

UNIVERSIDADE ESTADUAL DE MATO GROSSO DO SUL

UNIDADE UNIVERSITARIA DE MARACAJU

CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

NATHALIA CÉ CANEVER AMARILA

AS CARACTERISTICAS DA GERAÇÃO Y: UM ESTUDO COM ALUNOS DO
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO DA UEMS - MARACAJU

MARACAJU – MS

2015

UNIVERSIDADE ESTADUAL DE MATO GROSSO DO SUL

UNIDADE UNIVERSITARIA DE MARACAJU

CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

NATHALIA CÉ CANEVER AMARILA

AS CARACTERISTICAS DA GERAÇÃO Y: UM ESTUDO COM ALUNOS DO
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO DA UEMS - MARACAJU

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado a UEMS
Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul – Unidade de
Maracaju – como exigência parcial para obtenção do grau de
Bacharel em Administração, sob orientação do Professor Dr.
Airton Pinto de Moura.

MARACAJU – MS

2015

UNIVERSIDADE ESTADUAL DE MATO GROSSO DO SUL

REITOR

Prof. Dr. Fábio Edir dos Santos Costa

VICE- REITOR

Prof. Dr. Laércio Alves de Carvalho

COORDENADOR DE CURSO

Prof. Alex Sandro Richter Von Mühler

ORIENTADOR

Prof. Dr. Airton Pinto de Moura

A monografia intitulada “AS CARACTERÍSTICAS DA GERAÇÃO Y: UM ESTUDO COM ALUNOS DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO DA UEMS - MARACAJU” apresentada por Nathalia Cé Canever Amarila, como exigência parcial para obtenção do grau de Bacharel em Administração da UEMS Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul – Unidade de Maracaju, foi _____.

Maracaju MS, ____ de _____ de ____.

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Airton Pinto de Moura (Orientador)

Prof. Alex Sandro Richter Von Mühler

Prof. Wilson Correa da Silva

Aos meus pais, pelo amor incondicional e
por acreditarem em mim e nos meus
sonhos.

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus pelo dom da vida, e pelos desafios que me proporciona a cada dia, sem deixar que eu desista diante deles.

Agradeço aos meus pais Rosane e Valdeir, por todo o apoio que me deram em toda a minha vida, pela paciência nos momentos de indecisão, pela força nos momentos da minha fraqueza e agradeço principalmente por serem pessoas que possuem valores morais e familiares tão dignos e que souberam passar isso aos seus filhos de forma imensamente carinhosa; à minha mãe, por ser sempre dedicada, batalhadora, preocupada e atenciosa com seus filhos, ao meu pai, agradeço por ser um exemplo de homem, de pai e de amigo. Aos meus irmãos, Beatriz e João Gabriel, agradeço simplesmente por existirem e dividirem tantos sorrisos comigo.

Agradeço ao meu esposo Cecilio, pelo apoio incondicional que me deu nessa caminhada, pelo abraço apertado quando tudo parecia dar errado e por acreditar nos meus sonhos – mesmo sendo estes os mais loucos.

Por fim e não menos importante, agradeço ao meu orientador Prof. Dr. Airton Pinto de Moura, pela atenção e paciência, pelos ensinamentos que me passou e principalmente pelo incentivo que me deu neste momento final da graduação.

Não sabendo que era impossível, foi lá e fez.
(Jean Cocteau)

RESUMO

O mundo corporativo apresenta muitas diferenças com o passar dos anos. A força de trabalho atual dividiu-se em três grupos atuantes principais: *Baby Bombers*, Geração X e Geração Y. Com a entrada dos jovens da geração Y, surgiu a discussão sobre as suas características, principalmente por serem considerados tão diferentes das demais gerações que a antecedeu. Portanto, o presente trabalho apresenta um estudo sobre os alunos da Geração Y do curso de Administração da Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul, unidade de Maracaju. O objetivo da pesquisa é aprofundar conhecimentos sobre o perfil desta geração, a fim de compará-los com demais pesquisas buscando entender se essas pessoas podem ser consideradas como um todo, ou seja, se possuem as mesmas características consideradas extremamente marcantes.

Palavras-chave: gerações, Geração Y, mercado de trabalho, características, jovem, perfil.

LISTA DE FIGURAS

Gráfico 1 - Sexo.	30
Gráfico 2 - As gerações.....	31
Gráfico 3 - Estado civil.	32
Gráfico 4 - Moradia atual.	32
Gráfico 5 - Possui outro idioma.	33
Gráfico 6 - Faixa de renda.....	34
Gráfico 7 - Tempo em que atua no mercado de trabalho.....	35
Gráfico 8 - Quantas empresas já trabalharam.....	35
Gráfico 9 - Motivo da saída dos empregos anteriores.....	36
Gráfico 10 - Setor de ocupação atual.....	37
Gráfico 11 - Como prefere desenvolver as atividades no trabalho.....	38
Gráfico 12 – Por que trabalham.	39
Gráfico 13 - Qual característica atribui a si profissionalmente.....	39
Gráfico 14 - O que considera importante na comunicação interna da empresa.....	40
Gráfico 15 - Característica das empresas que atraem a Geração Y.	41

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	10
1.1 TEMA E PROBLEMA.....	10
1.2 JUSTIFICATIVA.....	11
1.3 HIPÓTESE.....	12
1.4 OBJETIVOS.....	13
1.4.1 OBJETIVO GERAL	13
1.4.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS	13
2 REVISÃO DE LITERATURA	14
2.1 O MERCADO DE TRABALHO	14
2.2 DEFINIÇÃO DE GERAÇÃO	15
2.3 GERAÇÕES QUE ANTECEDERAM A GERAÇÃO Y.....	16
2.3.1 GERAÇÃO <i>BABY BOMMERS</i>	16
2.3.2 GERAÇÃO X.....	17
2.4 GERAÇÃO Y	17
2.4.1 DEFINIÇÃO.....	17
2.4.2 CONTEXTO HISTORICO	18
2.4.3 CARACTERISTICAS DA GERAÇÃO Y	19
2.4.4 GERAÇÃO Y E O AMBIENTE DE TRABALHO	20
2.4.5 MOTIVAÇÃO NA GERAÇÃO Y.....	24
2.4 CONFLITOS ENTRE AS GERAÇÕES	26
3 METODOLOGIA.....	27
3.1 CENÁRIO DA PESQUISA	28
3.2 COLETAS DE DADOS	28
3.3 ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS	29
4. RESULTADOS E DISCUSSÕES	30
4.1 PERFIL SOCIAL	30
4.2 PERFIL EMPRESARIAL DA GERAÇÃO Y.....	34
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	43
5.1 CONCLUSÃO	45
REFERENCIAS.....	47
APÊNDICE	51

1 INTRODUÇÃO

1.1 TEMA E PROBLEMA

Cada geração é fruto da educação que recebeu de seus pais e também da interação com o ambiente e a sociedade em que vivem. Nos últimos anos, o mundo vem passando por diversas mudanças, que alteram profundamente o comportamento das pessoas. Em suas diferentes épocas, o mercado de trabalho passa por transformações com a inserção de novos grupos de trabalhadores. Nos dias atuais, o que se vê nas organizações é a entrada de uma geração que visivelmente possui características extremamente marcantes e é bem diferente de todas as outras já existentes: a Geração Y. O ingresso desses profissionais no mercado de trabalho tem despertado interesses e curiosidades principalmente com relação ao impacto do seu comportamento perante as empresas e conseqüentemente com as demais gerações.

Estes jovens já nasceram em um mundo de grandes mudanças: são de famílias menores se comparados aos seus avôs, saem da casa dos pais cada vez mais tarde e são extremamente preparados educacionalmente, pois foram estimulados a buscarem as melhores instituições de ensino tendo apoio total da família para seguir tudo aquilo que têm vontade, buscam constantemente o equilíbrio entre vida profissional e pessoal, uma vez que acreditam na importância de viver o momento mas sem deixar de planejar o futuro, e principalmente, são ligados desde pequenos a tecnologia, o que faz com que não se surpreendam com inovações, pelo contrário, vivem rodeados dela tornando o mundo cada vez “menor” aproximando pessoas e conhecimento.

Com características tão distintas, principalmente quando comparados aos colegas de trabalho da geração anterior, que tiveram que se adaptar de forma repentina às modernidades tecnológicas, trabalharam por muitos anos para conquistarem altos cargos, e passaram mais tempo nos escritórios deixando a vida pessoal de lado para que alcançassem o sucesso profissional, é compreensível que haja dificuldades na comunicação e principalmente falta de sintonia relacionado ao comportamento da Geração Y, o que levou a ampla discussão atualmente, a respeito da conduta profissional destes jovens. Diante disso, apresenta-se a seguinte questão de estudo: é possível afirmar que todos os membros da Geração Y possuem as mesmas características?

1.2 JUSTIFICATIVA

O mercado de trabalho atual vive um momento jamais visto antes: três gerações - *Baby Boomers*, Geração X e Geração Y - convivendo no mesmo ambiente, e tendo que se familiarizar com as características umas das outras e aprender em conjunto a respeitar as diferenças. A existência dessas diferentes gerações atuando no mesmo mercado tem sido muito analisada com o objetivo de por em discussão as particularidades de cada uma delas com relação ao conjunto de suas crenças, valores e prioridades profissionais.

Com o passar do tempo, o mercado de trabalho passou a ser mais competitivo, e, com isso, a Geração Y se tornou representante de uma era de profissionais mais exigentes em relação a conquistas profissionais e às empresas nas quais trabalham. Desta maneira, os profissionais galgam suas carreiras em busca de fatores motivacionais e, quando as empresas em que trabalham não suprem as suas necessidades, acabam buscando no mercado outras que superem as suas expectativas.

Identificar, reter e motivar bons profissionais em um mundo repleto de opções, possibilidades e diferenças, tem sido um grande desafio para o mundo corporativo atual. Entender o que realmente desejam para o futuro a Geração Y tem sido um dos grandes desafios de pesquisadores, pois nunca um determinado grupo de pessoas, teve tantas diferenças de personalidade e aspirações de carreira como esta que esta.

O presente tema de estudo é relevante para as organizações em geral, pois auxilia na compreensão das características e expectativas particulares dessa nova geração, compreensão esta que é fundamental para reter e mantê-los em sua empresa. Por possuírem características tão distintas, conceitos básicos para a permanência de um funcionário, como altos salários, já não garantem a permanência, portanto, é preciso rever alguns conceitos.

Para o meio acadêmico, o tema proposto esta ainda em desenvolvimento, tendo poucos trabalhos publicados, sendo que alguns destes divergem das datas que delimitam cada geração e não deixam de forma clara os seus objetivos, portanto a presente pesquisa pode vir a servir como incentivo para futuras pesquisas que aprofundem ainda mais o tema.

1.3 HIPÓTESE

Definir uma geração não é tarefa fácil, pois as pessoas tendem a se diferenciar umas das outras, mesmo quando inseridas no mesmo ambiente, tendo assim, suas características pessoais muito bem definidas. Porém, quando se fala sobre o ambiente organizacional, é comum atualmente definir grupos de pessoas por gerações, e estas, são divididas de diversas formas, entre elas, conforme suas características.

Os conflitos na gestão produzidos pelo choque das gerações existem desde os primórdios da humanidade fazendo parte do processo de evolução dos seres humanos e são necessários para o desenvolvimento e o crescimento de qualquer sistema familiar, social, político e organizacional. Contudo, nos últimos anos, tem-se falado muito, principalmente por meio da internet, sobre a Geração Y e as características que a torna tão diferente das outras gerações que já passaram pelo mercado de trabalho.

O aspecto que tem grande impacto na realidade das gerações presentes no mercado de trabalho é a diferença de atitudes características de cada uma delas. Essas atitudes interferem de forma direta sobre as expectativas e motivações das pessoas alterando completamente a qualidade dos relacionamentos e provocando desgastes e conseqüentemente desentendimentos. Essas gerações manifestam influencias mutuas e possuem peculiaridades fundamentais que quando utilizadas da melhor forma, se torna um ciclo de aprendizado entre todas as gerações envolvidas.

Portanto, a chave para o equilíbrio entre as gerações, principalmente quanto à entrada da Geração Y nas organizações é entender o que cada um tem a colaborar e a ensinar ao outro, utilizando as características profissionais como foco para um bem maior. É necessário se aprofundar um pouco mais no comportamento da Geração Y para evitar julgamentos precoces baseados apenas em estereótipos e deixar de julgar os comportamentos de toda uma geração, como se fosse atitudes de apenas uma pessoa. Mesmo havendo comportamentos parecidos, cada ser carrega consigo valores e aprendizados que definem o indivíduo como seres únicos, se distinguindo uns dos outros.

1.4 OBJETIVOS

1.4.1 OBJETIVO GERAL

Analisar as características dos alunos da Geração Y do curso de Administração da Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul, Unidade de Maracaju.

1.4.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS

- ✓ Identificar os alunos das gerações *Baby Bombers*, X e Y entre os acadêmicos do curso de Administração, da UEMS, unidade de Maracaju;
- ✓ Traçar o perfil dos acadêmicos da Geração Y; e,
- ✓ Verificar se as características atribuídas a Geração Y são encontradas no grupo de alunos do curso pesquisado.

2 REVISÃO DE LITERATURA

2.1 O MERCADO DE TRABALHO

É importante reconhecer que as pessoas não trabalham apenas pela remuneração, elas procuram outros retornos que justifiquem o tempo, a energia e o esforço mental e emocional que dedicam à empresa. A integridade requer que a empresa contribua para satisfazer as necessidades de autoestima, criatividade, crescimento profissional e socialização dos funcionários na medida em que eles contribuem para o alcance dos objetivos da empresa (DEEPROSE, 1995).

No mundo contemporâneo, a valorização das organizações no mercado esta cada vez mais vinculada ao que as mesmas possuem de capital intelectual, ficando em segundo plano, os ativos imobilizados antes considerados como única fonte de valor. O foco da gestão moderna é priorizar o aumento das vantagens competitivas no mercado, incentivando a implantação de ideias inovadoras e criativas que advêm do conhecimento e da riqueza intelectual das pessoas.

Por mais que as organizações mantenham forte influencia na forma de percepção das pessoas para com seus empregos e carreiras, elas têm deixado de ser um desejo exclusivo dos profissionais, sendo de conciliação entre a carreira e as necessidades pessoais e familiares do indivíduo trabalhador (VELOSO, DUTRA E NAKATA, 2008).

Desde o inicio da década de 90 as organizações estão se preparando para mudanças que poderiam refletir nos negócios. A possibilidade de *bug* nos sistemas, a necessidade de inovação mais acentuada em produtos e serviços, a mulher ocupando maior espaço no mercado de trabalho, a economia global acontecendo a todo vapor, entre outros fatores tornaram a gestão das organizações cada vez mais dinâmica e desafiadora. Entre esses motivos encontra-se a entrada de um novo perfil de mão de obra nas organizações, identificado por geração Y (REISENWITZ, YVER, 2009; apud MELO, SANTOS e SOUZA, 2013).

As transformações em curso colocam as organizações diante do desafio de seguir motivando e envolvendo uma força de trabalho com menor propensão a desenvolver laços de lealdade e a comprometer-se com as organizações nas quais atuam: se efemeridade dos vínculos empregatícios é a promessa do mundo

produtivo desse início de século, a ligação volúvel tem sido a resposta frequente dos trabalhadores em um contexto em que “tudo o que é sólido, desmancha no ar” (BERMAN, 1998 apud CAVAZOTTE, LEMOS E VIANA, 2012).

2. 2 DEFINIÇÃO DE GERAÇÃO

Segundo Motta (2011) os critérios fundamentais utilizados pela sociedade para integração e interação social eram apenas idade e sexo/ gênero, porém nos últimos anos tem aumentado o número de estudos que investigam as gerações sob perspectiva cronológica, ou seja, a definição da formação de uma geração baseada num conjunto de vivências comum, visões do mundo, entre outros, que seriam compartilhados pelos indivíduos que viveram dentro de um mesmo período histórico (KUPPERSCHMIDT, 2000; LOMBARDIA et al 2008, POUGET,2010).

Forquin (2003) concorda com Kopperschmidt e completa dizendo que o termo geração é utilizado com frequência no sentido de classe ou de categoria de idade característica. Segundo o autor, o conceito de geração na concepção histórica e sociológica designam um conjunto de pessoas que nasceram mais ou menos na mesma época e que têm em comum uma experiência histórica idêntica ou uma proximidade cultural. O conceito de geração não envolve apenas pessoas da mesma idade, criadas por um mesmo tipo de influência educativo, política e cultural, ou que vivenciaram e foram impressionadas pelos mesmos eventos, são pessoas que desenvolveram e receberam um conjunto de conhecimentos parecidos, ou seja, perpetuam valores em comum. Kullock (2011 apud Müller e Dewes, 2011) também propõe que uma geração engloba o conjunto de indivíduos nascidos em uma mesma época, influenciados por um contexto histórico específico que determina comportamentos, causando impacto direto na evolução da sociedade.

Oliveira (2009) também afirma que as estas semelhanças existentes são reflexos de uma vivência dos mesmos acontecimentos mundiais, os quais acabaram de certa forma, influenciando a vida e o modo de pensar de pessoas nascidas em determinada época.

Para Conger (1998 apud HALLMAN; CRUZ, 2012), as gerações são produtos históricos que influenciam profundamente os valores e a visão de mundo de seus membros. Esses eventos trazem às pessoas lembranças e emoções fortes, que

moldam profundamente suas ideias sobre instituições, autoridade, dinheiro, família e carreira.

Twenge (2010, apud SILVA et al 2013), completa o conceito de geração, dizendo que as estas não podem ser tratadas como agrupamentos separados de pessoas, mas sim como fruto de uma mudança social que ocorre com o passar do tempo.

Portanto, todos os autores citados defendem a mesma definição, de geração, caracterizando-a pelo período de tempo em que grupos de indivíduos convivem e que acontecimentos durante este momento é que marcam e delimitam a forma de agir e pensar destes seres deixando de lado o antigo conceito que acreditava que uma determinada geração era definida apenas pelo período em que nasceram, ou seja, indivíduos da mesma idade.

2. 3 GERAÇÕES QUE ANTECEDERAM A GERAÇÃO Y

2.3.1 GERAÇÃO *BABY BOOMERS*

Em termos gerais, *Baby Boomers* são os pais da Geração X e, avós da Geração Y, com algumas de suas características marcantes e hoje são líderes de outras gerações, que em meio a tanta tecnologia vivem em choque principalmente com a geração Y. Nascidos entre 1945 e 1960, período que segundo Oliveira (2010) foi marcado pela euforia diante de um cenário positivo no pós-guerra, resultando em um grande numero de nascimentos de crianças. Para Jorgesen (2003, apud SILVA et al 2013) no campo profissional, buscam empregos que tragam reconhecimento e fama, bem como empresas que sejam comprometidas, leais aos empregados e que tenham um plano de carreira de longo prazo. São comumente vistos como *workaholics* e querem mostrar que são poderosos dentro do ambiente de trabalho.

Segundo Loiola e Soares (2009, apud NOVELLI, HOFFMANN e GRACIOSO, 2011) *Baby Boomers* são os nascidos no pós-guerra, oriundos da explosão demográfica ocorrida após a II Guerra Mundial, foram influenciados por vários movimentos como dos direitos civis, dos deficientes, dos homossexuais, do feminismo, da liberdade sexual, pelos Beatles, Guerra do Vietnã e Guerra Fria. No Brasil, os principais marcos foram o movimento *hippie* e a Ditadura Militar. A geração

também fez parte do período de aumento da taxa de natalidade devido à estabilização das famílias, decorrente da prosperidade do período pós-guerra.

2.3.2 GERAÇÃO X

Sobre a Geração X, Loiola e Soares (2009, apud NOVELLI, HOFFMANN e GRACIOSO, 2011) dizem que foi influenciado pela globalização, pela carreira profissional dos pais, pela queda do Muro de Berlin, pelo fim da Guerra Fria, pela decadência de estadistas, pelo surgimento da AIDS, pelo contato com novas tecnologias, como videocassete e computador pessoal. Buscam equilíbrio entre a vida pessoal e profissional, são mais céticos e superprotetores, valorizam a flexibilidade e reconhecem a competência, ao invés da hierarquia ou do consenso como as gerações anteriores.

Castells (2008, apud Silva et al, 2013) lembra o fato importante do surgimento dos primeiros telefones celulares e a expansão da telefonia fixa e do uso dos computadores e da internet. Segundo Telles (2006), em decorrência da disseminação do uso da internet, popularizaram-se as mídias sociais, meios para facilitar a comunicação e o relacionamento entre as pessoas, como Orkut, Twitter, *Facebook* e blogs em geral.

Segundo Robbins (2006, SILVA, et al 2013), a Geração X teve sua vida moldada pela globalização, pela carreira profissional dos pais e pelo surgimento do computador. Esses indivíduos valorizam a flexibilidade, um estilo de vida equilibrado e buscam satisfação no trabalho. Colocam como prioridade a família e os relacionamentos, apesar de serem extremamente focados no trabalho e com isso valorizam a estabilidade.

2.4 GERAÇÃO Y

2.4.1 DEFINIÇÃO

No mundo atual, ao que se refere à capital humano, surge um grupo de pessoas que esta mudando a forma de pensar e de trabalhar, é a chamada Geração Y. Jovens profissionais de até 35 anos de idade com características, comportamentos e valores distintos aos modelos anteriores de funcionários.

Segundo Lancaster e Stillman (2011), a geração Y, também chamada geração do Milênio, *GenNext*, Geração *Google*, *Echo Boom* e até Geração *Tech*, conta com 76 milhões de pessoas e compõe o segmento de trabalhadores que mais cresce atualmente.

2.4.2 CONTEXTO HISTORICO

De acordo com Lacerda (2010, *apud* SILVA *et al*, 2013), o período de 1980 a 2000 foi marcado por crises econômicas políticas e sociais, que redefiniram as relações entre Estado e sociedade. Destacaram-se os seguintes marcos históricos: o movimento sindical em 1983, o movimento Diretas Já também em 1983 e 1984, a Nova Constituição Federal de 1988, a criação do Código de Defesa do Consumidor em 1990, e o governo de Fernando Henrique Cardoso (de 1995 a 2002). Além disso, nessas duas décadas, fatores relevantes figuraram no cenário brasileiro, tais como: o aumento do desemprego e do trabalho informal; os conflitos sociais; a flexibilização dos direitos trabalhistas; a ampliação dos serviços de saúde e educação para maiores parcelas da sociedade; a queda da mortalidade; e, o aumento da expectativa de vida.

Portanto, a Geração Y é filha dos pais que vivenciaram a ditadura militar. Segundo Calliari e Motta (2012), esta geração nasceu no retorno da democracia com pessoas sedentas por liberdade. O rigor e os princípios militares associados a castração ditatorial foram combatidos e surge uma geração mais flexível e aberta a mudanças.

Huntley (2006, *apud* Silva *et al*, 2013) menciona que devido aos marcos sociais, experiências vividas na infância e adolescência, seu dinamismo, inquietude e impaciência, *videogame*, música, internet e televisão, a Geração Y cria diferentes visões do mundo, e formas de decisões tomadas.

Já Serrano (2010, *apud* Silva *et al*, 2013), discorda em parte ressaltando que a Geração Y é uma geração relativamente nova, e que sua conceituação não está bem definida, porém sabe-se que nasceram em um mundo que estava se transformando em uma grande rede global. A internet, *e-mails*, redes de relacionamento, recursos digitais, fizeram com que fizessem milhares de amigos ao redor do mundo, sem sequer terem saído da frente de seus computadores.

2.4.3 CARACTERÍSTICAS DA GERAÇÃO Y

Em se tratando de geração Y, especificamente no Brasil, segundo Calliari e Motta (2012), esta é a geração que está presente em maior número. Conforme apresentado nos dados do CENSO realizado pelo IBGE em 2010, a maior parte da população brasileira tem entre 15 e 30 anos. Entre 1980 e 1995, nasceram cerca de 51 milhões de pessoas representando 27% da população do país. Oitenta e cinco por cento dos novos empregados formais gerados desde 2004 são de jovens.

Os filhos da Geração X receberam benefícios que seus pais não tiveram. Eles tiveram a chance de se focar nos estudos sem a necessidade de ter que trabalhar para ajudar no sustento familiar, receberam facilidades com o advento da tecnologia e da globalização e estão mais preparados para as transformações dinâmicas que estão ocorrendo a todo o momento, pois já estão acostumados a elas. Conforme afirmação de Maldonado (2009), ela é a primeira geração da história a ter maior conhecimento da que as anteriores de uma área essencial: a tecnologia.

Nota-se que os pais investiram ainda mais na educação dos jovens desta geração, principalmente na educação superior. Estes jovens gozam de certa legitimidade social para completar a instrução acadêmica e a maturidade social e econômica, postergando a entrada plena no mercado de trabalho (MARGULIS apud MELO e BORGES, 2007). Foram acostumados a ter voz em casa e na escola, sendo consultados sobre seus gestos e nas decisões da família ou dos grupos de trabalho do colégio. Contaram ainda, com uma criação baseada no diálogo e na cooperação. Santana e Gazola (2010, apud SILVA et al, 2013) complementam dizendo que a Geração Y também apresenta como característica um perfil inovador com tendências a mudanças e adaptações comportamentais e de liderança baseada em confiança e resultados. Além disso, demonstram a necessidade de dominar seu próprio estilo de vida, gostam de independência e são aliados da tecnologia.

No cenário da Geração Y, consolidou-se a cultura da não permanência, o conhecimento, da falta de garantias e a era da incerteza com mercados imprevisíveis. O progresso da tecnologia e a globalização facilitaram a interconexão global, mas aumentaram a desigualdade social e econômica. Na composição das famílias, a redução do número de filhos e o aumento da expectativa de vida, as profundas mudanças do papel da mulher, o crescente número de divórcios e novas

uniões, entre outros fatores, influenciaram a renovação dos valores e os estilos de convívio (MALDONADO, 2009).

Os Y são reconhecidos por características relacionadas com o ritmo de mudança, a interatividade, o acesso à informação e o entendimento do mundo. Estes jovens têm uma visão mais global e são engajados com conceitos de sustentabilidade e responsabilidade social. Essa geração é multitalentosa, superestimulada, socialmente consciente, exigente e criativa (LIPKIN; PERRYMORE, 2010 apud SILVA, et al, 2013).

2.4.4 GERAÇÃO Y E O AMBIENTE DE TRABALHO

Um tema geracional de destaque atualmente na mídia e nas organizações é a gestão dos jovens que estão ingressando no mercado de trabalho. Esses profissionais apresentam características distintas que por diversas vezes entram em conflito com o modo tradicional de trabalho nas organizações. Eles chegam com habilidades tecnológicas acima do esperado e demandas diferentes em termos de velocidade de aprendizado e carreira, aspectos que fizeram com que gestores e as organizações necessitem de adaptações para a atração e retenção desses profissionais (LIPKIN; PERRYMORE, 2010 TAPSCOTT, 2010; LOMBARDIA et al, 2008, apud CORDEIRO, 2012).

A Geração Y compreende os profissionais que ingressaram há poucos anos ou estão ingressando agora no mercado de trabalho. Desenvolveram-se em um meio relativamente tranquilo, em comparação com as mudanças sociais e políticas vivenciadas pelas demais gerações (FOJA, 2009).

Freitas (2011) faz uma observação das particularidades, compilando as principais peculiaridades do colaborador Y: é, dentre outros, dinâmico, autodidata, flexível, e informal, além de apresentar uma constante impaciência quanto ao desenvolvimento e ascensão de sua carreira profissional e pouco apego a vínculos organizacionais de longo prazo.

Santos (2011) completa dizendo que algumas características apresentadas pela Geração Y: facilidade com a informática e tecnologia, sentem-se bem com as mudanças, identificam a importância de atuar colaborativamente para atingir objetivos, possuem facilidade para desenvolver *network*, tem autoconfiança em

relação ao futuro, buscam desenvolver suas competências, gostam de desafios, de receberem *feedback* e orientação sobre o que deve ser realizado, fazem muitas coisas ao mesmo tempo, buscam autonomia e flexibilidade nas suas ações, buscam valorização e rápida ascensão profissional, comprometimento com a empresa quando existe identificação com os objetivos e valores, são individualistas e comprometidos com a carreira, não necessariamente em uma única empresa.

Para Lancaster e Stillman (2011), esta geração parece impressionada com seu próprio valor e importância. Foram incentivados a exercer papéis de liderança na escola, em atividades extracurriculares ou em casa, acostumando-se a ter voz e escolha. Assim, esperam por privilégios e elogios antes mesmo de merecê-los. Essas expectativas de sucesso em curto prazo tem impactado o mercado de trabalho. Extremamente autoconfiantes, amam atividades engajadoras, nas quais sejam protagonistas. Desejam participar das decisões organizacionais e gerenciam suas carreiras. De acordo com Lipkin e Perrymore (2010), os jovens desta geração não acreditam que o tempo trabalhado deva determinar as promoções, e sim o conhecimento.

Como consequência da evolução tecnológica, a globalização foi possível, permitindo contato e troca de cultura e valores no mundo inteiro. Muito em parte por causa dessa globalização, a Geração Y possui muitas características comuns, como expõe Lombardia (2008):

- Uso e conhecimento de tecnologias no seu cotidiano.
- Costuma saber vários idiomas e o inglês normalmente é fluente,
- Alto nível de educação, possuindo MBA, pós-graduação ou especializações e cursos,
- São solteiros ou se casados possuem poucos filhos,
- *Networking* internacional, tendo amigos pelo mundo inteiro,
- Experiências internacionais e mobilidade urbana são facilitadas pela falta de raízes geográficas,
- São motivados a buscar algo grandioso, brilhante.

No cenário da Geração Y, consolidou-se a cultura da não permanência, o conhecimento, da falta de garantias e a era da incerteza com mercados

imprevisíveis. O progresso da tecnologia e a globalização facilitaram a interconexão global, mas aumentaram a desigualdade social e econômica. Na composição das famílias, a redução do número de filhos e o aumento da expectativa de vida, as profundas mudanças do papel da mulher, o crescente número de divórcios e novas uniões, entre outros fatores, influenciaram a renovação dos valores e os estilos de convívio (MALDONADO, 2009).

De acordo com Oliveira (2010, apud SILVA, 2013), a Geração Y tem por desejos a vontade de inovar, de pertencer, de ter significado, de conciliar o trabalho com uma boa qualidade de vida, o desejo de poder ter um trabalho que faça sentido, um ambiente que seja alegre, em que haja respeito, afeto e um senso de importância e pertencimento.

A procura por um bom ambiente de trabalho e o desejo de realizar atividades profissionais que agreguem valor e realizem, são características citadas para esta geração. O jovem não aceita ser chamado de acomodado e argumenta buscar responsabilidades para se auto sustentar, contudo reluta em abrir mão das facilidades pela busca da independência (OLIVEIRA, 2011).

Segundo Lipkin e Perrymore (2010, apud Silva et al, 2013), a Geração Y anseia por boas condições de trabalho e ao mínimo nuance de desmotivação troca de emprego e inicia novamente seu ciclo de busca de recompensas.

A procura por um bom ambiente de trabalho e o desejo de realizar atividades profissionais que agreguem valor e realizem, são características citadas para esta geração. O jovem não aceita ser chamado de acomodado e argumenta buscar responsabilidades para se auto sustentar, contudo reluta em abrir mão das facilidades pela busca da independência (OLIVEIRA, 2011).

[...] esta geração é excepcionalmente curiosa, contestadora, esperta, centrada, capaz de se adaptar, tem excelente autoestima e é orientada para a globalização. Esses atributos, aliados à sua intimidade com ferramentas digitais, significam problemas para o empreendimento tradicional e para o gerente tradicional. Essa geração criará enormes pressões por mudanças radicais nas atuais empresas (TAPSCOTT, 1999 apud SILVA e OLIVEIRA).

O jovem profissional é absolutamente aberto a novas oportunidades, pois tem consciência de que precisará de experiências diversificadas para ser considerado

competente e qualificado. Ele não julga falta de lealdade estar aberto a outras oportunidades; alias, em muitos casos acredita que estará se qualificando ainda mais, até para uma futura oportunidade na empresa em que esta atualmente (OLIVEIRA, 2011).

Os jovens da Geração Y exigem a dissolução das antigas normas, forçando as empresas a lidar com questões com integração entre vida profissional e vida pessoal, flexibilidade e redefinição do que é trabalho. Os jovens Y querem ser reconhecidos pelo que têm a oferecer e, ao mesmo tempo, ser respeitados por sua plenitude e filosofia de que o trabalho faz parte da vida, mas não é a vida (LIPKIN; PERRYMORE, 2010 apud SILVA et al, 2013).

Segundo Tozzi (2009, *apud* Mattos *et al*, 2011), a Geração Y quer liberdade para conversar com o chefe a qualquer hora. Não espera os momentos formais de avaliação. Essa carência de *feedback* pode gerar ressentimentos e fazer com que sintam perdidos.

Quanto aos critérios que utilizam para escolherem um emprego, segundo o que Soares (2009), são:

[...] estabilidade, equilíbrio entre a vida profissional e pessoal e um nível salarial adequado. Outro critério que valorizam é a diversidade e pensam no curto prazo. [...] visam resultado e não processo, por isso a remuneração esperada também deve estar relacionada aos resultados, além de dar preferência à alta remuneração, para manter elevado padrão de vida. Os jovens dessa geração visam a liberdade de decisão, a flexibilidade de tempo e espaço e a valorização da iniciativa [...] como desenvolvimento profissional focam as oportunidades de aprendizado e os desafios profissionais. Em contrapartida, oferecem às empresas alto nível de formação, iniciativa, criatividade e resultados.

Alguns comportamentos aparecem com destaque nesta geração e são trazidos com maior profundidade por Oliveira (2010) como forma de evitar estereótipos. São eles: o reconhecimento, considerando que estes jovens foram criados recebendo retorno e sendo estimulados a enfrentar dificuldades e a superar os colegas do colégio, hoje encontram no ambiente de trabalho gestores que nem sempre estão dispostos a dar *feedback*; a informalidade, que nas gerações passadas apareciam como rebeldia, na Geração Y aparece como flexibilidade e conveniência em seu comportamento; a individualidade pode ser confundida por arrogância e egoísmo,

considerando que esta geração foi criada com menos irmãos e por isso pouco acostumados a compartilhar presencialmente, porém encontraram no virtual a possibilidade através das redes sociais. Os relacionamentos aparecem para esta Geração como amplos, considerando que as fronteiras para este jovem são curtas, para Oliveira (2010) não se trata de considerar a intensidade dos relacionamentos, mas sim a sua amplitude.

A boa notícia é que, se a Geração Y pôde trabalhar menos, ela não ficou apenas jogando *Wii* e bebendo *Red Bull*. Eles viajaram, trabalharam como voluntários e participaram de diversos esportes e atividades.

2.4.5 MOTIVAÇÃO NA GERAÇÃO Y

De acordo com Maldonado (2005), descobrir o que motiva as pessoas da geração Y é indispensável para direcionar as ações de atração e retenção de profissionais nas empresas. Segundo a autora, os estudiosos das características das gerações X e Y apontam como especialmente relevantes: o desejo de trabalhar de modo mais independente, flexível e criativo; saber claramente por que estão fazendo o que estão fazendo (foco na missão da empresa, etapas do trabalho bem delineadas); sentir que fazem a diferença para a empresa e para a sociedade; ter acesso direto às lideranças; ter responsabilidades e oportunidades de aprendizagem contínua; contar com um ambiente de trabalho descontraído, agradável e divertido.

Segundo dos Santos (2011), a atração de um profissional para uma empresa, mudou:

O profissional Y não é mais atraído pela marca de uma empresa, como as gerações anteriores: ele analisa o grau de aderência dos objetivos da organização com suas crenças e valores. Suas expectativas de carreira também não se baseiam meramente em ascensão de cargos e remuneração: ele busca oportunidade de trabalho motivadora, que ofereça desafios constantes e reconhecimento. Outro interesse deste novo profissional é a garantia de autonomia: ele precisa ter independência para trabalhar.

Para manter um bom colaborador motivado no trabalho deve existir um acompanhamento da geração Y. Braga (2013) diz que chegou o momento de escutar o que os jovens têm a dizer sobre suas expectativas e repensar as formas

de trabalho de modo a atraí-los e potencializar sua contribuição dentro das organizações.

Malafaia (2011) considera que as organizações precisarão adaptar-se a este novo profissional através de estratégias que atraiam e retenham os talentos dessa nova geração. Flexibilidade de horários, plano de carreira em que consigam avançar mais rapidamente, tarefas estimulantes e desafiadoras, responsabilidade social e ambiental são alguns dos pontos que devem ser modificados para que as empresas consigam reter e desenvolver tais profissionais.

Coimbra e Schikmann (2001) acreditam que a geração Y vai buscar organizações que não coloquem barreiras à sua liberdade e aos usos de seus conhecimentos e de suas habilidades. Em decorrência suas carreiras, também tendem a ser menos atreladas a uma determinada organização e tendem a se aproximar das carreiras que pensam o futuro.

Mayo (2003) aborda o tema atratividade e retenção de profissionais, sinalizando aspectos da imagem da empresa no mercado:

É claro que as pessoas continuarão a deixar seus empregos. Em mercados que são competitivos por qualificações escassas, pessoas e grupos serão cortejados e seduzidos. Em uma empresa comercial, perder um ativo vital para o competidor é um prejuízo duplo – não somente não teremos o benefício como ainda poderia trabalhar ativamente contra nos. Alguns dizem que, quanto mais concorrentes estiverem tentados a contratar o seu pessoal, maior será o conceito externo sobre o valor do capital humano da empresa.

Para a Geração Y, o trabalho deve ser estimulante, proporcionando-lhes reconhecimento e crescimento rápido. A empresa deve oferecer um ambiente agradável, respeitando as necessidades de seus colaboradores e valorizando as relações interpessoais. Para este profissional, a flexibilidade, os horários e normas são extremamente importantes para a sua permanência em uma empresa, pois priorizam sua vida pessoal e não estão dispostos a abrir mão das atividades e compromissos particulares em prol do trabalho (WADA; CARNEIRO, 2010).

Descobrir o que motiva a geração Y é indispensável para a retenção de talentos nas empresas. Esperam ser tratadas como colegas, e não como subordinadas ou adolescentes; receber reconhecimento explícito por suas

competências; aprender com os mentores e contribuir com o que sabem, trocando conhecimentos num clima de colaboração (MALDONADO, 2009 apud ALCANTARA, 2013). O valor das pessoas na organização é enfatizado por Mayo (2003), que diz que:

[...] a incompatível contribuição das pessoas compreende seu comando de informação e experiência, sua habilidade de integrá-las e de fazer uso de seu discernimento pessoal, de se mostrar inovador e intuitivo e de desenvolver relacionamentos. Essas são as dinâmicas vitais de uma organização em processo de desenvolvimento. Sem as pessoas, todos os elementos estruturais – tanto relativos aos clientes como organizacionais – poderiam se desintegrar e, com toda certeza, deixariam de crescer. As únicas exceções possíveis seriam as metodologias devidamente documentadas ou o conhecimento patenteado [...]

Segundo Chowdhury 2003, “[...] as pessoas de talento querem fazer parte de uma empresa na qual podem confiar, uma empresa que as estimule”. O autor apresenta sete maneiras que uma empresa pode utilizar para atrair profissionais: tratar os talentos como clientes; adotar um sistema de gerenciamento de talentos; prometer recompensa e reconhecimento futuros por meio de opções de ações, outras opções proprietárias e pacotes baseados em desempenho; manter um ambiente de trabalho flexível e uma cultura positiva.

2.4 CONFLITOS ENTRE AS GERAÇÕES

Estamos diante de um novo momento de ruptura comportamental, semelhante ao que se viu nos anos 1960 – 1970. Novos costumes culturais surgem com maior velocidade, e a adaptação constante é agora uma necessidade básica diante dos avanços tecnológicos (OLIVEIRA, 2011).

As pessoas têm muita coisa em comum – como linguagem, comunicação, motivação – mas também têm muitas coisas diferentes – como maneiras de pensar, agir e sentir. Apesar de pertencerem ao gênero humano, às pessoas são profundamente diferentes entre si. [...] As diferenças individuais provavelmente sejam a principal característica do ser humano (CHIAVENATO, 2010).

Eis a raiz do atual conflito geracional: as pessoas estão competindo por um espaço cada vez mais restrito por causa do crescimento populacional e da busca constante por aumento de produtividade com redução de custo (OLIVEIRA, 2011).

Nesse contexto, faz-se necessário administrar a convivência entre as gerações presentes no mercado de trabalho. Para Oliveira (2011; apud Silva et al 2013), o segredo para conectar os Y às demais gerações é permitir que eles se comuniquem com os gerentes, líderes e outros funcionários como ele por meio de ferramentas tecnológicas e que possam, sobretudo, trocar ideias.

Lancaster e Stillman (2011), afirma que muitas vezes o motivo por outras gerações julgarem os “Y” como insistentes, mimados e acharem que têm sempre a razão, seria por que os gestores nem sempre sabem o que fazer com esta geração. Ambos fixam na premissa em que os gerentes não sabem o que oferecer a esse grupo de trabalhadores que ficam entediados muito facilmente.

Segundo Deloitte (2009, apud Mattos et al, 2011), as organizações que não aproveitam a possibilidade da colaboração entre as gerações arriscam-se a tornarem irrelevantes ou obsoletas, ou seja, é essencial para a empresa a inter-relação entre as gerações, uma aprende com a outra, com isso, as trocas de informações e experiência só trará benefícios à empresa e aos próprios colaboradores.

3 METODOLOGIA

A presente pesquisa é de cunho descritivo, que segundo Acevedo e Nohara (2007), tem intuito de “descrever características de um grupo, estimar a proporção dos elementos de determinada população que apresente características ou comportamentos de interesse do pesquisador, descobrir ou compreender as relações entre os constructos envolvidos no fenômeno em questão”.

3.1 CENÁRIO DA PESQUISA

Os dados para análise do presente trabalho foram coletados na Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul, Unidade Universitária de Maracaju, nas quatro turmas do curso de Administração.

3.2 COLETAS DE DADOS

A pesquisa foi dividida em duas etapas: a primeira se constituiu pela investigação bibliográfica e a busca por trabalhos já publicados. A segunda parte contou com aplicação de questionário, sendo este constituído por 14 questões fechadas, de múltipla escolha, sem a necessidade de identificação dos respondentes. O questionário teve como base as afirmações sobre as características da geração estudada citadas por diversos autores.

A escolha pelo método de coleta de dados utilizada deveu-se, pois segundo Roesch (2010), “o questionário não é apenas um formulário, ou um conjunto de questões listadas sem muita reflexão. O questionário é um instrumento de coleta de dados que busca mensurar alguma coisa”. Ainda segundo a autora sobre o tipo das questões:

as questões fechadas – utilizadas apenas na pesquisa quantitativa – apresentam pontos fortes e pontos fracos. No primeiro caso, observa-se que apresentam a vantagem do preenchimento e da análise mais rápida. Como desvantagem, observa-se que muitas vezes os dados obtidos são de caráter superficial.

A população total (acadêmicos matriculados no curso) é de 147 alunos, porém, apenas 75 estavam presentes na unidade no período em que os questionários foram aplicados. Apesar disso, a amostra foi considerada suficiente para a realização da pesquisa, sendo assim, considera relevante.

Considerando que a população é finita, e que a variável principal é ordinal, têm-se para o cálculo do tamanho da amostra (N):

$$n = \frac{Z^2 \cdot \hat{p} \cdot \hat{q} \cdot N}{d^2(N - 1) + Z^2 \cdot \hat{p} \cdot \hat{q}}$$

onde:

- N= tamanho da população,
- Z= 1,96 para o nível de confiança de 95%,
- \hat{p} = 50% (adotado), conseqüentemente,
- \hat{q} = conseqüência, e,
- d= erro (4%).

3.3 ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS

Segundo Marconi e Lakatos (2008), a tabulação é a disposição dos dados em tabelas, possibilitando maior facilidade na verificação das inter-relações entre eles. É uma parte do processo técnico de análise estatística que permite sintetizar os dados de observação.

Os autores afirmam ainda que em estudos mais amplos, com números de casos ou de tabulações mistas bem maiores, o emprego do computador para a análise dos dados é o mais indicado, pois economiza tempo, esforço, e principalmente diminui a margem de erros. Neste caso, foi utilizado o programa IBM SPSS para a análise dos dados coletados por meio do questionário.

Uma vez manipulados esses dados e obtidos os resultados no programa, o passo seguinte foi a interpretação e apresentação destes sendo a parte mais importante do processo para dar respostas a investigação.

4. RESULTADOS E DISCUSSÕES

4.1 PERFIL SOCIAL

É esperado de uma organização, políticas de gestão de pessoas voltadas para a retenção de novos colaboradores e manutenção daqueles já existentes. Por vezes o desafio da empresa está em identificar o perfil dos novos talentos e também manter motivados aqueles que já estão presentes através de suas habilidades. Para isso é de suma importância que se saiba quem são os colaboradores e quais suas características.

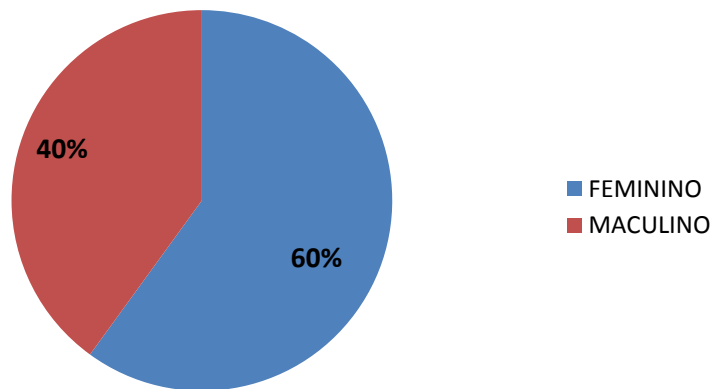


Gráfico 1 - Sexo.

Não é de hoje que as mulheres estão buscando se profissionalizar e acabando com o antigo costume de que as mulheres seriam responsáveis apenas pela rotina da casa e o cuidado com os filhos. Ao contrario do que se acreditava há alguns anos atrás, as mulheres estão cada vez mais participando de setores da economia, por vezes tomando ocupações que eram dominadas predominantemente por homens. Neste contexto é possível perceber que as mulheres começam a buscar um maior conhecimento e profissionalização começando pelo meio acadêmico. Reafirmando isso, foi possível perceber pelos acadêmicos pesquisados, que 60% dos alunos do curso de administração são do sexo feminino.

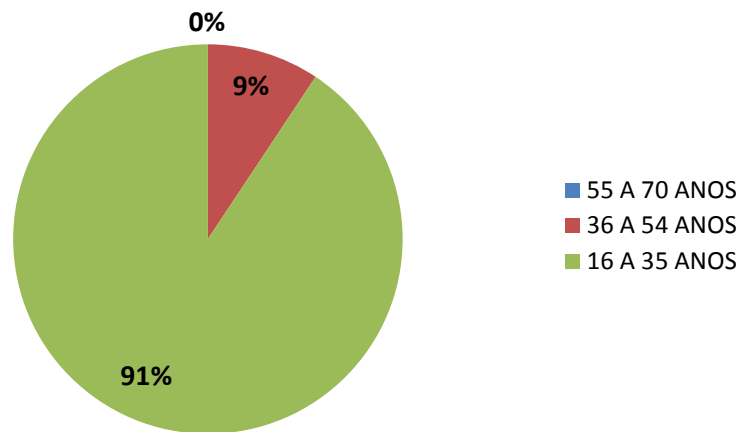


Gráfico 2 - As gerações.

A geração Y apresenta-se como boa parte da força de trabalho atual; está inserida nos mais diversos setores da economia e colaboram e interagem com as gerações que a antecedeu (*Baby Bombers*, e Geração X). Essa convivência precisa gerar resultados, pois a relação entre chefes e subordinados, atração e retenção de talentos e os processos de dar e receber *feedback* são de extrema importância para toda e qualquer organização, independente da diferença de idade dos seus colaboradores. Para que essa interação seja bem sucedida dentro do ambiente de trabalho, os gestores devem levar em consideração as características de cada uma das gerações para que seja possível o entendimento mais a fundo de cada grupo de trabalhadores.

Contudo, essa interação está indo além do ambiente de trabalho, como mostra o Gráfico 2, duas gerações estão também dividindo o ambiente acadêmico: a Geração Y como maioria absoluta, 91%, e a Geração X com apenas 9% dos respondentes. Apesar de a formação acadêmica estar cada vez mais acessível, com horários diversificados e vários incentivos, é possível perceber que ainda a maioria das pessoas que buscam um curso superior compõe a Geração Y.

Sendo apenas 9% dos acadêmicos do curso de Administração constituintes da geração X, estes não serão considerados nas demais questões, já que fazem parte de uma porção muito pequena e que não interferiria nos resultados das respostas da Geração Y que é o foco de estudo.

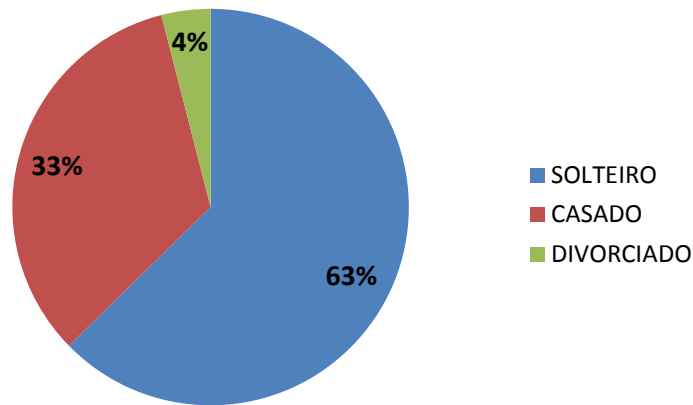


Gráfico 3 - Estado civil.

Diferente do que acontecia com as gerações anteriores, a Geração Y está optando por se casar mais tarde, e conseqüentemente a taxa de natalidade também diminuiu progressivamente gerando impactos diretamente na economia. Normalmente esses jovens usam como comparativo a história de vida dos pais, e almejam algo bem diferente para suas vidas; logo, se casar é algo que fica em segundo plano, já que consideram a formação acadêmica e a carreira profissional algo em que realmente necessitam se empenhar muito para terem maior êxito profissional e o mais rápido possível, com base nisso, foi apurado que 63 % dos alunos de Administração pesquisados, são solteiros.

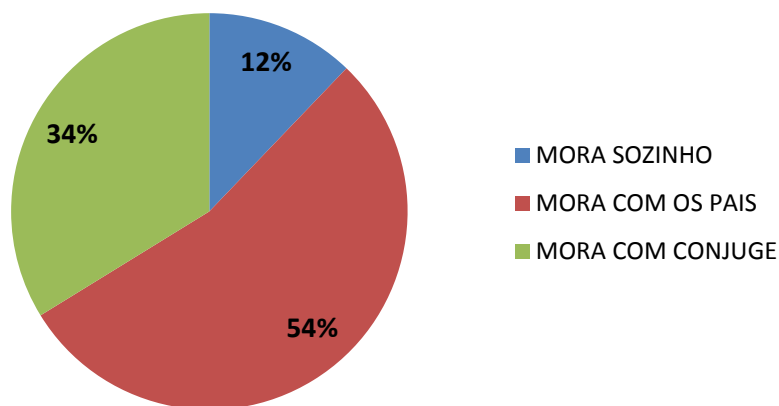


Gráfico 4 - Moradia atual.

Os jovens da Geração Y tiveram menos irmãos, mais atenção dos pais e foram criados para que eles se sentissem bem em relação a si mesmos. Essa conjuntura estreitou a relação entre pais e filhos, aumentando a confiança entre eles e desenvolveram o sentimento de que os jovens eram livres e que poderiam fazer o que quisessem. Todo esse apoio e segurança faz com que esses jovens saiam da casa dos pais bem mais tarde quando comparados com outras gerações, reafirmando esses dados, 54% dos respondentes ainda vivem com os pais.

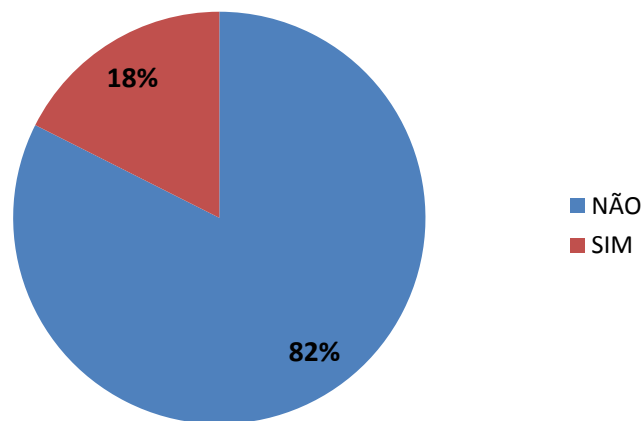


Gráfico 5 - Possui outro idioma.

De forma surpreendente, 82% dos alunos afirmou não possuir um segundo idioma, resultado este que é bem diferente do que normalmente é encontrado em outras pesquisas.

É possível afirmar que devido a cultura do local, as pessoas no geral ainda não tenham tomado consciência da importância de um segundo idioma. Outra afirmação provável é que por ser um município com a economia toda voltado para o agronegócio onde não há empresas instaladas na cidade que exijam esse tipo de qualificação. Em contrapartida, sabe-se que o setor agrícola cresce cada vez mais e começa a exigir principalmente o inglês para entendimento principalmente de maquinários mais modernos, logo, em determinado momento da economia, esses 18% que possuem outro idioma, poderão se destacar perante o restante numa disputa por melhores colocações no mercado.

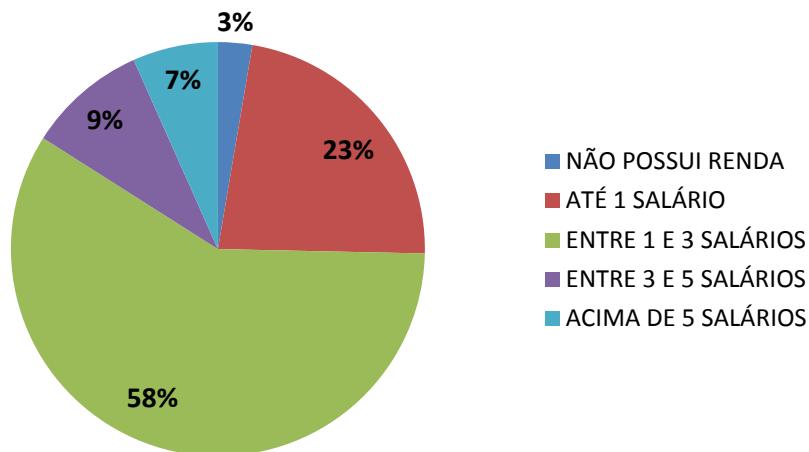


Gráfico 6 - Faixa de renda.

Quando perguntados sobre a renda, é possível perceber que apenas 58% dos participantes recebem entre 1 e 3 salários mínimos. Destaca-se nesta questão, que 23% dos respondentes da Geração Y ainda possuem uma média salarial muito baixa, sendo apenas de até 1 salário mínimo.

Por terem como característica marcante, focarem na especialização, é possível dizer que estes jovens da Geração Y ainda estão em formação para no futuro e com isso ainda não conquistaram maiores posições no mercado. Contudo, pode-se afirmar que a cultura passada dos pais para os filhos é que estes não têm mais a responsabilidade de ajudar com as despesas básicas de casa, fazendo com que os jovens tenham um emprego que consiga apenas manter o seu padrão de vida.

4.2 PERFIL EMPRESARIAL DA GERAÇÃO Y

Estamos vivendo atualmente a Era da Informação. Neste novo cenário, a melhor forma de gerar riqueza não está mais centrada no capital tangível, mas no capital intangível, ou melhor, nas pessoas e na valorização do conhecimento que têm. A partir daí, o conhecimento transforma-se no maior bem de produção e o capital humano e as pessoas passam a ser a principal vantagem competitiva das empresas.

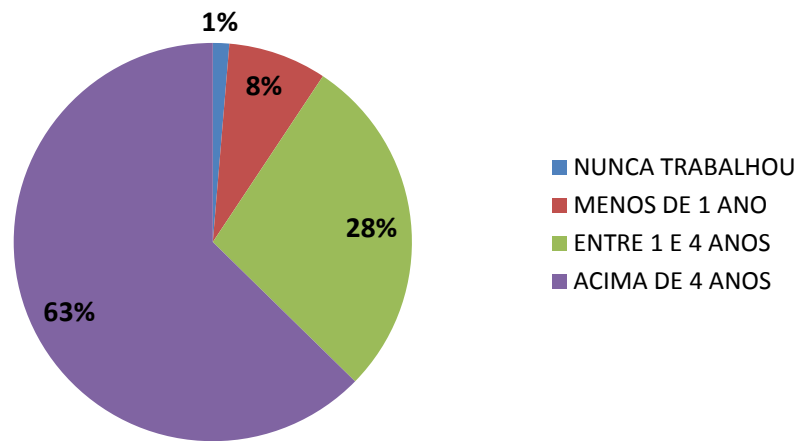


Gráfico 7 - Tempo em que atua no mercado de trabalho.

Apenas 63% dos alunos de Administração estão no mercado de trabalho há mais de 4 anos. Diferente dos seus pais, os membros da geração X, que começaram muitas vezes a trabalhar ainda quando eram crianças principalmente para ajudar no sustento da família, os jovens que estão entrando no mercado de trabalho atualmente buscam cada vez mais tarde um emprego, pois foram incentivados por seus pais a estudarem e buscarem uma formação principalmente acadêmica como prioridade.

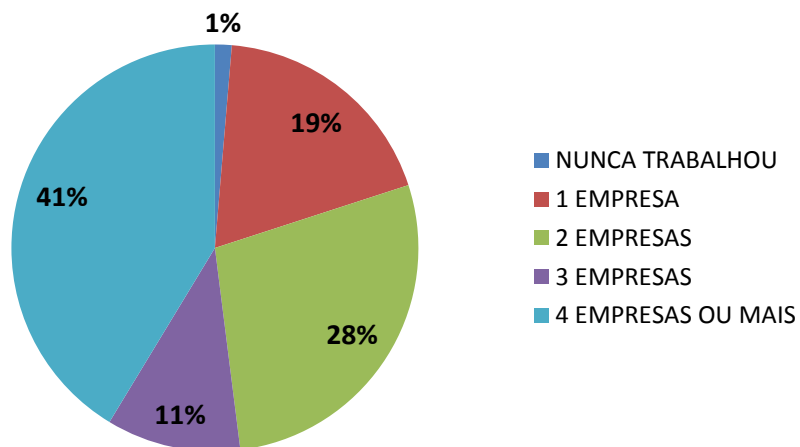


Gráfico 8 - Quantas empresas já trabalharam.

Reter ou manter um profissional da Geração Y por muito tempo numa determinada empresa é considerado um desafio para seus gestores. Esta geração é muito exigente quando se trata de escolher onde trabalhar e ainda mais exigente quanto a permanecer em determinado emprego.

Esta geração se destaca por estar sempre motivada pela busca de novos desafios e principalmente de uma ascensão profissional rápida. Pode-se observar que os jovens desta geração quando não conseguem alcançar seus interesses, começam a se sentir desvalorizados, e se não podem usar todo o seu potencial, acabam perdendo o foco e saem em busca de novos horizontes e novas organizações que venham a lhes atrair.

Outro ponto a ser destacado, é que esta geração cresceu ouvindo de seus pais que são diferentes, são especiais, e este fato leva este jovem a acreditar em muitos casos que as empresas é que deveria se adaptar a ele, e não ele se adaptar a empresa causando um desconforto enorme entre as duas partes que leva muitas vezes a saída e a busca por uma instituição que se pareça mais com o seu perfil e entenda o quanto ele é “especial”.

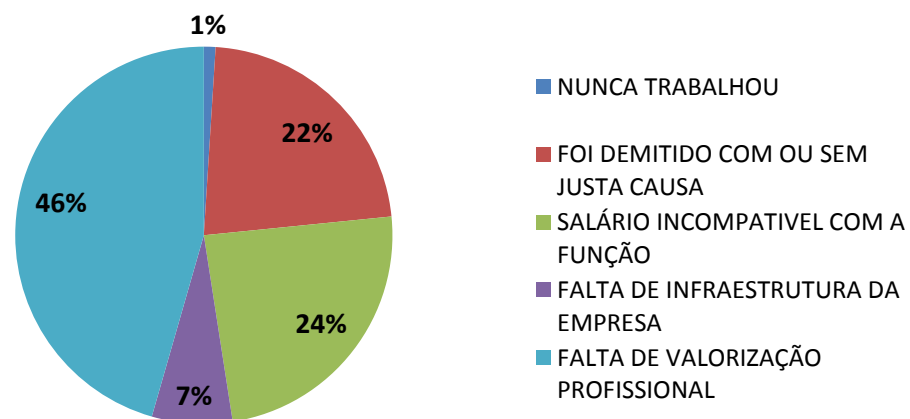


Gráfico 9 - Motivo da saída dos empregos anteriores.

Diante de um mercado de trabalho cada vez mais concorrido, onde as ofertas de emprego são escassas e muitas vezes extremamente exigentes por parte dos

empregadores, a Geração Y ainda se sente no privilégio de escolher onde trabalhar, já que buscam vagas que se pareçam com o seu perfil.

Na presente pesquisa, o motivo de saída de 46% dos respondentes foi a falta de valorização profissional, e a segunda foi acreditarem que os salários pagos são incompatíveis com a função. Estes dados reforçam a exigência em que esses jovens tem para buscarem um emprego, pois enquanto seus pais trabalhavam para se sustentarem, ou seja, trabalhavam por necessidade, os jovens acreditam que é possível encontrar uma outra oportunidade que se encaixe ao seu perfil e não tem medo de trocarem de emprego.

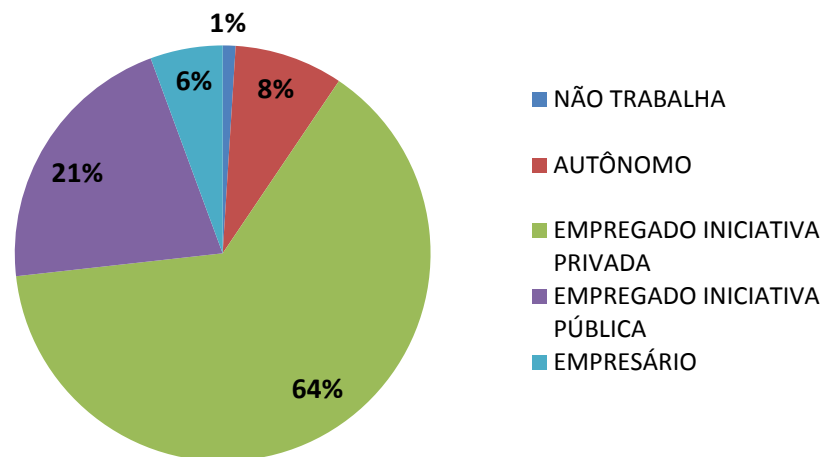


Gráfico 10 - Setor de ocupação atual.

A geração X teve como característica a busca pela estabilidade, acreditaram que a melhor forma de conseguir isso era investir na carreira pública, tendo assim a garantia de um emprego pelo tempo que trabalhassem e ainda após se aposentarem seriam segurados por seus benefícios como funcionários do Estado. Discordando totalmente dos conceitos de seus pais, a geração Y, desacreditaram que para uma carreira de sucesso devam necessariamente permanecer por muitos anos na mesma organização. Com isso, houve a diminuição por parte desses jovens pela carreira pública conforme dados obtidos no gráfico anterior, onde apenas 21% trabalham no setor público, e a maioria, 64% trabalham no setor privado.

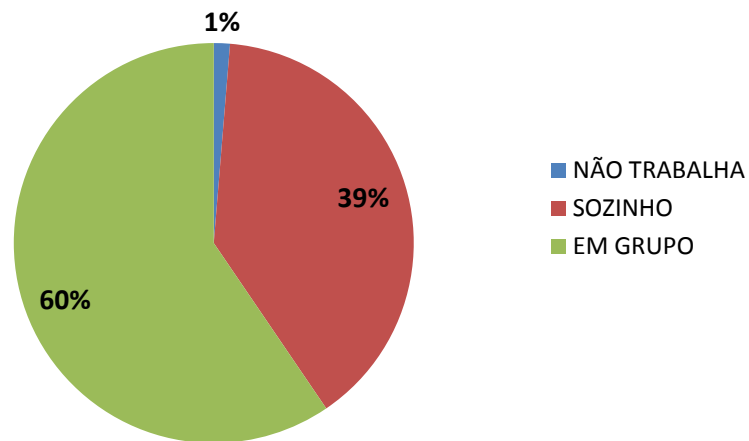


Gráfico 11 - Como prefere desenvolver as atividades no trabalho.

Pode-se dizer que uma das características mais marcantes da Geração Y é a necessidade de interação e comunicação. Esta geração nasceu em meio ao desenvolvimento tecnológico: vivenciou o avanço dos computadores pessoais e posteriormente o aparecimento dos *laptops*, o surgimento das redes sociais, dos programas para troca de mensagens instantâneas, e principalmente o surgimento do celular que veio acompanhado de uma infinidade de possibilidades para se manterem conectados. Descobriram a necessidade de interação a todo o tempo e com isso, aprenderam e gostaram de desenvolver todas as suas atividades em grupo. Conforme dados do gráfico número 60% dos respondentes afirmaram preferir desenvolverem suas atividades em grupo. Essa característica proporciona a troca de experiências facilitando a comunicação na empresa e a interação entre todos os setores e todos os grupos de funcionários, tanto quando analisados as idades, quanto os setores em grandes organizações, informação que pode ser afirmada no gráfico a baixo.

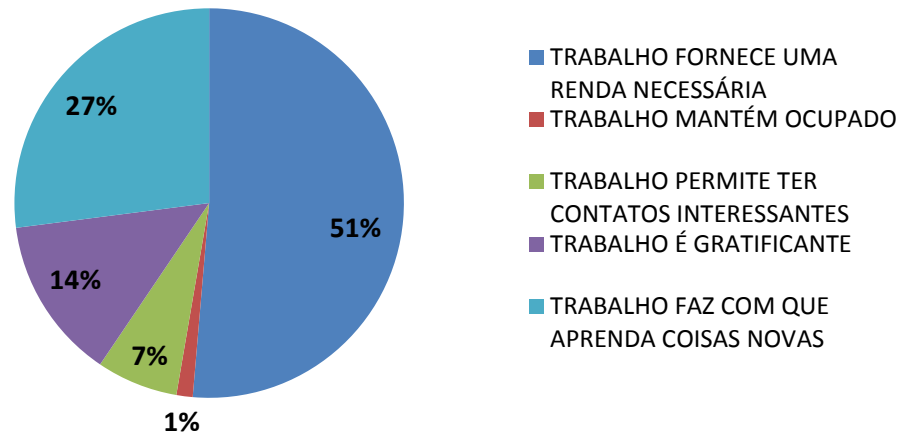


Gráfico 12 – Por que trabalham.

Apesar da Geração Y geralmente possuir um ponto de vista totalmente diferente das outras gerações sobre assuntos relacionados a trabalho, dos alunos que responderam o questionário da pesquisa, 51% afirmaram que trabalham porque o mesmo fornece uma renda necessária para suas atividades do dia a dia. Apenas 27% afirmaram que trabalho faz com que aprendam coisas novas, o que é de se surpreender por se tratar de uma geração tão exigente no ambiente organizacional.

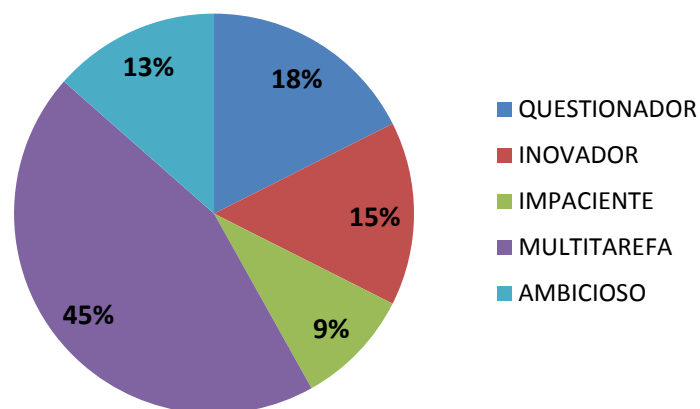


Gráfico 13 - Qual característica atribui a si profissionalmente.

Os jovens da Geração Y possuem uma percepção muito positiva deles mesmos, entre as características mais marcantes atribuídas por eles mesmos foi possível perceber que 45% dos acadêmicos se consideram serem multitarefa. Esta qualidade é devida à desde pequenos possuírem diversas atividades principalmente extracurriculares. Seus pais trabalharam muito para dar aos filhos os privilégios que não tiveram, portanto, colocaram os filhos nos melhores colégios, os colocaram em diversas atividades extracurriculares já que precisavam manter os filhos ocupados, e de certa forma, serviu como recompensa para a ausência do lar. A segunda resposta, com 18% da escolha dos alunos, foi acreditarem serem questionadores; isso se deve mais uma vez a abertura que tiveram com os pais, para questionar tudo aquilo que achavam necessário, e ao ensino nas escolas por terem maior abertura e incentivo ao questionamento.

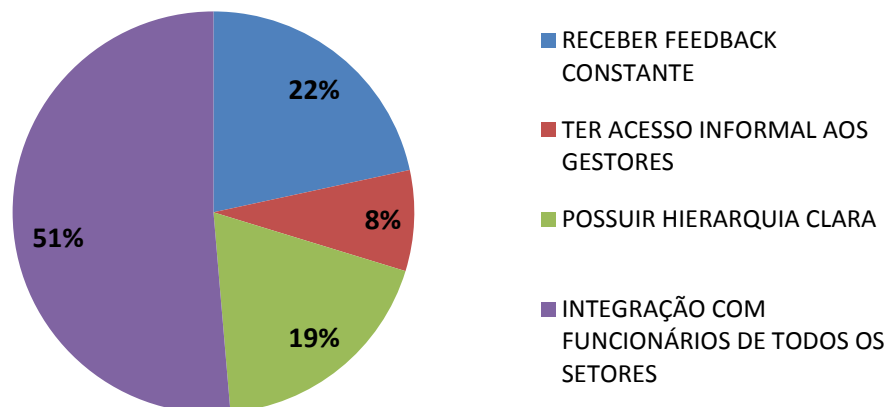


Gráfico 14 - O que considera importante na comunicação interna da empresa.

A Geração Y já nasceu com a necessidade de se comunicar; viram de perto a ascensão do telefone celular, da internet, e das redes sociais, vivem as novidades do mundo em tempo real com as facilidades da tecnologia.

A busca constante de interação social resultou nos dados do gráfico número 14, onde 51% dos respondentes afirmaram acreditarem que sua maior característica profissional é terem a necessidade de interação profissional com todos os setores da empresa. Este dado pode ser visto como ponto positivo, pois se sabe que a maioria das empresas são constituídas por pessoas de várias gerações, sendo assim, não

esta havendo problemas para esses jovens interagirem com as gerações que os antecederam.

Outro fator interessante, é que 22% dos alunos afirmaram ter necessidade de receber *feedback* de suas atividades. Diferente do que se pensa ter essa necessidade não significa ser inseguro com suas atividades, esta geração prefere saber como esta indo o seu trabalho de forma constante para se aprimorar ainda mais quando o resultado não é tão positivo, portanto, eles usam como forma de se auto avaliarem e com isso, buscam a melhoria constante.

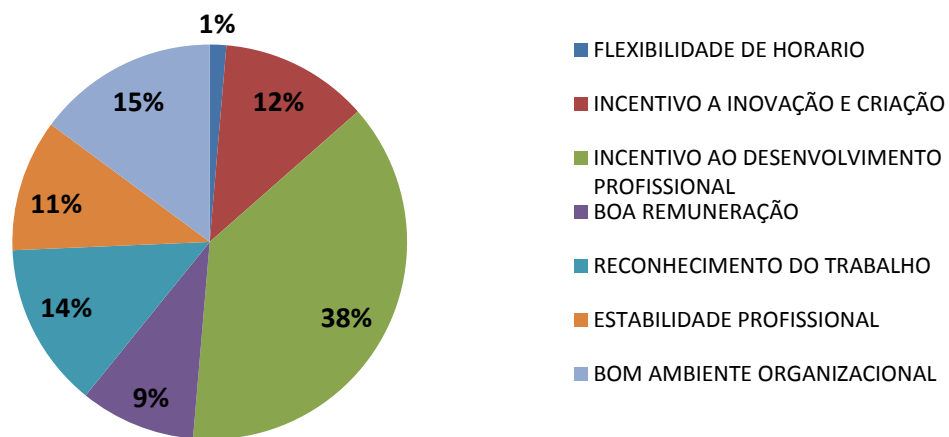


Gráfico 15 - Característica das empresas que atraem a Geração Y.

Enquanto a geração *Baby Bombers* ficou marcada por colaboradores totalmente fieis à empresa permanecendo muitas vezes toda a carreira com um só emprego, a geração X buscou a diversificação, mas com uma dedicação extrema ao trabalho para atingir o sucesso profissional, a geração Y desafiou os dois modelos. Estes jovens que entraram a pouco no mercado de trabalho, querem tudo ao mesmo tempo.

Conforme dados do gráfico numero 15, quando perguntados sobre o que os atrai em uma empresa, as respostas foram as mais variadas, tendo apenas uma maioria de 38% aqueles que preferem o incentivo ao desenvolvimento profissional. Em contrapartida, o restante dos 61% se dividiu entre as demais respostas: incentivo

a inovação e criação, boa remuneração, reconhecimento do trabalho, estabilidade profissional, bom ambiente organizacional e apenas 1% afirmaram serem atraídos pela flexibilidade de horário.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A definição sobre geração tem mudando nos últimos anos levando em consideração, não apenas o ano de nascimento dos grupos de pessoas, mas sim, os acontecimentos históricos e momentos que marcaram a vida daquelas que os presenciaram.

Dividem-se em três os grupos de gerações que atuam no mercado de trabalho atual: os *Baby Bombers* (nascidos entre 1945 e 1960), que viveram um período eufórico pós-guerra onde o aumento no nascimento de crianças foi extremamente evidente; a Geração X (nascidos entre 1960 e 1980) que fez parte da época das revoluções, rebelaram-se contra praticamente tudo, viveram revoluções políticas, e viram o surgimento da TV; e por fim, a Geração Y chegou em meio a velocidade dos processos tecnológicos e o surgimento da globalização, fatos estes que facilitaram a interligação global, mas aumentaram a desigualdade social e econômica.

No cenário atual do trabalho, observam-se maiores exigências sobre os empregados, relações menos hierárquicas e mais horizontais, redução das relações empregatícias de longo prazo, aumento da expectativa por reconhecimento e recompensas imediatas e uma alta incidência de conflitos nos relacionamentos. Os altos índices de desemprego agravam a dificuldade nos relacionamentos, pois no panorama atual, várias pessoas lutam diariamente pelas poucas vagas disponíveis no mercado, fazendo com que se sobressaiam aqueles que possuem maiores experiências.

A Geração Y não passou por grandes guerras, nem viu grandes revoluções, pelo contrario, foi a geração mais protegida pelos pais. Vieram de famílias cada vez menores, puderam aproveitar mais a convivência com os pais, já que estes fizeram de tudo para que os filhos se sentissem extremamente especiais. Fizeram mais atividades extracurriculares do que qualquer outra geração, pois seus pais precisaram “ocupar” os filhos enquanto trabalhavam muito para poder oferecer a melhor educação possível, já que não tiveram a mesma oportunidade quando crianças.

Com o advento da tecnologia, membros da Geração Y cresceram em frente as TV's, viram surgir os primeiros computadores pessoais, o surgimento e

desenvolvimento da internet, e viram os aparelhos celulares se modernizarem cada vez e por fim, tornado quase a “extensão do corpo”. Estes jovens ainda relutam para sair da casa dos pais e buscar independência, pois acostumaram com o padrão de vida que lhes foi proporcionado.

No perfil profissional, essa geração chegou ao mercado de trabalho levando consigo grandes expectativas. São considerados multitarefa, ou seja, conseguem fazer várias coisas ao mesmo tempo, são extremamente ambiciosos quando o assunto é carreira e buscam a ascensão profissional constantemente, estão sempre atualizados e procuram soluções rápidas e fáceis aos problemas. De forma geral, os indivíduos caracterizados por serem da Geração Y não possuem barreiras perante as dificuldades encontradas no ambiente de trabalho.

Em suma, o que se pode perceber na caracterização dessa geração, é que são pessoas bem resolvidas, inteligentes, fazem questão da comunicação informal e interação com todos os setores da organização, o que conseqüentemente acabam rompendo barreiras e formando laços de amizade que deixam de lado antigos conceitos e ultrapassam a esfera profissional.

Apesar de tantos pontos positivos, muitos olham a Geração Y negativamente: consideram-nas preguiçosas e mimadas já que tiveram grande abertura no relacionamento com os pais e foram habituados a terem tudo por intermédio da família; foram incentivados na escola a questionarem o mundo ao seu redor, com isso chegaram nos primeiros empregos discutindo antigas formas de administrar; por passarem a maior parte da vida estudando e buscando conhecimentos, deixaram de desenvolver atividades práticas e assim, chegaram aos primeiros empregos apenas com conhecimentos teóricos, e se veem obrigados a dividir o escritório com as gerações anteriores que já estavam desenvolvendo certas tarefas há muito mais tempo.

Várias gerações convivem na família, na escola, no trabalho, na comunidade. Há semelhanças e diferenças entre elas em várias questões, como valores e visão de mundo, modo de lidar com a autoridade, expectativas, equilíbrio entre as diversas áreas da vida. Porém, ao traçar o perfil das diferentes gerações no âmbito do trabalho, corre-se o sério risco de fazer generalizações indevidas, uma vez que nem todos se encaixam nos esquemas propostos. Há diferenças marcantes não só entre

indivíduos, como também entre culturas ou até mesmo entre regiões de países, assim como no Brasil. A falha na comunicação e os possíveis pré-julgamentos surgem, quando uma geração inteira é tratada com um mesmo estereótipo, como se todos os jovens fossem exatamente iguais, e com o mesmo histórico de vida em sociedade. Oliveira (2010) corrobora com a ideia, afirmando que a grande diferença cultural, social e econômica presente no Brasil não permite que se classifiquem os jovens da Geração Y de acordo com os critérios pré-estabelecidos na literatura mundial e cita como exemplo a total inserção da Geração Y com a tecnologia, o que não acontece em nosso país.

5.1 CONCLUSÃO

Portanto, dentre os respondentes do questionário, foi possível perceber que a Geração Y é predominante entre os acadêmicos, dentre estes, a maioria são do sexo feminino, boa parte dos pesquisados são solteiros e ainda moram com os pais. Uma das surpresas nos dados obtidos foi o pequeno número de acadêmicos que afirmaram possuir um segundo idioma, apenas 18%, a outra surpresa foi com relação ao motivo que os levam a trabalharem, já que mais da metade afirmaram trabalhar para conseguirem a renda necessária para as suas atividades. Com estes dados, foi possível fazer um comparativo com as características citadas por vários autores que generalizam a forma de agir desta geração.

É necessário buscar conhecer a fundo quem são as pessoas que estão no mercado de trabalho, e não dividi-las e julga-las como gerações. No presente trabalho, foi possível perceber que há uma linha muito tênue em relação às características atribuídas a Geração Y, pois nem todos os colaboradores do estudo se encaixam no perfil “Y”, pelo contrário, muitos deles se caracterizam como principalmente a geração X.

Em suma, para reter esses jovens sobre os quais a presente pesquisa abordou, as empresas precisam conhecer mais a fundo o perfil de cada indivíduo. Tentar retê-los de forma mais efetiva, conhecendo e avaliando suas reais necessidades e expectativas, pois a geração Y é a grande força de trabalho atual e é constituída pelas pessoas que mais detêm capital intelectual, e com forte propensão de desenvolvimento e ascensão profissional.

Desse modo, é possível afirmar que o presente estudo cumpriu com seus objetivos e respondeu ao questionamento fundamental, salientando a importância da realização de novas pesquisas a esse respeito, levando em consideração as características sociais e culturais de cada país, estado ou município.

REFERENCIAS

- ACEVEDO, Claudia R.; NOHARA, Jouliana J. *Monografia no curso de Administração: Guia completo de conteúdo e forma*. 3ª Edição. São Paulo: 2007.
- BERMAN, M. *Tudo o que é sólido desmancha no ar*. São Paulo: Companhia das Letras, 1988.
- CALLIARI, M.; MOTTA, A. *Código Y: decifrando a geração que está mudando o país*. São Paulo: Évora, 2012.
- CASTELLS, M. *A sociedade em rede*. 11 ed. São Paulo: Paz e Terra, 2008, 698 p. A era da informação. Economia, sociedade e cultura; v.1.
- CHIAVENATO, Idalberto. *Gestão de pessoas*. 3. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.
- CONGER, Jay. *Quem é a geração X?* São Paulo: 1998. Disponível em: <http://www.sirleipitteri.com.br/8/HSM_1998_QUEM_E_A_GERACAO_X.pdf>. Acesso em: 05 de maio 2015.
- DEEPROSE, Donna. *Como valorizar e recompensar seus funcionários*. Rio de Janeiro: Campus, 1995.
- DELOITTE. *Ambiente multigeracional no trabalho*. Lab Ssj.com, São Paulo 23. fev. 2009. Disponível em: <http://www.labssj.com.br/site/st_index.asp?COD_CONTEUDO=139>. Acesso em: 21 mai. 2015.
- FOJA, Célia R.; *O sentido do trabalho para a geração Y: um estudo a partir do jovem executivo*. Dissertação de Mestrado em Administração. Universidade Metodista, São Bernardo do Campo, 2009.
- FORQUIN, J. C. *Relações entre gerações e processos educativos: transmissões e transformações*. Congresso Internacional Co-Educação de Gerações, São Paulo, SESC, outubro de 2003. Disponível em: <<http://www.sescsp.org.br/sesc>> Acesso em: 09 de jul. 2015.
- IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/home/>>. Acesso em 01 de Jun. de 2015.

KULLOCK, E. Por que as gerações estão no nosso foco? Disponível em: <<http://www.focoemgeracoes.com.br/index.php/por-que-as-geracoes-estao-no-nosso-foco/>>. Acesso em 02 de mai. 2015.

KUPPERSCHMIDT B.R. Multigeneration employees: strategies for effective management. *The Health Care Manager*, v.19, n.1, p. 65–76, 2000.

LACERDA, A. C. *Economia brasileira*. 4. ed., rev e atual. São Paulo: Saraiva, 2010.

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

LIPKIN, Nicole A.; PERRYMORE, April J. *A geração y no trabalho: como lidar com a força de trabalho que influenciará definitivamente a cultura de sua empresa*. 1ª Edição. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

LOIOLA, Rita. *Geração Y*. In Revista Galileo, Edição 219, Outubro de 2009. Disponível em: < <http://revistagalileu.globo.com/Revista/Galileu/0,,EDG87165-7943-21900-GERACAO+Y.html> > Acesso em: 26 de jul. 2015.

LOMBARDÍA, P. G.; STEIN, G.; PIN, J. R. *Quem é a geração Y*. Revista HSM Management. Edição nº 70, set/out-2008.

LOMBARDIA, P.G.;. *Políticas para dirigir a los nuevos profesionales – motivaciones y valores de la generacion Y*. Mayo, 2008. Disponível em: <<http://www.iesep.com/Descargas/spdf/Gratis/R130.pdf>>. Acesso em: 25 de abr. 2015.

MALAFAIA, G.S. Gestão Estratégica de pessoas em Ambientes Multigeracionais. In: Congresso de Excelência em Gestão-CNEG,7., 2011. Anais...Rio de Janeiro: CNEG, 2011.

MALDONADO, Maria T.; *A geração Y no trabalho: um desafio para os gestores*. Disponível em: <<http://www.rh.com.br/Portal/Mudanca/Artigo/4142/a-geracao-y-no-trabalho-um-desafio-pata-os-gestores.html>>. Acesso em: 20 de ago. 2015.

MARCONI, Marina de A.; LAKATOS, Eva M. *Fundamentos da metodologia científica*. 6ª Edição. São Paulo: Atlas, 2009.

- MARCONI, Marina de A.; LAKATOS, *Técnicas de pesquisa*. 7ª Edição. São Paulo: Atlas, 2008.
- MAYO, A. *O valor humano da empresa: valorização das pessoas como ativos*. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2003.
- MOTTA, P.R. *Transformação organizacional: a teoria e a prática de inovar*. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2000.
- OLIVEIRA, Sidnei. *Geração Y: O nascimento de uma nova versão de líderes*. 5ª Edição. Integrare. São Paulo: 2010.
- OLIVEIRA, Sidnei. *GERAÇÃO Y: Ser potencial ou ser talento? Faça por merecer*. 1ª Edição. Integrare. São Paulo: 2011.
- REISENWITZ, Timothy H; IYER, Rajesh. *Differences in Generation X and Generation Y: Implications for the Organization and Marketers*. The Marketing Management Journal, v.19, Issue 2, pp. 91-103, Fall 2009.
- ROBBINS, Stephen P. *Comportamento Organizacional*. 9 Edição. Prentice Hall. São Paulo: 2002.
- ROBBINS, Stephen Paul. *Administração, mudanças e perspectivas*. Ed. 24. São Paulo: Saraiva, 2000.
- SANTANA, P. S.; GAZOLA, J. N. *Comportamento da Geração Y*. XII SEMEAD, São Paulo, 2009.
- SANTOS, A. L; *A geração Y nas organizações modernas: um estudo exploratório sobre a gestão dos jovens nas empresas*. Dissertação de Mestrado em Administração. FEA/USP, São Paulo. 2011.
- SERRANO, D. P. *Teoria de Maslow - a hierarquia das necessidades*. 30 de outubro de 2011. Disponível em: <<http://www.portaldomarketing.com.br/Artigos/maslow.htm>> Acesso em: 10 de jun. 2015.
- TAPSCOTT, Don. *A hora da geração digital: Como os jovens que cresceram usando a internet estão mudando tudo, das empresas aos governos*. Rio de Janeiro: Agir Negócios, 2010.

TELLES, Renato. *A efetividade da matriz de amarração de Mazzon nas pesquisas em Administração*. Revista de Administração. n 4, v.36, p. 64-72, 2001.

TWENGE, J. M.; CAMPBELL, S. M. Generational differences in psychological traits and their impact on the workplace. *Journal of Managerial Psychology*, v.23, n.8, p.862-877, 2008.

VELOSO, Elza F. R.; Dutra, J.S.; Nakata, L. E.; 2008. *Percepção sobre carreiras inteligentes: diferenças entre as gerações Y, X e baby boomers*. In: ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO, 32, 2008, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: ANPAD.

WADA, Elizabeth K.; CARNEIRO, Natalie A.; *As Necessidades da Geração Y no Cenário de Eventos Empresariais*. Contribuciones a la Economía. 2010. Disponível em: <<http://www.eumed.net/ce/2010a/kwac.htm>>. Acesso em: 29 jun. 2015.

APÊNDICE



A presente pesquisa esta sendo realizada pela acadêmica Nathalia Cé Canever Amarila, aluna do 4º ano do curso de Administração da UEMS, unidade de Maracaju, sob orientação do Prof. Dr. Airton Pinto de Moura com o intuito de obtenção de dados para o Trabalho de Conclusão de Curso. Em nenhum momento será feito a identificação dos colaboradores e divulgação das respostas individuais.

Marque com “X” apenas uma resposta por questão.

1. Qual seu sexo?

1. Feminino
2. Masculino

2. Em que ano você nasceu?

1. Entre 1945 e 1960.
2. Entre 1960 a 1980.
3. Entre 1980 a 1999.

3. Qual seu estado civil?

1. Solteiro(a).
2. Casado(a).
3. Divorciado(a).
4. Viúvo(a).

4. Com relação a sua moradia atual:

1. Moro sozinho.
2. Moro com meus pais.
3. Moro com marido/ esposa.

5. Possui outro idioma (básico intermediário ou avançado)?

1. Não.
2. Sim.

6. Qual sua faixa de renda?

1. Não possuo renda.
2. Até 1 salário mínimo.
3. Entre 1 e 3 salários mínimos.
4. Entre 3 e 5 salários mínimos.
5. Acima de 5 salários mínimos.

7. Há quanto tempo você esta no mercado de trabalho?

1. Nunca trabalhei.
2. Menos de 1 ano.
3. Entre 1 e 4 anos.
4. Acima de 4 anos.

8. Em sua experiência profissional você já atuou em quantas empresas?

1. Nunca trabalhei.
2. 1 empresa.
3. 2 empresas.
4. 3 empresas.
5. 4 ou mais empresas.

9. Quais fatores motivaram a sua saída do(s) emprego(s) anteriores(s)?

1. Nunca trabalhei.
2. Fui demitido com ou sem justa causa.
3. Pedi demissão por ser um salário incompatível com a função.
4. Pedi demissão pela falta de infraestrutura da empresa.
5. Pedi demissão pela falta de valorização profissional..

10. Com relação ao seu emprego atual, em qual ocupação você se encaixa?

1. Não trabalho.
2. Autônomo.
3. Empregado iniciativa privada.
4. Funcionário público.
5. Empresário.

11. No dia a dia da empresa, como prefere desenvolver suas atividades?

1. Não trabalho.
2. Sozinho.
3. Em grupo.

12. Se você tivesse que definir o porquê você trabalha, seria...

1. Trabalho me dá *status* e prestígio.
2. Trabalho me fornece uma renda necessária para minhas atividades.
3. Trabalho me mantém ocupado.
4. Trabalho permite que eu tenha contatos interessantes com outras pessoas.
5. Trabalho por si só é interessante e gratificante para mim.
6. Trabalho faz com que eu aprenda coisas novas.

13. Profissionalmente, você se considera:

1. Questionador.
2. Inovador.
3. Impaciente.
4. Multitarefa.
5. Ambicioso.

14. Se tratando de comunicação dentro da empresa, o que você considera ser mais importante?

1. Receber *feedback* sobre o meu trabalho constantemente por parte dos superiores.
2. Ter acesso direto à donos / gestores por meio informal.
3. Possuir hierarquia clara, onde cada um sabe a quem deve responder.
4. Integração com funcionários de todos os níveis para troca de experiências e conhecimento.

15. Qual característica principal uma empresa deve ter para que você queira uma vaga de trabalho?

1. Flexibilidade de horário.
2. Incentivo a inovação e criação.
3. Incentivo ao desenvolvimento profissional.
4. Boa remuneração.
5. Reconhecimento do trabalho.
6. Estabilidade profissional.
7. Bom ambiente organizacional.