

PERCEPÇÃO SOBRE CARREIRAS INTELIGENTES: DIFERENÇAS ENTRE GERAÇÕES DE PROFISSIONAIS¹

Daiane da Costa Silva

Graduanda do 8º período do curso de Administração do UNIPAM.
E-mail: daianecosta@unipmam.edu.br

Ana Paula Lara Vasconcelos Ramos

Professora Me. do curso de Administração do UNIPAM.
E-mail: anapaula@unipam.edu.br

RESUMO: O mercado de trabalho conta com profissionais de diferentes tipos e idades. Pensando nisto o presente estudo buscou analisar os comportamentos das diferentes gerações, para, assim, verificar se estes são ou não condizentes com a teoria. A partir disso foram realizadas entrevistas às diferentes gerações com o intuito de se atingir tal objetivo. Contudo, percebeu-se que existem situações em que as características e necessidades pessoais são fatores mais influentes para a tomada de decisão.

PALAVRAS-CHAVES: Gerações. Diferentes. Características.

ABSTRACT: The job market has professionals of different types and ages. With this in mind, the present study sought to analyze the behavior of the different generations, in order to verify if they are compatible with the theory. From this, interviews were conducted with the different generations in order to achieve this objective. However, it was possible to perceive that there are situations in which personal characteristics and needs are more influential factors for decision making.

KEYWORDS: Generations. Many different. Characteristics.

INTRODUÇÃO

As diferentes gerações possuem características distintas que fazem parte do cotidiano de toda e qualquer organização. Tais gerações são compostas por pessoas com comportamentos semelhantes que podem ser até mesmo conflitantes com as demais. É inevitável o contato direto ou indireto com pessoas de diferentes idades e comportamentos no mercado de trabalho.

Desta forma, a análise destas gerações torna-se de extrema importância para as organizações e para a área de RH. Pois, a partir de estudos, é possível verificar quais as características de cada grupo de pessoas e quais os pontos devem ser melhorados ou melhor explorados em cada um deles. Desta forma, é possível verificar, também, até que ponto as características teóricas relativas aos comportamentos de cada geração são colocadas em prática.

¹ Trabalho apresentado na área temática 1 - Administração do XIV Congresso Mineiro de Empreendedorismo, realizado de 5 a 7 de novembro de 2018.

Sob essa ótica, o presente projeto delimitou como objetivo geral: Analisar os comportamentos de diferentes gerações. Para que se atinja tal objetivo, elegem-se os seguintes objetivos específicos: Identificar por meio de pesquisas quais são os comportamentos no mundo do trabalho; Identificar com qual geração os comportamentos analisados são compatíveis e, ainda, Identificar se existem comportamentos voltados às gerações ou se estas características são apenas pessoais.

REFERENCIAL TEÓRICO

Neste capítulo serão apresentadas teorias pertinentes ao estudo que estão organizadas de acordo com a evolução dos pensamentos direcionados a gerações. Para isso iniciou-se com a história das organizações, na sequência com o mercado de trabalho, seguido pelo perfil comportamental do trabalhador, pelo sentido do trabalho e por último pelas gerações, as quais são subdivididas pelas gerações *Baby Boomers*, X, Y e Z.

HISTÓRIA DAS ORGANIZAÇÕES

Para entender-se sobre estrutura organizacional, pode-se recorrer a duas teorias de organização: a teoria organicista e a teoria comportamentista. A primeira, mais antiga, considera e compara a empresa com um organismo animal. A segunda, mais recente, compreende a empresa como sendo uma reunião de pessoas que trabalham para produzir mercadorias, produtos e/ou serviços (SILVA, 2011).

As organizações correspondem a sistemas extremamente complexos, compostos pela atividade humana. Elas possuem, ainda, uma enorme variedade, sendo elas: empresas industriais, empresas comerciais, organizações de serviços, organizações militares, públicas, etc. Além disso, não existem organizações semelhantes, cada uma atua e reage ao mercado de uma maneira diferente (CHIAVENATO, 2006).

Maximiano (2011) ressalta que em uma organização cada pessoa, ou grupo de pessoas, é responsável por determinada tarefa que contribui para a realização de objetivos, os quais cada organização é especializada. O referido autor salienta ainda que a junção das tarefas especializadas de cada pessoa pode gerar produtos e serviços que não seria possível ser realizados ou construídos individualmente.

Um tradicional princípio de organização, segundo Schermerhorn (2007), estabelece que a partir do momento que a pessoa se especializa ou se torna especialista em determinada tarefa ou função, o desempenho aumenta. Desta forma, comumente a divisão do trabalho acontece através da departamentalização e resulta, geralmente, em três tipos de estruturas organizacionais, sendo elas: funcional, divisional e matricial.

MERCADO DE TRABALHO

O mercado de trabalho refere-se às oportunidades de emprego oferecido pelas organizações em determinado lugar e época, estas oportunidades por sua vez geram

oferta e procura, que podem ser por parte da empresa ou do candidato. Estas situações devem ser muito bem ministradas para que não gerem consequências para nenhuma das partes envolvidas (CHIAVENATO, 2006).

Conforme exposto por Silva (2014), o mercado de trabalho engloba relações como oferta e demanda, se caracterizando pela quantidade de vagas de emprego ofertadas e pela parcela de trabalhadores que estão disponíveis para vender seu trabalho, o que na grande maioria das vezes é maior. O mercado é composto, ainda, por duas distintas classificações, sendo elas o trabalho formal, que diz respeito ao trabalho com registro na carteira de trabalho, contribuições à Previdência Social e a diversas legalidades trabalhistas. E, também pelo trabalho informal, que corresponde aos prestações de serviços sem registro nem mesmo pagamento de contribuição previdenciária. Além disso, o trabalho informal tem contribuído para o déficit econômico nas contas do governo devido à falta de entrada de contribuições na previdência pública (SILVA, 2014).

É importante salientar que o mercado de trabalho não será mais o mesmo em um futuro não muito distante. A chamada Indústria 4.0, tão comentada no momento irá incorporar uma série de novidades, como por exemplo, a nanotecnologia, biotecnologia, inteligência artificial, etc., ameaçando, inclusive, cerca de 32 (trinta e duas) profissões, conforme aponta estudo realizado na Universidade de Oxford, no Reino Unido, com uma análise de 702 (setecentos e duas) ocupações (FIGUEIREDO, 2017).

PERFIL COMPORTAMENTAL DO TRABALHADOR

Nas organizações, o comportamento do trabalhador, segundo Chiavenato (2006), é, na maioria das vezes, voltado ao seu desempenho. Entretanto, o comportamento de cada indivíduo depende, também, das características dos grupos em que estão inseridos e das condições que lhes são oferecidas pela empresa. Vale salientar que a diversidade é uma constante nas organizações, tornando assim mais complicado o ato de administrar.

Segundo Limongi-França (2011, p.16) “a essência de cada pessoa é a sua personalidade. Podemos compreender personalidade como: características de expressão, atitudes, comportamento e escolhas estáveis por um determinado período de tempo na vida de uma pessoa.” Desta forma, é possível afirmar que cada pessoa possui sua personalidade única, exclusiva e original, podendo ser comparada até mesmo a impressão digital.

No que diz respeito à motivação das pessoas, estas podem estar motivadas em determinado momento e desmotivadas em outro, ou seja, a motivação varia ao longo do tempo e pode estar relacionada à ligação da pessoa e da situação em que ela esteja inserida. A demonstração de motivação acontece, geralmente, através de sorrisos, expressões e olhares confiantes juntamente com uma postura tranquila (FERREIRA, 2013).

O SENTIDO DO TRABALHO

O trabalho na antiguidade era visto como caráter de castigo e foi considerado por muitos uma indignidade, além disso, na concepção das pessoas que viviam naquela época, o trabalho infinito era a marca dos escravos. Até mesmo para os cristãos, somente os protestantes acreditavam que o trabalho era um caminho para a salvação, considerando assim uma virtude o ato de trabalhar (MENDES, 2010).

O sentido do trabalho pode ser atribuído ao prazer e realização sentidos ao se realizar determinada tarefa. Muitas pessoas creem que o trabalho que possui sentido é aquele que se relacionam com as personalidades, desejos e talentos das mesmas. Porém, na maioria das vezes o sentido e o interesse pelo trabalho surgem a partir das possibilidades oferecidas por ele, além das oportunidades de vencer desafios e de alcançar ideais (MORIN, 2001).

Conforme citado por Cardoso (2015), dar sentido ao trabalho não significa viver em função do mesmo, esquecendo-se de outras áreas fundamentais da vida. Mas tratá-lo como algo que ajudará o indivíduo a conquistar o que tanto deseja, como por exemplo, metas e sonhos pessoais, e não permitir que a rotina distancie a pessoa de seus sonhos. Além disso, o trabalho é fundamental para o crescimento humano e espiritual.

GERAÇÕES

O mercado de trabalho atual é composto por diferentes pessoas, que pertencem a diferentes faixas etárias e que convivem juntas na organização. Esta diferença entre faixas etárias ganhou o nome de “Geração”, termo este que corresponde a um determinado grupo de pessoas que nasceram em uma mesma época e que possuem comportamentos, valores e necessidades relativamente iguais (FANTINI; DE SOUZA, 2015).

Cada geração desenvolveu-se em períodos diferentes da história, por esta razão, suas características e comportamentos se diferem dependendo da geração em que se esta inserida. Promover a sinergia entre as gerações nas organizações é algo primordial e pode gerar inúmeros benefícios à mesma, como por exemplo, a prática de inteligência emocional, o aumento do espírito de equipe dos liderados, a melhora no clima organizacional, dentre outros. (JACOMASSI JUNIOR, 2017)

Na sociedade global é possível perceber a existência de quatro diferentes gerações: a *Baby Boomers*, Geração X, Geração Y e Geração Z. O surgimento das novas tecnologias desencadeou as maiores diferenças e fez perceber-se as características particulares entre cada uma destas (PORTO, 2016).

GERAÇÃO *BABY BOOMER* (1946 – 1964)

A geração *Baby Boomer*, conhecida também como *Baby Boom*, segundo Novais (2005), engloba pessoas que nasceram entre os anos de 1946 e 1964, ou seja, após a segunda guerra mundial, momento esse em que se percebeu uma grande explosão demográfica, motivo pelo qual esta geração recebeu o referido nome.

Para Veloso, Dutra e Nakata (2015), os *Baby Boomers* são otimistas e possuem foco no trabalho. Apesar de serem leais às empresas, eles valorizam o *status* e a ascensão profissional. Esta geração procura, ainda, por oportunidades de inserção econômica em diferentes ocupações no campo do trabalho social. Seus esforços escolares eram aplicados em carreiras que prometiam facilitar a busca por melhores posições no mercado de trabalho.

Os *Baby Boomers* são indivíduos focados em desenvolver seu trabalho visando o crescimento da organização, porém no que se diz respeito a mudanças, estes ainda enfrentam grande resistência. Para esta geração a identificação com o trabalho não acontece, necessariamente, de forma dependente com as possibilidades de crescimento profissional (SANTOS et al, 2011).

De acordo com as tradições dos *Baby Boomers*, sábio era quem se aposentava no primeiro emprego, desta forma o tempo de permanência em uma empresa era valorizado, fazendo com que não mudassem facilmente de emprego. Além disso, esta geração lutou por seus direitos, pelas liberdades de expressão e sexual e pelo uso de contraceptivos. (PORTO, 2016).

GERAÇÃO X (1965 – 1981)

A geração X foi a primeira a vivenciar um molde nas rotinas e comportamento dos indivíduos. Com o surgimento da TV os relacionamentos familiares foram afetados, mesmo que involuntariamente, uma vez que o aparelho tornou-se um novo meio de “auxiliar” na educação dos filhos, substituiu brinquedos e passa tempos e, ainda, se transformou em um evento familiar. Em alguns casos, a TV se tornava até mesmo prêmio após se obter notas altas na escola, ou, até mesmo, pelo bom comportamento em casa (OLIVEIRA, 2010).

Nesta época no Brasil, como em diversos outros países, conforme o mesmo autor, houve revoluções de extrema agressividade, inclusive com perseguição de diversos líderes. Porém, vários jovens pertencentes a esta geração, não se identificavam com tamanha agressividade, e adotavam então, posturas mais omissas, fazendo o possível para não se envolver com tais manifestações, até mesmo com as que buscavam a liberdade sexual e a igualdade de direitos.

De acordo com Veloso, Dutra e Nakata (2015, *online*) “essa geração carrega o fardo de ter crescido durante o florescimento do downsizing corporativo, o qual afetava a segurança no emprego”. Ainda como cita o mesmo autor após perceberem que não poderiam mais aguardar pela estabilidade, passaram então a desenvolver suas habilidades para, assim, melhorar a empregabilidade.

Muitos integrantes da geração X herdaram de seus pais o desejo pela busca da estabilidade financeira, pela maturidade e pela independência. Pessoas pertencentes a esta geração são mais cuidadosas quanto à suas escolhas e preferem não expor suas opiniões quando isto pode gerar algum risco a sua estabilidade familiar. Apesar de não terem um severo compromisso com o que diz respeito à autoridade, estes indivíduos se rendem de forma passiva ao estabelecimento de regras (OLIVEIRA, 2010).

GERAÇÃO Y OU MILLENNIALS (1982 A 1995)

Conforme retrata Chiuzi, Peixoto e Fusari, (2011) a geração Y nasceu em um meio tecnológico e não se recorda do tempo em que estes recursos não existiam massivamente. Para Veloso, Dutra e Nakata (2015), esta é uma geração mais individualista, e que, além de defender suas opiniões, da maior prioridade ao lado pessoal e não ao lado profissional.

Os conflitos encontrados nesta geração são percebidos a partir do momento em que estes começam a ser comandados por pessoas de outras gerações. Em contrapartida, levando em consideração a existência da organização, esta geração possui como qualidade o fato de ser favorável a renovação do ambiente e ser adepta também à ideia de inovação, sendo estes atributos essenciais à empresa ao longo prazo (REIS et al, 2013).

Ao serem lideradas, as pessoas da geração Y, promovem diferentes circunstâncias se comparadas com as outras gerações. A maior facilidade para lidar com as novas habilidades e informações, além da total intimidade com novas tecnologias despertam neles um constante foco nos resultados, foco este que foi desenvolvido a partir da implantação do videogame em sua educação. Entretanto, é de extrema importância especificar com clareza o resultado que deve ser alcançado por esta geração, para que toda energia disposta por eles não seja depositada em um desafio errado (OLIVEIRA, 2010).

Os integrantes da geração Y estão sempre em busca de novos desafios, e são, ainda, considerados muito ambiciosos. Estas pessoas não permanecem em empregos que não satisfaçam suas necessidades de desenvolvimento, e são também considerados imaturos, por possuírem acesso muito fácil a tudo que necessitam. Apesar de tudo, esta geração é a que mais se preocupa com as questões socioambientais, fator este que começa a ganhar peso no currículo para as organizações (PEREIRA, 2014).

Pessoas desta geração possuem como hábito ser multitarefas, ou seja, conseguem trabalhar, ao mesmo tempo, em vários projetos; responder a e-mails; acompanhar, através de algum site, as notícias; conversar com os companheiros de trabalho; com os amigos que estejam online, dando ainda, atenção às redes sociais, e, tudo isso, ouvindo música. Estes indivíduos são, acima de tudo, ambiciosos, não se sujeitam a tarefas de início de carreira, e por este motivo, mudam constantemente de emprego em busca de melhores oportunidades (REDAÇÃO SUCESSO JOVEM, 2015).

GERAÇÃO Z (1996 A 2010)

Os nascidos nesta geração estão diretamente ligados e íntimos à expansão exponencial da internet juntamente com os aparelhos tecnológicos. Por nunca terem visto o mundo sem computador, e por nunca lhe faltarem informação, os integrantes desta geração estão um passo a frente dos demais. Além disso, esta geração possui uma grande desconfiança no que se diz respeito a carreiras de sucesso e aos estudos. Não acreditam e não querem mais fazer uma só coisa para o resto de suas vidas, nem mesmo passar, em uma só empresa, o restante de suas vidas profissionais (REDAÇÃO

SUCESSO JOVEM, 2015).

A geração Z é composta, ainda, por problemas relacionados à interação social, sofrendo pela ausência tanto de expressividade em sua comunicação verbal, quanto da “capacidade de ser ouvinte”. Por estas razões, esta geração tem maior tendência a ser egocêntrica, preocupando apenas consigo mesma (CIRIACO, 2009).

De acordo com o mesmo autor, carreiras que necessitam de maior seriedade e concentração podem levar certas dificuldades a esta geração, mas, apesar de tudo, ainda acredita-se que com o passar do tempo o amadurecimento desencadeie um senso maior de responsabilidade nestas pessoas. A demasiada tecnologia e informações desnecessárias em que esta geração está inserida pode, também, torná-los alheios à sua vida política, fator este considerado preocupante.

METODOLOGIA

O desenvolvimento do presente trabalho teve como característica o embasamento em pesquisa bibliográfica. As pesquisas realizadas foram de cunho descritiva e explicativa. Optou-se ainda por uma abordagem quantitativa.

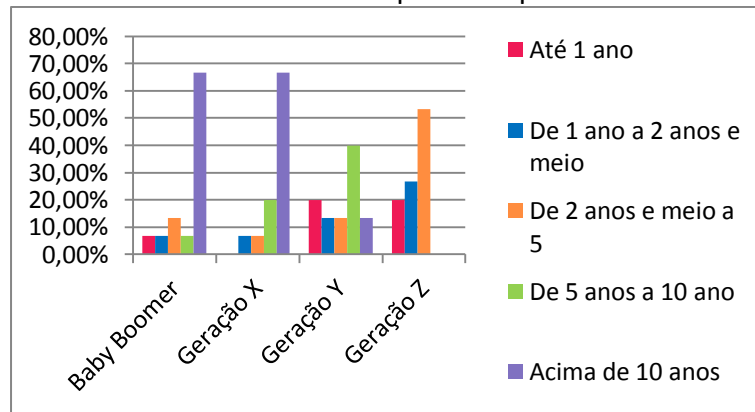
A aplicação do questionário foi feita com trabalhadores pertencentes aos diferentes tipos de gerações. O intuito deste questionário era conhecer a posição dos pesquisados perante as perguntas, bem como suas opiniões relacionadas a geração em que estão inseridos, comparando com as teorias relacionadas aos diferentes tipos de geração.

Para tanto, usou-se a amostra não probabilística intencional, onde foram aplicados 60 (sessenta) questionários, sendo 15 (quinze) a cada uma das 04 (quatro) gerações abordadas, em formato de pesquisa de campo, entre agosto e setembro de 2018. Posteriormente, foram feitas análises dos resultados encontrados no editor de planilhas *Microsoft Office Excel*.

ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Neste capítulo observam-se as análises que foram feitas com base nas respostas dos 60 entrevistados, bem como as comparações entre as gerações analisadas e a comparação dos resultados obtidos com a teoria estudada anteriormente.

Gráfico 1 – Tempo de empresa



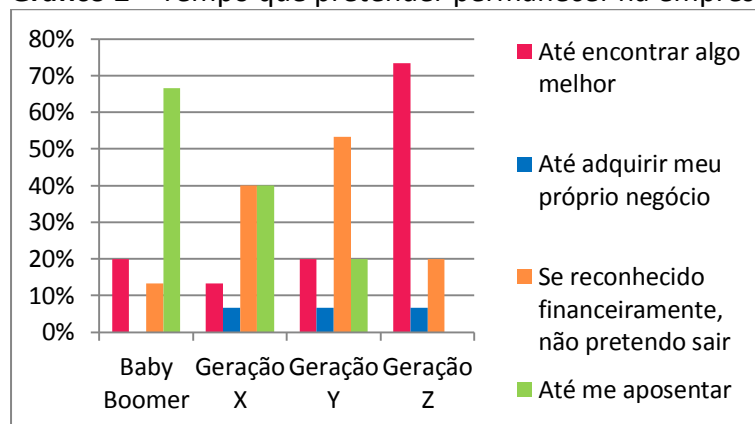
Fonte: Própria (2018).

A primeira pergunta foi intitulada da seguinte forma: “Há quanto tempo trabalha na empresa?”. Nas respostas podemos observar as diferenças entre cada geração. É notório que as gerações *Baby Boomer* e *X* possuem grande parte dos entrevistados que trabalham há mais de 10 anos em uma mesma organização. Para Veloso, Dutra e Nakata (2015), os *Baby Boomers* são otimistas e possuem foco no trabalho. Apesar de serem leais às empresas, eles valorizam o status e a ascensão profissional.

Na geração *Y* o tempo de empresa que prevalece é o de 05 anos a 10 anos, o que pode contradizer. Pessoas da geração *Y* possuem como hábito ser multitarefas, ou seja, conseguem trabalhar, ao mesmo tempo, em vários projetos. Estes indivíduos são, acima de tudo, ambiciosos, não se sujeitam a tarefas de início de carreira, e por este motivo, mudam constantemente de emprego em busca de melhores oportunidades (REDAÇÃO SUCESSO JOVEM, 2015).

Já na geração *Z*, a maioria dos entrevistados marcou a opção de 02 anos e meio a 05 anos. Não acreditam e não querem mais fazer uma só coisa para o resto de suas vidas, nem mesmo passar, em uma só empresa, o restante de suas vidas profissionais (REDAÇÃO SUCESSO JOVEM, 2015).

Gráfico 2 – Tempo que pretendem permanecer na empresa



Fonte: Própria (2018).

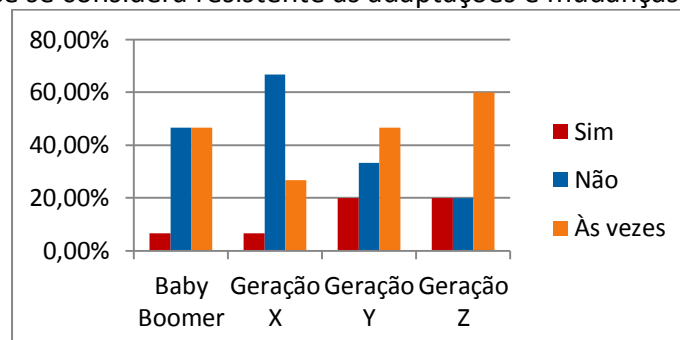
Ao serem questionados de quanto tempo ainda pretendem permanecer na empresa é inevitável a comparação entre as gerações *Baby Boomer* e *Z*, a primeira possui um grande número de pessoas que planejam aposentar no mesmo emprego em que se encontram, mas, ainda é possível verificar pessoas pertencentes a esta geração estão dispostos a mudar de emprego caso encontrem algo melhor, ou ainda quem opte por ficar onde estão em caso de reconhecimento financeiro. De acordo com as tradições dos *Baby Boomers*, sábio era quem se aposentava no primeiro emprego, desta forma o tempo de permanência em uma empresa era valorizado, fazendo com que não mudassem facilmente de emprego (PORTO, 2016).

Já na *Z*, mais de 70% dos entrevistados estão no emprego somente até encontrar algo melhor. Esta geração possui uma grande desconfiança no que se diz respeito a carreiras de sucesso e aos estudos. Não acreditam e não querem mais fazer uma só coisa para o resto de suas vidas, nem mesmo passar, em uma só empresa, o restante de suas vidas profissionais (REDAÇÃO SUCESSO JOVEM, 2015). Contudo, ainda é possível perceber que existem pessoas desta geração que estão dispostas a permanecer no mesmo emprego caso sejam financeiramente reconhecidas.

Na geração *X*, 40% pretende permanecer se reconhecido financeiramente, e outros 40% esperam aposentar no emprego em que estão; 13% esperam encontrar algo melhor e apenas 6% estão trabalhando até abrirem o próprio negócio, ou seja, a maioria dos respondentes possui uma maior visão futurista da organização, o que em de certa forma contradiz a teoria. De acordo com Veloso, Dutra e Nakata (2015, *online*) “essa geração carrega o fardo de ter crescido durante o florescimento do downsizing corporativo, o qual afetava a segurança no emprego”. Ainda como cita o mesmo autor, após perceberem que não poderiam mais aguardar pela estabilidade, passaram então a desenvolver suas habilidades para, assim, melhorar a empregabilidade.

Por fim, na geração *Y* 20% dos entrevistados esperam permanecer no emprego ate encontrar algo melhor, 6% até conquistarem o próprio negócio, 53% não pretendem sair caso sejam reconhecidos financeiramente e outros 20% tem pretensão de ficar no mesmo emprego até se aposentar. Estas pessoas não permanecem em empregos que não satisfaçam suas necessidades de desenvolvimento, e são também considerados imaturos, por possuírem acesso muito fácil a tudo que necessitam (PEREIRA, 2014).

Gráfico 3 – Você se considera resistente às adaptações e mudanças organizacionais?



Fonte: Própria (2018).

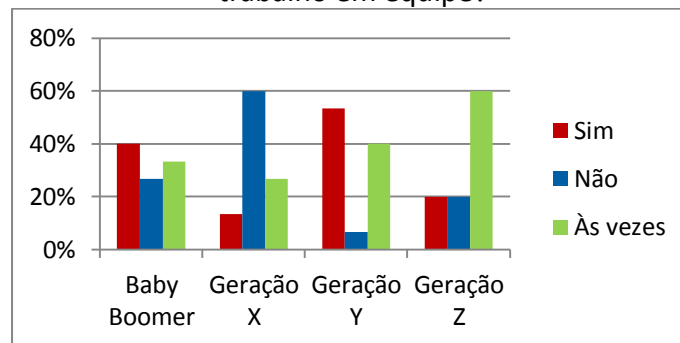
Quando questionados se se consideravam resistentes às adaptações e mudanças organizacionais, 6% dos *Baby Boomer* responderam que sim, 46% responderam que não e a mesma porcentagem optou pelo talvez. Os *Baby Boomers* são indivíduos focados em desenvolver seu trabalho visando o crescimento da organização, porém no que se diz respeito a mudanças, estes ainda enfrentam grande resistência. Para esta geração a identificação com o trabalho não acontece, necessariamente, de forma dependente com as possibilidades de crescimento profissional (SANTOS et al, 2011).

Na geração X, a maioria (66%) não se considera resistente e os outros 23% votaram em talvez. Apenas 6% escolheram o sim. Apesar de não terem um severo compromisso com o que diz respeito à autoridade, os indivíduos da geração X se rendem de forma passiva ao estabelecimento de regras (OLIVEIRA, 2010).

Para a geração, Y 20% votaram sim, 33% não e 46% talvez. Para Veloso, Dutra e Nakata (2015), a geração Y é mais individualista, e que, além de defender suas opiniões, da maior prioridade ao lado pessoal e não ao lado profissional.

Na geração Z, as opções sim e não tiveram 20% dos votos cada e a opção talvez obteve 60% dos votos. A geração Z é composta por problemas relacionados à interação social, sofrendo pela ausência tanto de expressividade em sua comunicação verbal, quanto da “capacidade de ser ouvinte”. Por estas razões, esta geração tem maior tendência a ser egocêntrica, preocupando apenas consigo mesma (CIRIACO, 2009).

Gráfico 4 – A diferença de idade entre os funcionários influencia a dinâmica do trabalho em equipe?



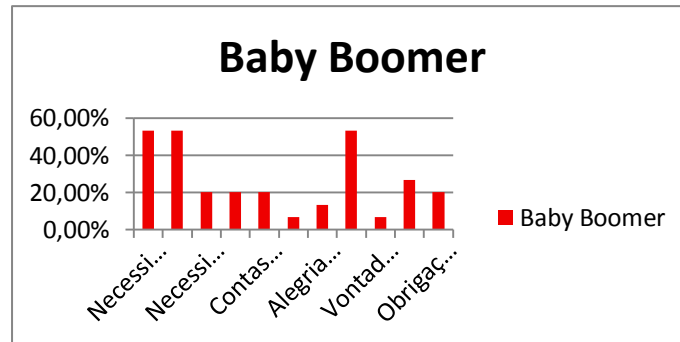
Fonte: Própria (2018).

Ao serem questionados se a diferença de idade influencia na dinâmica da equipe, foi possível perceber que as gerações *Baby Boomer* e Y possuem uma maior resistência à diferença de idades, com 40% e 53% de votos positivos respectivamente. Já na geração X, 60% dos entrevistados não consideram que a diferença de idade seja uma influencia, e, por fim a geração Z foi totalmente imparcial a respeito desta questão, uma vez que as opções sim e não tiveram 20% dos votos cada e a opção talvez 60% dos votos.

Os conflitos encontrados na geração Y são percebidos a partir do momento em que estes começam a ser comandados por pessoas de outras gerações. (REIS et al, 2013). A geração Z é composta por problemas relacionados à interação social, sofrendo pela ausência tanto de expressividade em sua comunicação verbal, quanto da “capacidade de ser ouvinte”. Por estas razões, esta geração tem maior tendência a ser

egocêntrica, preocupando apenas consigo mesma (CIRIACO, 2009).

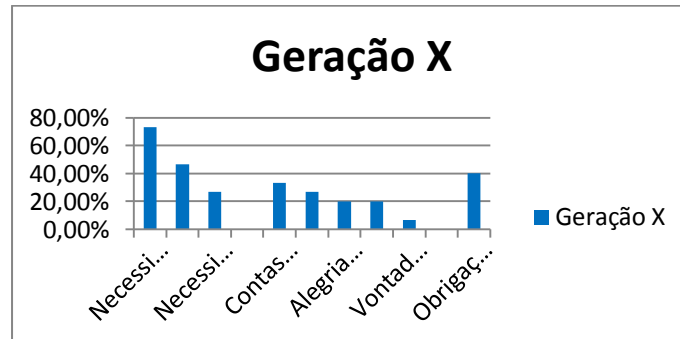
Gráfico 5 – Motiva a trabalhar



Fonte: Própria (2018).

Por fim, os entrevistados eram abordados com a seguinte indagação: o que te motiva a trabalhar todos os dias? Na geração *Baby Boomer* pode-se perceber que houve empate nas três principais respostas, sendo elas: necessidades financeiras; amor pelo que faz e necessidade de ter algo para fazer, todas com 53% dos votos. Para Veloso, Dutra e Nakata (2015), os *Baby Boomers* são otimistas e possuem foco no trabalho. Apesar de serem leais às empresas, eles valorizam o status e a ascensão profissional. Seus esforços escolares eram aplicados em carreiras que prometiam facilitar a busca por melhores posições no mercado de trabalho.

Gráfico 6 – Motiva a trabalhar

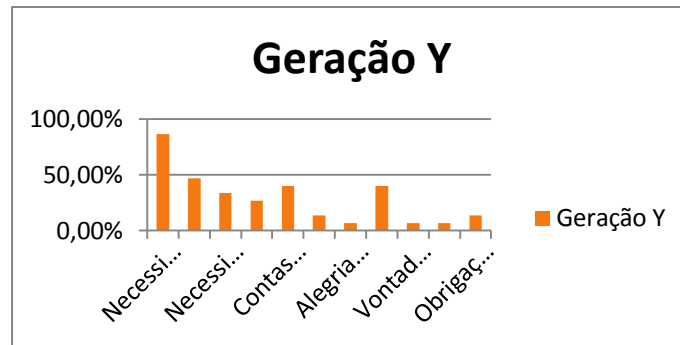


Fonte: Própria (2018).

Para a geração X, os três principais fatores que os motivam a trabalhar todos os dias são: necessidades financeiras, com 73% dos votos, amor pelo que faz, com 47% e obrigação com o empregador, com 40% das escolhas.

Muitos integrantes da geração X herdaram de seus pais o desejo pela busca da estabilidade financeira, pela maturidade e pela independência. Pessoas pertencentes a esta geração são mais cuidadosas quanto às suas escolhas e preferem não expor suas opiniões quando isto pode gerar algum risco à sua estabilidade familiar. (OLIVEIRA, 2010)

Gráfico 7 – Motiva a trabalhar



Fonte: Própria (2018).

Na geração Y, a opção que teve visivelmente maior número de votos é: necessidades financeiras com 83%, seguido por amor pelo que faz com 47% e em terceiro lugar ficaram empatadas as opções: contas a pagar e necessidade de ter algo para fazer, ambas com 40% dos votos.

Para eles a felicidade esta relacionada nas oportunidades que se tem de criar, compartilhar e capturar memórias conseguidas através das experiências. Contudo, para esta geração que já nasceu conectada, quando instigados por este tipo de premiação, além de se sentirem mais confortáveis na organização, ficam mais motivados a alcançar metas, gerando ganhos para si mesmo e para a organização em que está inserido (DA REDAÇÃO, 2018).

Gráfico 8 – Motiva a trabalhar



Fonte: Própria (2018).

Para a geração Z a opção necessidades financeiras se destacou, com 93% dos votos, seguido de necessidade de ter algo para fazer, com 40% dos votos e por fim, com 33% dos votos empataram as opções amor pelo que faz e desejo de reconhecimento. Estas pessoas são extremamente responsáveis e realistas, buscando suprir suas necessidades financeiras e seu enriquecimento pessoal diariamente. Eles são ainda espontâneos e não possuem problemas quanto a demonstrar e expor nas redes suas fragilidades, sua intimidade, valorizando acima de tudo a transparência. (MEIR, 2017)

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Pela observação dos dados analisados conclui-se que algumas características das pessoas pertencentes a cada geração não dependem, necessariamente, do que é proposto pelos estudos teóricos de cada geração. Observa-se que cada indivíduo possui necessidades e características distintas, que podem ou não estar relacionado às características da faixa etária em que se está inserido.

Contudo, foi possível analisar que o tema é de extrema importância nas organizações e o estudo do mesmo faz com que as pessoas adquiram maiores habilidades ao lidar com as diferenças de idade e de personalidade. É possível ainda, quebrar possíveis crenças que foram construídas ao longo dos anos no que se refere a cada geração, construindo assim, ambientes de trabalho mais harmônicos, acolhedores e produtivos.

REFERÊNCIAS

CARDOSO, Karine. O sentido do trabalho em sua vida. **RH Portal**. Set. 2015. Disponível em: <<http://www.rhportal.com.br/artigos-rh/o-sentido-do-trabalho-em-sua-vida/>>. Acesso em: 21 abr. 2018.

CHIAVENATO, Idalberto. **Administração de recursos humanos: fundamentos Básicos**. São Paulo: Atlas S.A., 2006.

CHIAVENATO, Idalberto. **Carreira, você é aquilo que faz**: Como planejar e conduzir seu futuro profissional. São Paulo: Saraiva. 2006.

CHIUIZI, Rafael Marcus; PEIXOTO, Bruna Ribeiro Gonçalves; FUSARI, Giovanna Lorenzini. Conflito de gerações nas organizações: um fenômeno social interpretado a partir da teoria de Erik Erikson. **Sistema de información científica, temas em psicologia**. 2011, v. 19, n. 2, 579 – 590. Disponível em: <<http://www.redalyc.org/html/5137/513751438018/>>. Acesso em: 03 abr. 2018.

CIRIACO, Douglas. O que é a geração Z?. **Tecmundo**. Jul. 2009. Disponível em: <<https://www.tecmundo.com.br/curiosidade/2391-o-que-e-a-geracao-z-.htm>>. Acesso em: 06 mai. 2018.

DA REDAÇÃO. **Jovens da Geração Y preferem experiências do que bens materiais**: Segundo pesquisa, 78% dos jovens da Geração Y escolheriam investir dinheiro com experiências do que gastar com objetos materiais. 2018. Disponível em: <<https://revistamelhor.com.br/jovens-da-geracao-y-preferem-experiencias-que-bens-materiais/>>. Acesso em: 04 maio 2018.

FANTINI, Carolina Aude; DE SOUZA, Naiara Celida dos Santos. Análise dos fatores motivacionais das gerações *baby boomers*, X, Y e Z e as suas expectativas sobre carreira profissional. **Revista iPecege**. v.1, 126-145, 2015. Disponível em:

<<https://revista.ipecege.com/Revista/article/view/25/26>>. Acesso em: 17 abr. 2018.

FERREIRA, Patricia Itala. **Clima organizacional** e qualidade de vida no trabalho. São Paulo: LTC – Livros Técnicos e Científicos Ltda., 2013.

FIGUEIREDO, Jose Augusto. Mercado em transformação. **Revista melhor gestão de pessoas**. Set. 2017. Disponível em: <<http://revistamelhor.com.br/mercado-em-transformacao/>>. Acesso em 19 abr. 2018.

JACOMASSI JUNIOR, Ivan. Conflitos de gerações no ambiente de trabalho, como gerir os diferentes tipos de colaboradores nas empresas. **Revista melhor gestão de pessoas**. Jul. 2017. Disponível em: <<http://revistamelhor.com.br/conflitos-de-geracoes-no-ambiente-de-trabalho/>>. Acesso em: 19 abr. 2018.

KLEIN, Amarolinda Zaneta; DA SILVA, Lisiane Vasconcellos; MACHADO, Lisiane; AZEVEDO, Debora. **Metodologia de pesquisa em administração**: uma abordagem prática. São Paulo: Atlas S.A., 2015.

LIMONGI-FRANÇA, Ana Cristina. **Comportamento organizacional**: conceitos e práticas. São Paulo: Saraiva, 2011.

MAXIMIANO, Antonio Cesar Amaru. **Introdução à administração**. São Paulo: Atlas S.A., 2011.

MEIR, Jacques. **6 características da geração Z que você precisa conhecer**. Novarejo. 2017. Disponível em: <<http://www.portalnovarejo.com.br/2017/09/22/6-caracteristicas-da-geracao-z-que-voce-precisa-conhecer/>>. Acesso em: 06 mai. 2018.

MENDES, Jeronimo. O sentido do trabalho. **Administradores**. Jan. 2010. Disponível em: <<http://www.administradores.com.br/artigos/carreira/o-sentido-do-trabalho/37324/>>. Acesso em: 21 abr. 2018.

MORIN, Estelle M.. O sentido do trabalho. Scielo. Tradução: Angelo Soares. São Paulo: **RAE - Revista de administração de empresas**. Jul./Set. 2001, v. 41, n. 3. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/rae/v41n3/v41n3a02.pdf>>. Acesso em: 22 abr. 2018.

NOVAIS, Raquel Carvalho. *Baby Boomers* na Terceira Idade, uma Oportunidade de Mercado: Um Estudo da Indústria de Cosméticos Natura. **Intercom – Sociedade brasileira de estudos interdisciplinares da comunicação**. Set. 2005. Disponível em: <http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/72690764029806787269335045098670594074.pdf>. Acesso em: 03 abr. 2018.

OLIVEIRA, Sidnei. **Geração Y**: o nascimento de uma nova versão de líderes. São Paulo: Integre, 2010.

PEREIRA, Mariana. *Goodbye, geração baby boomer*. **Revista melhor gestão de pessoas**. Jan. 2014. Disponível em: <<http://revistamelhor.com.br/goodbye-geracao-baby-boomer/>>. Acesso em: 19 abr. 2018.

PORTO, Maria de Fatima Silva. **Cultura e sociedade**. Patos de Minas. UNIPAM. 2016.

REDAÇÃO SUCESSO JOVEM. **As gerações X, Y e Z e suas características | Qual sua geração?** 2015. Disponível em: <<http://sucessojovem.com.br/as-geracoes-x-y-e-z/>>. Acesso em: 04 maio 2018.

REIS, Patrícia Nunes Costa et al. O alcance da harmonia entre as gerações *baby boomers*, x e y na busca da competitividade empresarial no século XXI. **Gestão e tecnologia da competitividade**. 2013. Disponível em: <<https://www.aedb.br/seget/arquivos/artigos13/9418322.pdf>>. Acesso em: 08 abr. 2018.

SANTOS, Cristiane Ferreira dos et al. O processo evolutivo entre as gerações x, y e baby boomers. **XIV SemeAd – Seminários em administração**. Out. 2011. Disponível em: <http://originaconteudo.com.br/arquivos/Artigo-geracoes-X-Y-e-Baby-boomers.pdf>. Acesso em: 06 abr. 2018.

SCHERMERHORN JR., John R. **Administração**. Tradução: Mario Persona. LTC Livros Técnicos e Científicos Editora Ltda. 2007.

SILVA, Adelphino Teixeira da. **Administração básica**. São Paulo: Atlas S.A., 2011.

SILVA, Welington Souza. Mercado de Trabalho. **Infoescola**. 2014. Disponível em: <<https://www.infoescola.com/economia/mercado-de-trabalho/>>. Acesso em 03 mai. 2018.

VELOSO, Elza Fatima Rosa; DUTRA, Joel Souza; NAKATA, Lina Eiko. Percepção sobre carreiras inteligentes: diferenças entre as gerações y, x e baby boomers. **Science direct**. 10 abr. 2012. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1809227616300108>. Acesso em 03 abr. 2018.