração Y possui indivíduos impacientes, que almejam ascensão e desenvolvimento profissional com rapidez. Como nasceram sob o advento da internet, estão diariamente conectados a inúmeras informações, pensam que sabem muito, e questionam o que acontece ao seu redor. Possuem muita facilidade para desenvolver múltiplas tarefas, e conseguem manusear facilmente qualquer aparelho eletrônico. São pessoas que querem trabalhar com algo que gere significado para elas, e esperam feedback. Esse grupo de indivíduos é ousado, criativo, dinâmico e insaciável, pois são difíceis de agradar. Essa geração evidencia pouco comprometimento organizacional, se estiveram insatisfeitos com o emprego e não se sentirem valorizados não se fixa no trabalho por muito tempo e procura outro. Aspectos que para eles são fundamentais para sua permanência na organização não são levados em consideração, e a consequência disso é a desmotivação e posteriormente o



desligamento da empresa. Alguns arriscam e viram empreendedores, abrindo o próprio negócio. Essa geração gera mudanças significativas para o contexto organizacional com a facilidade que tem de acesso a informação, utilização e domínio de tecnologias, ousadia, desprendimento, criatividade e uma notável rede de net working nas redes sociais. Além disso, são ambiciosos, decididos e convivem bem com a diversidade social.

REFERÊNCIAS:

CAVAZOTTE, Flávia S. C. Neves; LEMOS, Ana H. da Costa; VIANA, Mila D. de Aquino. **Novas gerações no mercado de trabalho: expectativas renovadas ou antigos ideais?** In: Cadernos EBAPE.BR – Fundação Getúlio Vargas (FGV). Rio de Janeiro, 2012. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/cebape/v10n1/11.pdf>>. Acesso em 23 abr. 2015.

DUBRIN, Andrew J. **Fundamentos do Comportamento Organizacional**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2006.

LADEIRA, Lílian B.; COSTA, Débora V. Ferreira; COSTA, Marcos Paulo do Couto. **O Conflito de Gerações e o Impacto no Ambiente de Trabalho**. In: IX Congresso Nacional de Excelência em Gestão, 2013. Disponível em: <http://www.excelenciaemgestao.org/Portals/2/documents/cneg9/anais/T13_0574_3783.pdf>. Acesso em 03 nov. 2014.

OLIVEIRA, Sidnei. **Geração Y: A era das conexões – tempo dos relacionamentos**. São Paulo: Clube dos Autores, 2009.

_____. **Geração Y: O Nascimento de uma nova versão de líderes**. São Paulo: Integreare Editora, 2010.