



## **O MUNDO DAS GERAÇÕES: CARACTERÍSTICAS E OPORTUNIDADES.**

SANTOS, Aline Fernanda Gonçalves dos <sup>1</sup>

ENGEL, Carlos Daniel<sup>2</sup>

SILVA, Leticia Barbosa<sup>2</sup>

MUMBACH, Michelle Vitorino<sup>2</sup>

CORNELIUS, Rui Airton<sup>3</sup>

leh.barbosa.silva@gmail.com

### **RESUMO**

A eficiência dos processos de uma empresa se torna tangível, somente, quando os envolvidos em todas as atividades cumprem suas metas com o melhor desempenho possível. Deste modo, para que esse resultado seja atingido com sucesso, se torna indispensável para o contratante, a assimilação dos diferentes tipos de profissionais que se encontram no mercado de trabalho e a diferenciação no que diz respeito à qual irá melhor atender e se adaptar a sua necessidade. Tendo em vista tal necessidade, as várias gerações existentes no mercado vão sendo adaptadas para poder preencher tais vagas nas empresas, tornando o processo mais produtivo e competente, sendo necessário as vezes fazer a adequação de cada profissional para atuar nas atividades. Nosso objetivo vai ser o de tentar esclarecer as características de cada geração, usando de pesquisas quantitativas e também entrevistas com gestores das mais diversas áreas das empresas tornando mais fácil a decisão do contratante na hora de escolher seu profissional. Concluído isso, faremos a análise completa do estudo, tornando ainda mais fácil a escolha por parte do contratante, destacando qual geração melhor se comporta no mercado de trabalho atual.

**Palavras-chave:** adequação; desempenho; eficiência.

---

<sup>1</sup> Graduanda do curso Tecnologia em Recursos Humanos, da Graduação do Centro Universitário FAG-Toledo.

<sup>2</sup> Graduando do curso Tecnologia em Gestão Financeira, da Graduação do Centro Universitário FAG-Toledo.

<sup>3</sup> Professor Orientador do curso de MBA – Gestão Empresarial, do Programa de Pós-Graduação do Centro Universitário FAG.

## **1 INTRODUÇÃO**

O país tem passado por momentos difíceis, crises que se instauram gerando insegurança e instabilidade econômica na população. Tal situação faz com que os jovens procurem estabilidade em seus empregos, e o mercado se torne mais exigente, procurando por profissionais com características pessoais específicas que coincidam com as da empresa.

Essa é uma das especificidades deste grupo de jovens e da fase econômica e social na qual se encontram. No entanto, as gerações têm habilidades e aspectos próprios, isso se deve ao fato delas vivenciarem momentos diferentes.

Como exemplo, a geração Y tem seu início no final dos anos 70 até o início dos anos 90. Se desenvolveu em uma época marcada pelo avanço da tecnologia e prosperidade econômica. Tem por hábito de ser multitarefas, e o costume de conseguir o quiser.

Já a geração Z, se dá no início dos anos 90 até o ano de 2010. São conhecidos por serem “nativas digitais”, estando desde pequenos familiarizados com a internet e todas suas possibilidades. Estão um passo à frente dos mais velhos por estarem sempre conectados e “ligados” ao que acontece em tempo real, e se adaptarem com facilidade aos novos tempos.

Este estudo se torna relevante para o empresário, quando se propõem entender as variações dos tipos de profissionais disponíveis no mercado e saberem como lidar com os conflitos que acontecem entre eles.

Dados estes fatos, percebe-se que há muita diversidade entre estes grupos, o que torna o mercado de trabalho amplo e competitivo. Logo as principais diferenças entre estas gerações e a importância destas para a sociedade em um âmbito empresarial, podem gerar oportunidade de ganhos.

## **2 REVISÃO BIBLIOGRÁFICA**

### **2.1 HISTÓRICO DAS GERAÇÕES**

O estudo de todas as gerações surgiu com a necessidade dos profissionais da área de marketing e empresários com o intuito de conhecer o perfil de seus clientes, como se comportavam, o que eles esperavam dos produtos e serviços colocados no mercado, sendo eles tanto internos quanto externos. Por isso foi necessário fazer um estudo sobre o

comportamento de gerações para compreender seu comportamento e minimizar os possíveis conflitos entre elas.

A primeira geração estudada foi a geração Belle Époque, nome em Francês que significa bela época que são as pessoas que nasceram entre os anos de 1922 até 1946. Não é possível especificar uma data certa para o qual essa geração faz parte, mas registros mostram que essa geração surgiu no final da Primeira Guerra Mundial. Viveram no período de crises financeiras, essa geração acreditava que responsabilidades vem antes do lazer, conhecidos como geração tradicional. A próxima geração foi a Baby Boomer, filhos da geração Belle Époque, nascidos entre os anos de 1940 até 1960. Na visão de Kullock (2010) que foi uma geração idealista que acreditava que o mundo poderia ser salvo pelo amor.

A geração seguinte foi denominada como geração X, cujo nome foi dado por um fotógrafo da época surgindo logo após a 2ª Guerra Mundial ou seja, filhos dos Baby Boomer e netos da Belle Époque. Pessoas que nasceram entre os anos de 1960 até 1980, faz parte dessa geração. Esses indivíduos são mais individualistas e escolhem muito mais pelo racional do que emocional, vendo que o mundo começou a se globalizar dando espaço ao individualismo e a alta competitividade.

A geração Y é a geração dos multiculturais e que conseguem fazer mais de uma atividade ao mesmo tempo. Segundo Kotler (1998) os filhos da geração X, eles acabaram usufruindo de uma época mais tecnológica com a velocidade de informação cada vez maior, ou seja resultado de esforços feitos pelas gerações anteriores. Faz parte dessa geração todos os que nasceram entre os anos de 1980 e 1990.

E também a geração Z, sendo os que nasceram a partir dos anos 90, caracterizada por estarem assistindo televisão, conversando com outras pessoas em seus smartphones e ouvindo música, isso tudo ao mesmo tempo.

E por último a geração Alfa que são exibicionistas que buscam experiências imersivas e interativas, criando cada vez mais conteúdo na internet e não existindo mais a privacidade, sendo eles os nascidos a partir de 2010.

Entanto Malafaia (2011) diz que o que difere os Zs dos Ys e Alfas, é a intensidade com que as características da geração Y e Alfa se desenvolveram nessa nova geração, como a extrema facilidade em lidar com as novas tecnologias. Quase todas essas gerações estão juntas no mercado de trabalho, e o maior desafio das organizações é fazer com que essas gerações deem resultado sem que entrem em choque.

Um dos principais problemas encontrados nas empresas é a divergência de opiniões e valores entre as gerações. A primeira geração Belle Époque, é tradicionalista e presa pela estabilidade financeira, bem como a sua geração sucessora, que além de se preocupar com as finanças, começou a se preocupar em levar uma vida mais calma e tranquila, em função dos traumas passados nas grandes guerras.

De acordo com Tapscott (2010), a geração X traz consigo um pensamento mais racional do que emocional com um perfil empreendedor. Já as gerações Y, Z e Alfa que estão a pouco tempo no mercado, são ligadas nas novas tecnologias e gostam de trabalhar com liberdade, são muito criativos e conseguem realizar várias atividades ao mesmo tempo.

## 2.2 O IMPACTO DA INFORMATIZAÇÃO NAS GERAÇÕES

Para quem nasceu e viveu uma parte significativa da sua vida no século XX, segundo Carneiro (2001), o novo milénio parece corresponder os filmes de ficção científica: as mudanças ocorrem em um ritmo alucinante, não apenas às novas tecnologias, que interferem novos conhecimentos e novos modos de saber, mas sim a toda uma junção de novas sociedades e novos paradigmas.

Viver no século XXI implica a se adequar a uma sociedade cada vez mais abrangente, mais mundial: é assumir-se como cidadão de 1º mundo. É estar em um local e receber um órgão vital de alguém que se encontra em outro planeta, é dar início a revoltas através das redes sociais.

Muitos de nossos pais e avós nasceram em um tempo em que a televisão e o rádio era o principal meio de comunicação e que, como tal, provocou muitas mudanças em vários sentidos da vida em sociedade. De acordo com Neto (2010) as mesmas pessoas convivem hoje com crianças e jovens que estão, quase a todo o tempo, numa realidade tecnológica e virtual muito mais avançada do que aquela que eles experimentaram em sua trajetória: internet, celulares, computadores, *iPods*, videogames, vídeos e televisores com alta definição e 3D, games jogados em rede de internet *online*, redes sociais, etc. É natural que estas diferenças provoquem a emergência de problemas, desencontros e desafios entre as gerações.

Mas se a vida no mundo virtual é fácil e bem-sucedida, muitas vezes a vida real é prejudicada pelo pouco desenvolvimento de competências nas relações interpessoais. Talvez daí venha o fascínio dos jovens por jogos fantasiosos, onde podem ser o que quiserem atrás de um monitor sem censura ou reprimenda: podem viver virtualmente aquilo que a realidade não os permite.

### 2.3 CARACTERÍSTICAS DAS GERAÇÕES X E Y

As diferenças entre a geração X e Y bem evidente, dada suas posturas e atitudes tanto na vida pessoal como profissional.

Os autores (MANIERO e SULIVAN, 2006) (MALDONADO, 2005) (COIMBRA e SCHIKMANN, 2001) realizaram uma pesquisa sobre estas duas gerações, nesta citaram alguns pontos:

A geração X, entre 1965 e 1977, uma geração que gosta de questionar, que não acatavam simplesmente as ordens de seus superiores, e não acreditavam no modelo tradicional das hierarquias. Ao mesmo tempo, viviam constantemente com o medo e a instabilidade do seu trabalho devido o momento de reestruturação corporativa que pairava sobre o país e o mundo. Isso fez com que os jovens buscassem novos meios para se qualificarem e garantirem seus empregos.

Já a geração Y, de 1978 a 1990, estes nasceram em um período de transição política, econômica e cultural tanto no cenário nacional quanto mundial. Devido esses acontecimentos os jovens pertencentes a este desenvolveram características pessoais e profissionais mais individualistas. Outro fator que também contribuiu para que isso viesse a acontecer, foi o fato de que estejam mais conectados com a tecnologia que se desenvolveu consideravelmente neste período

Outros autores também propuseram uma comparação entre as gerações. Entre eles Parry e Urwin (2011). Em seus estudos apontaram os seguintes pontos:

Geração X (1968 a 1979) Os pertencentes a esta geração são muito céticos no que diz respeito às empresas, por esse motivo priorizam muito a o desarranjo da hierarquia empresarial, o trabalho individual e a criação do próprio negócio. Possuem também como prioridade a qualidade de vida, uma autoestima elevada, e a liberdade (SMOLA e SUTTON, 2002). Dado essas características, esses jovens só trabalharam em conjunto com outras pessoas em casos de muita necessidade para resolver os problemas existentes (ZEMKE, RAINES, e FILIPCZAK, 2000).

Geração Y (1980 a 1991) Não simpatizam com os níveis de comando estabelecidos pelas empresas, mas apoiam lideranças interativa, que sugira um caminho confiável a seguir, dando a ele a opção de escolher se vai ou não seguir o que lhe foi proposto, e toma sua decisão com mais habilidade e informações, por estarem diretamente ligados a tecnologia. Estes são difíceis de coordenar pela sua falta de atenção (COIMBRA e SCHIKMANN, 2001);

(MARTIN e TULGAN, 2006). São indivíduos inquietos, contestantes e insubordinados, rejeitam a interferência educativa tradicional em prol de interação, pois estão totalmente acostumado a obterem e compartilharem as informações no meio virtual, tanto na vida pessoal como profissional.

#### 2.4 PRIORIDADES DE CONSUMO DAS GERAÇÕES X E Y

Segundo Lipovetsky (2006), o ponto de ligação entre as gerações é a compreensão de que consumir é fruto da organização da sociedade, com o intuito de alcançar uma posição social elevada, dando a entender que tal pessoa possui uma prospera situação financeira, mesmo está sendo ilusão, e almejando um estado de bem estar e satisfação incoerente.

A geração X, dado suas características tem como sua prioridade de consumo bem duráveis. Estes ainda levam em consideração, mesmo que pouco, a questão da conscientização tanto sustentável quanto econômica. Preferem adquirir produtos que sejam realmente necessária para sua vida, como casa, carro, entre outros.

Já a geração Y, vem mais engajada com a tecnologia e um desenvolvimento social, econômico e cultural. Estes são mais consumistas do que a geração anterior, são mais individualistas e procuram gastar seu dinheiro com viagens, tecnologia, conforto, estão sempre dispostos a algo diferente.

#### 2.5 GERAÇÃO Z

Todos os nascidos após 1990 pertence a Geração Z, essa que tem como característica principal o uso constante da tecnologia em sua vida. Desde smartphones, tablets, televisões, computadores, tudo que possa os conectar ao mundo digital pode ser enquadrado ao padrão de vida desses indivíduos.

Uma geração, que diferentemente da anterior (Geração Y), está mais ligada ao mundo moderno do que se pode imaginar. São críticos, dinâmicos, exigentes, sabem o que querem, autodidatas, não gostam das hierarquias nem de horários poucos flexíveis.

Assim como todas as outras gerações, os jovens da geração “Z” possuem problemas, os quais os atrapalham em sua relação com as pessoas. Esses problemas são a falta interação com outras pessoas e a falta de expressividade na comunicação verbal.

Esses problemas são causados devido ao jeito de que esses jovens ocupam seu tempo no dia a dia, como usam de tecnologia para tudo, acabam por esquecer do quanto é importante

nos comunicarmos e discutirmos uma ideia com alguém no modo antigo, trocando falas pessoalmente, ou até mesmo por ligações.

São mais maduros e antenados as informações do mundo, assim tendem a serem mais inteligentes, muitos costumam dizer que esses jovens serão os chefes dos indivíduos da Geração Y.

Segundo Sawaia (2011, p. 2, 5) no Brasil a Geração Z constitui 18% da população do país, sendo que nela 96% são solteiros, 31% já tiveram o 1º trabalho, 84% estudam e 36% odeiam fazer qualquer tipo de trabalho doméstico.

Assim podemos dizer que a Geração Z tem seus prós e contras, como todas as outras, porém ela que tende a dominar o mercado de trabalho, ela que vem com o objetivo de mudar tudo o que conhecemos no mundo atual, juntamente da tecnologia e das redes sociais, podendo então ser chamada de “Geração da Informação”.

## **2.6 AS NUANCES DA PRÓXIMA GERAÇÃO**

As crianças de hoje, pertencentes à geração Alpha, estão cada vez mais aptas às novas tecnologias, elas começam a estudar cada vez mais cedo que as gerações anteriores e dessa forma é possível afirmar que terão um maior nível educacional. Diferentemente das gerações antecessoras, elas provavelmente não precisarão fazer cursos de informática, por exemplo, pois já nascem dentro dessa realidade. A habilidade e adaptação a novas tecnologias indicam que sejam muito mais independentes que as gerações antecessoras. (BERALDO, 2015).

Nascidos após o ano 2010, a geração Alpha, é a terceira geração de nativos digitais. O termo Alpha foi usado pela primeira vez por Mark McCrindle, em 2010, e seu nome tem origem na primeira letra do alfabeto grego, “α” visto que após a geração Z, não havia mais letras do alfabeto, então se optou para iniciar um ciclo novo, já que as gerações estão sempre evoluindo.

Professor de Demografia e Diretor do ‘*Australian Demographic and Social Research Institute*’, Mccrindle, et al (2013) diz que a geração Alpha será a geração mais inteligente por causa do maior acesso à educação formal e, principalmente, ao maior acesso à informação.

Segundo Mccrindle (2011) esta geração será a mais formalmente educada por serem incentivadas a estudar por um período mais longo que as gerações antecedentes. Os autores acreditam que esta geração está sendo moldada como consumidores em um mundo de tecnologia voltado para o consumismo exacerbado, e assim serão materialistas voltados para tecnologia, pois possuem mais acesso de produtos eletrônicos para seu entretenimento e

trabalho. Agravado pelo fato que são filhos de pais bem-sucedidos e com pouco ou nenhum irmão.

A geração Alpha encontra-se bombardeada de cores e formas de educação em todos os lugares e momentos, auxiliado pela mobilidade da tecnologia gerando assim uma aceleração ainda maior no processo de desenvolvimento (BERALDO, 2015). Com estes aspectos pode-se compreender que esse momento está transformando também as famílias, que devido a estas mudanças tornam-se ainda mais evoluídas.

Ou seja, a interação familiar também está sendo transformada com a chegada da geração Alpha. Seguindo uma tendência consumista, já notada nas duas gerações anteriores, a busca pela posse de mais riquezas significa custos mais elevados, nesse contexto, é provável que a geração Alpha venha a trabalhar mais horas que seus pais, e conseqüentemente, passe menos tempo com suas famílias Mccrindle, et al (2013).

De certa forma, afirma que entrarão para o mercado de trabalho mais adaptados com as novas tecnologias, que é a tendência também para as próximas gerações, que provavelmente serão chamadas de beta, celta, delta, e assim por diante (MCCRINDLE, et al, 2013).

### **3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS**

#### **3.1 MÉTODO DE PESQUISA**

Embora a ciência não seja o único caminho de acesso ao conhecimento e à verdade, há diferenças essenciais entre o conhecimento científico e o senso-comum, vulgar ou popular, resultantes muito mais do contexto metodológico de que emergem do que propriamente do seu conteúdo. Real, contingente, sistemático e verificável, o conhecimento científico, não obstante falível e nem sempre absolutamente exato, resulta de toda uma metodologia de pesquisa, e que são submetidas hipóteses básicas, rigorosamente caracterizadas e subsequentemente submetidas à verificação.

Segundo Richardson (1999 p.90) a pesquisa qualitativa “pode ser caracterizada como a tentativa de uma compreensão detalhada dos significados e características situacionais apresentadas pelos entrevistados, em lugar da produção de medidas quantitativas de características ou comportamentos”.



Para Fonsceca (2002), os resultados da pesquisa quantitativa podem ser quantificados como as amostras geralmente são maiores e consideradas representativas da população, os resultados são tomados como se constituem um retrato real de toda a população alvo da pesquisa. Ela se centra na objetividade. Influenciada pelo positivismo, considera que a realidade só pode ser compreendida com base na análise de dados brutos, recolhidos com a ajuda de instrumentos padronizados e neutros. A pesquisa quantitativa recorre a linguagem numérica para descrever as causas de um fenômeno, as relações entre variáveis.

A natureza do objeto de nosso trabalho se encontra nos procedimentos de pesquisa aplicada, pois consiste situações reais da sociedade, tratando de um problema recorrente que vem surgindo entre os empresários na hora da contratação.

Quanto a forma de abordagem, utilizamos de pesquisas e estudos profundos sobre os meios de atuação dos indivíduos das gerações, entrevistando profissionais das áreas de gestão dos mais diversos cargos e empresas sendo assim, classificamos ele como uma pesquisa quantitativa.

### 3.2 QUESTÕES ELABORADAS PARA AS ENTREVISTAS

- 1- Como enxerga cada uma das gerações em um cargo determinado?
- 2- Qual a preferência de geração na hora da contratação?
- 3- Quais as dificuldades de trabalhar com cada uma das gerações?
- 4- Quais são os pontos positivos e negativos de ter as várias gerações trabalhando juntas?
- 5- Como você enxerga o uso da tecnologia por essas gerações?
- 6- Qual sua opinião sobre como será a próxima geração?

## 4 DESENVOLVIMENTO

### 4.1 O DESENVOLVIMENTO DAS ENTREVISTAS

Para o desenvolvimento deste estudo foram realizadas pesquisas com empresários e gestores que atuem diretamente na gestão de equipe ou na área de contratação em diferentes setores na cidade de Toledo-PR.

O estrato para a pesquisa foi definida pelos pesquisadores envolvidos no trabalho com base em capturar respostas que pudessem agregar valor ao tema abordado, deste modo

preferiu-se optar pela qualidade não pela quantidade estatística ideal neste quesito. Sendo esta realizada com somente 7 (sete) profissionais das áreas anteriormente citadas.

Os dados para a efetuação da pesquisa foram reunidos através de questionários, respondido diretamente pelos empresários e gestores já mencionados anteriormente, seguindo o roteiro disposto por 6 (seis) questões.

#### 4.2 CARACTERÍSTICAS DOS ENTREVISTADOS

Cada um dos entrevistados pertencem a uma empresa com um ramo diferente de atuação. Os entrevistados que foram selecionados pelos autores da pesquisa são: Aldenir Pedro Soster, trabalha na empresa Brf- Brasil Foods na unidade Toledo-PR, uma das maiores indústria de alimentos do Brasil. Sua função na instituição é de Analista de Recursos Humanos, atua especificamente com aprendizagem, porém já exerceu várias funções dentro do setor de RH. Ele será representado ao longo do artigo como entrevistado 1.

A segunda entrevista foi realizada com a empresaria Selma de Abreu dos Santos, sócia-proprietária das empresas Closet Dourado e Look Perfeito, localizadas na cidade de Toledo-PR. Além de sócia-proprietária das suas empresas a entrevistada ainda atua como gerente das duas lojas. No decorrer do artigo ela será descrita como entrevistada 2.

O entrevistado seguinte chama-se Ivan Schneider, gerente da loja Renovar a qual possui duas unidades estabelecida na cidade de Toledo-PR. Além de gerenciar a unidade na qual trabalha, também é responsável por fazer a contratação de todos os funcionários. Este profissional será nomeado nos tópicos seguintes como entrevistado 3.

O quarto profissional a ser entrevistado foi o empresário José Domingos Nunes Correa, sócio na empresa Indústria de Aço São João, onde atua na área jurídica e de qualidade. No entanto, atuou por muito tempo no setor de RH em outras instituições. No desenrolar deste trabalho este empresário será referido como entrevistado 4.

A quinta entrevista foi efetuada com o diretor executivo do Grupo Carlu Brinquedos, Clayton Fernando. Este é responsável pela administração geral da empresa, não está diretamente ligado as contratações, porém junto à sua equipe traça os perfis dos colaboradores necessários para cada vaga aberta. Este profissional será denominado no decorrer deste artigo como entrevistado 5.

A sexta entrevistada foi Angélica Fabiana Fonseca Weirich, consultora na instituição SEBRAE. Diferentemente dos outros profissionais citados neste estudo, esta não gere uma

equipe como um todo, mas faz a gestão individual de cada um dos seus clientes, o que de certo modo, não deixa de ser uma equipe. Ela será denotada nos próximos itens como entrevistada 6.

A última entrevista foi realizada com Marcelo Preti Braga, analista de sistemas e responsável de módulo da empresa Maxicon Sistemas. Esta empresa é referência nacional em gestão de agronegócio, e atua em todo o território brasileiro. Este profissional assim como a anterior não trabalha diretamente com gestão de equipe ou recrutamento, porém faz indicações de profissionais para as várias empresas nas quais presta seus serviços, além de estar sempre se relacionando com outras pessoas e/ou equipes. Assim ele será descrito ao longo deste trabalho como entrevistado 7.

#### 4.3 COMO ENXERGA CADA UMA DAS GERAÇÕES EM UM CARGO DETERMINADO?

Hoje em dia é de extrema importância para os gestores entender cada uma das gerações, tanto para obter mais eficiência nas contratações quanto para gerir com mais eficácia sua equipe. De modo que para alcançar melhores resultados se tornou necessário realizar análises de adaptabilidade, produtividade e desempenho dos profissionais em relação ao cargo disponível.

Tendo em vista as características de cada geração e as áreas de atuação que foram referenciadas nos tópicos anteriores, nota-se uma grande diferença de desempenho destes grupos em relação ao cargo que desempenha. Isso pode ser observado de acordo com as respostas obtidas nas entrevistas.

O entrevistado 1 fez a análise dos grupos em relação ao cargo que exerce, e na sua opinião, não importa a qual geração o colaborador pertence, mas sim suas características pessoais, precisa ter adaptabilidade, criatividade, dinamismo, estar sempre se inovando. Segundo ele “Para aprendizagem e desenvolvimento de pessoas, se você pegar alguém com visão de 20- 30 anos atrás e ela preparar um treinamento, não será interessante, as pessoas não irão gostar de participar e talvez o resultado não seja atingido.”

A entrevistada 2 analisou as gerações referente ao cargo de gerente, para ela a geração *baby boomer* e *Z* não são adequados para exercer esta função, a primeira pelo fato de não se adaptarem a tecnologia e acharem que este recurso não é necessário mesmo nos dias atuais. Já a segunda pelo fato de ser totalmente contrária a anterior e estar totalmente alienado a esta tecnologia, além de outras características específicas desse grupo. No seu ponto de vista, a

geração Y é a que teria um melhor desempenho nesta atividade, pois possuem uma ampla visão o que lhe permite conciliar com maestria tanto sua vida pessoal-profissional quanto as questões relacionadas ao uso da tecnologia.

De modo geral, para o entrevistado 3, os profissionais que se encaixam nas gerações *baby boomer* e X, inclinam-se a permanecer mais tempo na empresa, fazer carreira e em alguns casos continuam até a aposentadoria. Porém, hoje em dia, com todas essas mudanças, os colaboradores com faixa etária mais baixa, tendem a se desvincular mais rapidamente da organização.

De acordo com o entrevistado 4, as gerações mais antigas dispõe de uma maior facilidade de concentração e uma grande dificuldade com a tecnologia, sendo as gerações mais novas o oposto, não sabendo transformar uma informação em conhecimento e dispondo de uma vasta aptidão tecnológica.

Para o entrevistado 5, o mercado possui hoje um enorme déficit de profissionais bons e qualificados, os que estão disponíveis em maior quantidade se enquadram em uma faixa etária de 18 a 25 anos, e apresentam de modo geral uma série de complicações, não estando preparadas para exercer cargos de gestão que necessitam de maior responsabilidade, maturidade e comprometimento como os profissionais que tem entre 28/35 anos. Segundo ele “faculdade é muito importante, o banco de faculdade faz bem, mas só isso não basta, as vezes você pega uma pessoa sem a faculdade, porém, que busca aprender de outras formas, tem responsabilidade, é comprometido, isso se torna muito melhor do que alguém recém saído da faculdade”.

A entrevistada 6 realizou sua análise em relação a função que ela desempenha, e para ela as gerações X e Y teriam uma maior eficiência nesta atividade, a primeira pelo fato de possuir características tradicionais, a segunda por ser inovadora, tecnológica e flexível. Os grupos que restaram por serem de certa forma dois extremos não apresentaria os mesmos resultados.

O entrevistado 7 que teve como base de avaliação sua função, dado ao fato de que este cargo requer profissionais mais novos, os pertencentes a geração *baby boomer* e X que ainda disponíveis no mercado se encontram estagnados. As que possuem melhor desempenho são a Y e Z, estão sempre se inovando e aperfeiçoando.

#### 4.4 QUAL A PREFERÊNCIA DE GERAÇÃO NA HORA DA CONTRATAÇÃO?

O mercado de trabalho nos últimos anos vem se tornando muito difícil e disputado, sabendo disso, as pessoas, dispostas a ingressarem em uma empresa, tem de ser preparar para sofrer forte concorrência, e as empresas e gestores, passam a analisar mais do que apenas o desempenho do colaborador em sua função antes de contratá-lo.

Para resposta dessa pergunta tivemos quase um consenso geral de todos os entrevistados, que acabaram por optar contratar os participantes de gerações intermediarias (X e Y), pois acreditam que os mesmos realizam sua função com mais responsabilidade, comprometimento e dedicação do que pessoas mais novas, e assim fazem com que a empresa ganhe na hora de produzir e tomar decisões.

Já o entrevistado 7, Marcelo Preti Braga, discorda. Ele analisou o mercado pensando nos dias atuais, porém apontando para o futuro, onde a tecnologia ira dominar totalmente o planeta, assim os mais novos, que nasceram juntamente com tal novidade seriam mais capacitados para desenvolver cargos em uma empresa.

#### 4.5 QUAIS AS DIFICULDADES DE TRABALHAR COM CADA UMA DAS GERAÇÕES?

Durante o processo operacional dentro de uma empresa, muitas podem ser as dificuldades para lidar com cada uma das gerações em suas determinadas áreas, sabendo disso, algumas lições podem ser tiradas e a atividade pode ser concluída.

Tomando como base a opinião de todos os entrevistados, podemos concluir que encontramos dificuldades em todas as gerações, porém a geração mais difícil de se lidar são as dos *baby boomers* e a geração Z, que é a mais nova, a dos mais velhos pois acreditam em uma idea e dificilmente se dispõe a aceitar ideias novas, buscar aprimorações, conhecimento, entender a tecnologia, já os participantes da geração Z, tem facilidade em aceitar ideias novas, estudar, dominam a tecnologia, porém são menos responsáveis e menos produtivos para a empresa, pois acreditam muito em seu potencial, e de certa forma vêem que não ficarão muito tempo naquela atividade, realizando-a com falta de empenho, ou muitas vezes nem realizando corretamente.

#### 4.6 QUAIS SÃO OS PONTOS POSITIVOS E NEGATIVOS DE TER AS VÁRIAS GERAÇÕES TRABALHANDO JUNTAS?

A missão de juntar diferentes gerações em uma atividade integrada é muito difícil, porém um tanto quanto interessante, como as opiniões e ideias divergem muito, a equipe só tem a ganhar.

Segundo os entrevistados 1 e 5, existem mais pontos positivos do que negativos, pois justamente graças as diversas ideias que surgem, muitas atividades são realizadas de forma mais criativa e segura, juntando a experiência dos mais velhos com a inovação da juventude.

Mesmo pensamento é o da entrevistada 6, que acredita que a mesclagem de idades e ideias, faz suprir as necessidades de cada um, ou seja, um ajuda o outro com o intuito de concluir a atividade com máxima perfeição.

Já para os entrevistados 2,3 e 4, existem algumas problemas que dificultam a realização de tarefas envolvendo diversas gerações, pois alguns conflitos de ideias acontecem, e com isso um certo clima negativo fica no ar da empresa, principalmente quando tratamos de inovações e tecnologia, e como o convívio dos colaboradores geralmente não passa do trabalho da empresa, é muito difícil alguém entender, e aceitar a ideia do outro, os mais novos duvidando da experiência e da capacidade dos mais velhos, e a tecnologia ainda sendo a grande inimiga dos participantes da geração dos *baby boomers*.

#### 4.7 COMO VOCÊ ENXERGA O USO DA TECNOLOGIA POR ESSAS GERAÇÕES?

A tecnologia vem se tornando cada dia mais presente nas organizações, seu uso na atualidade é indispensável para o progresso e desenvolvimento das empresas. Para tanto sua aplicação exige conhecimento e habituação, e tendo em vista as diferentes gerações que estão disponíveis no ambiente organizacional, pode-se perceber a existência de uma grande diferença na capacidade de adaptação para a utilização e domínio dessas inovações. Isso pode ser observado de acordo com as respostas obtidas nas entrevistas.

Os entrevistados 1, 3 e 5 concordam que existe uma dificuldade das pessoas com um pouco mais de idade pra conseguir entender o processo tecnológico no mundo todo, dizem que uma pessoa da geração x tem dificuldade para se habituar as novas tecnologias, o contrário da geração y e z que já estão familiarizadas com esse meio, e deixam evidente que quanto mais conhecimento nessa área da tecnologia, mais rápido se chega aos resultados.

Apesar disso, o entrevistado 1 julga que ainda não se pode afirmar que esta nova geração governa a tecnologia, segundo ele “Dizer que essa nova geração domina a tecnologia, também é errado, pois elas dominam as redes sociais, o que é diferente.”

O entrevistado 2 diz que é impossível manter-se sem a tecnologia nas empresas, segundo ele é fundamental a empresa estar em redes sociais ter um relacionamento *online*, fazer o uso de tudo isso, é importante, não tem como viver sem. O entrevistado 7 também acredita que o uso da tecnologia é essencial, porém, como a tecnologia é o principal recurso do trabalho, pode ser prejudicial dedicar-se o tempo todo a esse âmbito

Já o entrevistado 4 presume que a tecnologia traz um acúmulo de informações de uma maneira muito dinâmica e o profissional perde a noção de que ele precisa digerir aquela informação e transformá-la em conhecimento.

O entrevistado 6 acredita que em seu cargo a geração X seria a ideal pelo tradicionalismo, porém necessário o conhecimento avançado em tecnologia e inovações que a geração Y dispõem.

#### 4.8 QUAL SUA OPINIÃO SOBRE COMO SERÁ A PRÓXIMA GERAÇÃO?

Quando formos falar sobre acontecimentos que ainda não aconteceram, ou seja viram a acontecer, devemos tomar um certo cuidado, e usar as palavras com conhecimento e cautela, para que nossas informações e opiniões não estejam erradas, sendo assim nossos entrevistados tomaram como ponto de referência os procedimentos e técnicas atuais para prever como será o futuro das próximas gerações.

Nessa questão tivemos uma concordância completa das opiniões de todos os nossos gestores, ambos afirmaram que vêem um futuro promissor, porém complicado para as próximas gerações.

Acreditam que a tecnologia vai auxiliar e muito a resolução das atividades, mas também citam um certo medo quanto a forma de como ela vai dominar a vida das pessoas, deixando elas preguiçosas e sedentárias.

Afirmam também que a educação tanto em casa quanto fora dela, será importantíssima para que os indivíduos possam interagir e participar nas decisões da empresa, tendo em vista que essa forma de empresa que temos hoje em dia ( Patrão manda no empregado) tende a acabar.

## 5 ANÁLISE DE DISCUSSÕES

O objetivo inicial deste estudo era o de entender as variações dos tipos de profissionais disponíveis no mercado e qual geração terá melhor desempenho e efetividade de acordo com

suas necessidades, dificuldades e qualidades, tornando o mercado mais dinâmico, arrojado e valioso.

Deste modo percebeu-se que se analisarmos cada geração detalhadamente iremos encontrar características peculiares em cada uma delas, essas características que tornam elas diferentes umas das outras.

O mercado de trabalho atual, em si procura completar os espaços necessários em cada atividade dentro da empresa, sendo assim, as características de cada geração são analisadas, e procuram completar esses espaços, fazendo com que a concorrência e a disputa pelas vagas aumentem, selecionando o melhor ou os melhores colaboradores para cada função.

Portanto, de todas as gerações, acreditamos que não exista uma geração que se sobressaia, tanto no mercado de trabalho, quanto na vida social. Cada uma delas são importantes e valiosas dentro de suas características, desde a responsabilidade e comprometimento dos mais velhos, até a criatividade e o domínio da tecnologia dos mais novos.

O estudo chegou à conclusão de que com o passar dos anos, mais gerações irão surgir, as mais antigas vão sendo esquecidas e se tornando história, por que sim, elas fizeram história, cada ser humano com a sua particularmente, sendo elas responsáveis por todos os acontecimentos que aconteceram e acontecem no mundo.



## REFERÊNCIAS

- BERALDO, V. V. Geração Alpha e o futuro da educação. *Revista Tutores*. 2015. Disponível em <http://www.tutores.com.br/belohorizonte-sion/noticias.asp?id=4724>, Acesso em 11 de Setembro de 2017
- CARNEIRO, R. Fundamento de educação e da aprendizagem. Vila Nova de Gaia. Fundação Manoel Leão. 2001
- COIMBRA, R., e SCHIKMANN, R. A geração net. Campinas. Anais anpad. 2001
- FONSCECA, J. J. Metodologia da Pesquisa Científica. Fortaleza: UEC. 2002
- KULLOCK, E. Você Conhece os *BabyBommers*. Disponível em: <http://www.focoemgeracoes.com.br/index.php/voce-conhece-os-baby-boomers/> Acesso em 11 de Setembro de 2017
- KOTLER, P. Administração de Marketing. São Paulo. Saraiva. 1998
- LIPOVETSKY, G. A felicidade Paradoxal. São Paulo: Companhia das letras. 2006
- MALAFAIA, G. S. Gestão Estratégica de Pessoas em Ambientes Multigeracionais. Rio de Janeiro: Congresso De Exelencia em Gestão. 2011
- MALDONADO, M. A geração Y no trabalho: um desafio para os gestores.2005.Disponível em: <http://www.rh.com.br/ler.php?cod=4142> . Acesso em 11 de Setembro de 2017
- MANIERO, L., & SULIVAN, S. *The opt-out revolt: why people are leaving companies to create kaleidoscope careers* .2006
- MARCONI, M. D., e LAKATOS, E. Metodologia Científica. São Paulo. Atlas S.A.2007
- MARTIN, C., e TULGAN, B. *Managing the generation mix* . Amherst.HRD Press.2006
- MCCRINDLE, M. *The ABC of the XYZ: Understanding Global Generetions*. Sidney. UNSW Press. 2011
- MCCRINDLE, M., SALGADO, B., & MCDONALD, P. *Future is bright for generation alpha*. 03 de Junho de 2013 Disponível em: <http://www.news.com.au/national/victoria/future-is-bright-for-generation-alpha/storyfni5sms-1226655050947> Acesso em 11 de Setembro de 2017
- NETO , E. Os professores e os desafios pedagógicos de antes das novas gerações: considerações sobre o presente e o futuro. Revista de educação do cogeime. 2010
- PARRY, E., & URWIN, P. *Generational differences in work values: A review of theory and evidence* (Vol. 13). international journal of management reviews. 2011
- RICHARDSON, R. J. Pesquisa Social (3ª Edição ed.). São Paulo. Atlas. 1999

SAWAIA, J. Gerações Y e Z, juventude digital.2011. Disponível em [http://www4.ibope.com.br/download/geracoes%20\\_y\\_e\\_z\\_divulgacao.pdf](http://www4.ibope.com.br/download/geracoes%20_y_e_z_divulgacao.pdf) Acesso em 11 de Setembro de 2017

SCHENEIDER, D. *El País*. 2015. Disponível em [http://brasil.elpais.com/brasil/2015/02/20/politica/1424439314\\_489517.html](http://brasil.elpais.com/brasil/2015/02/20/politica/1424439314_489517.html) Acesso em 11 de Setembro de 2017

SMOLA , K., e SUTTON, C. *Generational differences: revisiting generational work values for the new millennium* (Vol. 23). Journal of organizational behavior. 2002

TAPSCOTT, D. A hora da geração digital: como os jovens que cresceram usando a internet estão mudando tudo, das empresas aos governos. Agir negocios. 2010

ZEMKE, R., RAINES, C., & FILIPCZAK, B. *Generations at work: Managing the clash of veterans, boomers, xers, and nexters in your workplace*. Nova York. AMACOM. 2000