

**Eixo Temático: Social**

## **CARACTERÍSTICAS DA GERAÇÃO Y PRESENTES NOS ALUNOS DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO DE UMA UNIVERSIDADE DO PARANÁ**

Andrea Flores de Oliveira  
Prof<sup>a</sup> MSc Ana Cristina Macedo Magalhães  
Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup> Jordana Marques Kneipp

### **RESUMO**

O entendimento das características das gerações ao decorrer dos tempos tem sido de relevante importância para as empresas, tendo em vista que conciliar interesses organizacionais e individuais representa um desafio para as empresas a fim de manter a sua força de trabalho engajada e motivada. Desse modo, o presente trabalho teve como objetivo analisar as características mais marcantes da geração Y nos alunos do curso de administração de uma universidade do Paraná, tendo por base um questionário aplicado aos alunos dos diferentes semestres. Conclui-se que os alunos entrevistados apresentam características relevantes da geração Y e a maioria dos estudantes consideram o *feedback* no trabalho importante, assim como a busca por novos desafios e o exercício da criatividade. Identidade pessoal no trabalho é também algo importante para a maioria dos respondentes.

**Palavras-chave:** Geração Y; Administração; Trabalho.

## 1 INTRODUÇÃO

Um grupo que está recebendo cada vez maior importância no mercado de trabalho é o grupo dos jovens de vinte e poucos anos que fazem parte de uma geração denominada Geração Y. Uma reportagem na Revista Galileu por Loiola (2009) define essa geração como jovens que possuem uma força estrondosa de mudança e que estabelecem suas próprias regras. É a geração multitarefa, tecnológica e que busca acima de tudo reconhecimento e prazer no que faz. Alguns os caracterizam como distraídos, indisciplinados e até levianos, porém o que acontece é que muitas vezes são mal compreendidos. São apenas jovens que sabem muito bem o que querem e que buscam o reconhecimento das outras gerações.

Na mesma reportagem veiculada na revista é citada uma pesquisa realizada pela Fundação Instituto de Administração (FIA/USP) realizada com duzentos jovens, que demonstra que a “busca de significado” é o que define essa geração. Na pesquisa, esses jovens de São Paulo revelaram que Praticamente 99% dos nascidos entre 1980 e 1993 só se mantêm envolvidos em atividades que gostam E 96% acreditam que o objetivo do trabalho é a realização pessoal. A pesquisa ainda revelou que o equilíbrio entre a vida profissional e pessoal e fazer o que gosta e dá prazer são fatores valorizados pelos jovens dessa geração.

Desse modo, o presente estudo analisar as características mais marcantes da geração Y nos alunos do curso de administração de uma universidade do Paraná.

## 2 REVISÃO DA LITERATURA

Para compreender melhor o que é a geração Y, apresenta-se um breve histórico a cerca das demais gerações.

Para Loiola (2009), os Tradicionalistas são os nascidos até 1945. É a geração pós-guerra e que enfrentou a Grande Depressão econômica que arrasou países e com isso, precisaram reconstruir o mundo e sobreviver. De acordo a reportagem previamente citada: são práticos, dedicados, gostam de hierarquias rígidas, ficam bastante tempo na mesma empresa e sacrificam-se para alcançar seus objetivos. A geração Baby Boomer é composta por nascidos entre 1946 até 1965. É a geração que valoriza a disciplina, pois como precisavam produzir para recuperar a economia mundial após a guerra, dão enorme valor ao trabalho. São formais e gostam de hierarquia assim como os Tradicionalistas. Valorizam a experiência e preferem qualidade à quantidade.

Seguindo na linha do tempo, os nascidos a partir de 1966 até 1978 (alguns dizem que é até 1980) são caracterizados por pensar mais em estabilidade. Nasceram e cresceram em uma época onde as tecnologias de comunicação estão em pleno desenvolvimento. Possuem um desejo em equilibrar vida pessoal e trabalho. Porém, passam por crises, como a do desemprego na década de 80 e devido a isso acabam por se tornar céticos e superprotetores. São os pais da geração Y. As características da geração Y serão explicitadas no próximo subitem.

Alguns já falam em uma quinta geração após a Y: a geração Z. Que seriam os nascidos a partir dos anos 90 e que possuem certas características específicas, dentre elas: ser menos propenso à reflexão, pois essa geração cresceu num mundo altamente tecnológico onde o acesso fácil à informação muitas vezes tira o foco do que realmente importa e também é considerada a geração “gamer”, por ter crescido em meio aos jogos de vídeo-game. É mais acelerada que a Y e não dão importância aos valores tradicionais da sociedade.

A geração Y, que engloba os nascidos de 1978 para frente. São marcados pela

explosão da globalização e desenvolvimento da tecnologia. É a geração que busca a autorrealização e bem estar no ambiente de trabalho. São inquietos e tem necessidade de receber feedback constante dos chefes. Busca uma maior qualidade de vida e é capaz de realizar diversas tarefas ao mesmo tempo. No ambiente de trabalho, muitas vezes são taxados de revoltados, pois demonstram abertamente desagrado em relação a alguma atitude tomada pelo chefe, mas na realidade, essa desaprovação está relacionada com os valores éticos profundos que possuem por priorizar o aprendizado e as relações humanas.

Tulgan (2009) explica que a geração Y respeita seus superiores sim, mas não cede de uma hora para outra. É uma geração que não se apega em termos hierárquicos. O que buscam é novos aprendizado, responsabilidades e chances de mostrar que podem melhorar em suas funções. Querem mostrar do que são capazes, falam com maior abertura e por não se ligarem em hierarquia, é que às vezes se sentem à vontade com os mais velhos, justamente pela gana em aprender mais, o que acabam sendo mal compreendidos por membros de outras gerações por os acharem abertos demais por vezes. Tulgan também fala que por terem sido criados em uma época onde valorizar a autoestima era extremamente importante, os jovens dessa geração possuem uma mentalidade entusiasmada e inovadora, e também por terem muita energia, é que devem ser bem conduzidos para que não vire um problema na empresa. Apesar de ser uma geração altamente individualista e focada nas recompensas, para Tulgan, a geração Y é uma geração composta por jovens de valores morais fortes e com alta consciência social, preocupação com o meio ambiente e com os direitos humanos.

Essa geração é uma geração que questiona constantemente sua carreira profissional, diferentemente da geração X, e não pretendem passar muitos anos em uma mesma empresa. É uma geração que foi marcada pela visão de seus pais que deixaram a vida familiar em segundo plano para dedicar-se quase que exclusivamente ao trabalho e muitas vezes terem sido descartados pela mesma empresa a qual se dedicaram tanto. Segundo uma pesquisa feita pela consultoria Deloitte (2009), 47,9% dos entrevistados da Geração Y pretendiam largar seus atuais empregos entre seis meses e dois anos.

Lancaster e Stillman (2011) destacam que a geração tradicionalista considera sorte o fato de ter um emprego, tendo em vista que viveram a Grande Depressão ou suas consequências, e conheceram o medo de ficar desempregado. Os Baby Boomers consideravam fundamental arrumar um trabalho com futuro, tendo em vista que essa geração queria ganhar, conquistar e se destacar na multidão. Para o autor a Geração X tinha como principal objetivo criar uma carreira em que conseguissem dar a volta por cima, em virtude de que viram a explosão da bolha da internet e os pais darem o sangue pelos empregos para acabar sendo demitidos ou se divorciando, essa geração pensava em sobreviver primeiro e prosperar depois. Contudo, o jovem da Geração Y destaca-se pelo fato de ter escolhas.

### 3 METODOLOGIA

Considerando os fatores identificados para classificação da pesquisa, realizou-se uma pesquisa descritiva e abordagem quantitativa. Para Vergara (2004) a pesquisa Descritiva expõe características de determinada população ou fenômeno.

Em relação ao instrumento, foi aplicado um questionário aos alunos dos diversos semestres do curso de Administração de uma Universidade do Paraná, onde a finalidade foi de determinar as características da Geração Y aplicáveis aos estudantes do curso.

Assim, foram definidas perguntas de estrutura adequada para o bom entendimento e estas foram aplicadas no período de 20 a 23 de agosto de 2013, de acordo com a

disponibilidade dos estudantes e aplicadas pessoalmente, esclarecendo aos alunos o objetivo esperado por elas, ressaltando que as respostas terão um cunho apenas de uma opinião pessoal não formando assim qualquer generalização do estudo. As perguntas solicitavam idade, sexo e se o estudante já trabalhava em alguma empresa com o objetivo de traçar um perfil inicial. As duas próximas perguntas questionavam se trabalho significa identidade pessoal, prazer ou tortura e sobre quais itens são considerados importantes no ambiente de trabalho como feedback, autonomia, entre outros. O aluno poderia marcar mais de uma alternativa. As questões seguintes perguntavam quanto tempo a pessoa pretendia trabalhar numa mesma empresa, se o aluno vê problema em mudar de emprego para uma empresa concorrente e na última questão foi solicitado que o aluno desse grau de importância para carreira política, família, amigos e qualidade de vida.

#### 4 RESULTADOS E CONCLUSÕES

O questionário foi aplicado em quatro turmas do Curso de Administração. Cada turma possuía em média 20 alunos. No total, 64 alunos responderam voluntariamente as perguntas, sendo 32 pessoas do sexo feminino e 32 do sexo masculino. Todas com idade entre 18 e 28 anos. Das 64 pessoas, 45 já trabalham ou estagiam em alguma empresa, o que resulta em pouco mais de 70% dos entrevistados.

Como já explicitado algumas características a cerca da Geração Y, podemos perceber claramente nas resposta dos alunos. Para essa geração, o *feedback* é algo muito importante. Simplesmente foi uma unanimidade nas respostas. Todos responderam que o *feedback* é muito importante no ambiente de trabalho. Outras características marcantes foram detectadas nessa breve pesquisa de campo como o exercício da criatividade, trabalho em equipe e a busca por novos desafios no ambiente de trabalho, que receberam mais de 60% das respostas como sendo algo relevante para eles no local de trabalho. Aproximadamente 45% dos jovens responderam que pretendem trabalhar de 2 a 5 anos em uma empresa, contra apenas 10% que responderam que pretendem trabalhar de 6 a 10 anos e também 10% que pretendem trabalhar na mesma organização pro resto da vida. Percebemos nessas respostas desses jovens do curso de administração que existe aí outra característica considerável que é a vontade de agregar conhecimento em um emprego, mas não há aquela obrigação em se manter na mesma empresa por muitos anos como se percebe na geração X.

Outra característica significativa que é percebida claramente nas respostas é que aproximadamente 86% dos estudantes responderam que não se importariam em mudar de emprego para uma empresa concorrente a qual trabalham visto que para a geração Y, essa é uma questão que não causa constrangimento por se tratar de uma geração mais individualista, que busca novos desafios sempre e se não estão contentes em um local mudam com facilidade.

Outra questão mostrou que 62% dos alunos responderam que trabalho é sinônimo de identidade pessoal. O jovem adulto busca, nos dias de hoje, se identificar com sua profissão, busca se reconhecer no que faz e trabalhar com prazer.

Conclui-se que os alunos participantes da pesquisa apresentam características relevantes da geração Y. A maioria dos estudantes responderam que consideram o *feedback* no trabalho importante, assim como a busca por novos desafios e o exercício da criatividade. Identidade pessoal no trabalho é também algo importante para a maioria dos alunos.

Para trabalhos futuros, sugire-se uma pesquisa mais aprofundada a cerca dessas

características não apenas para o curso de Administração, mas também para outros cursos e que seja feito também, se possível, uma entrevista com os alunos para um resultado mais específico.

## REFERÊNCIAS

BENETT. Geração Y. **Galileu**, São Paulo, n. 219, p. 50-53, outubro 2009.

LANCASTER, L. C.; STILLMAN, D. **O Y da Questão**. São Paulo: Saraiva, 2011.

REVISTA GALILEU. **Geração Y**. Disponível em <http://revistagalileu.globo.com/Revista/Galileu/0,,EDG87165-7943-219,00-GERACAO+Y.html>. Acesso em: 21 ago.2013.

TULGAN, B. **Not everyone gets a trophy**: how to manage generation Y. San Francisco: Jossey-Bass, 2009.

VERGARA, S. C. **Projeto e relatório de pesquisa em administração**. São Paulo: Atlas, 2004.