

UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS - UFGD
FACULDADE DE ADMINISTRAÇÃO, CIÊNCIAS CONTÁBEIS E ECONOMIA
CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS

CEZAR EDUARDO SOARES CORDEIRO

**CARACTERÍSTICAS PREDOMINANTES DOS ALUNOS DE CIÊNCIAS
CONTÁBEIS DA FACE/UFGD EM CONSONÂNCIA COM AS PRERROGATIVAS
TEÓRICAS SOBRE GERAÇÕES**

DOURADOS/MS

2017

CEZAR EDUARDO SOARES CORDEIRO

**CARACTERÍSTICAS PREDOMINANTES DOS ALUNOS DE CIÊNCIAS
CONTÁBEIS DA FACE/UGD EM CONSONÂNCIA COM AS PRERROGATIVAS
TEÓRICAS SOBRE GERAÇÕES**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Faculdade de Administração, Ciências Contábeis e Economia da Universidade Federal da Grande Dourados, como requisito parcial para aprovação da disciplina de Trabalho de Graduação II.

Orientadora Cristiane Mallmann Huppés

Banca Examinadora:

Marcelo Chaves de Jesus

Narciso Bastos Gomes

Dourados/MS

2017

**CARACTERÍSTICAS PREDOMINANTES DOS ALUNOS DE CIÊNCIAS
CONTÁBEIS DA FACE/UFGD EM CONSONÂNCIA COM AS PRERROGATIVAS
TEÓRICAS SOBRE GERAÇÕES**

CEZAR EDUARDO SOARES CORDEIRO

Esta monografia foi julgada adequada para aprovação na atividade acadêmica específica de Trabalho de Graduação II, que faz parte dos requisitos para obtenção do título de Bacharel em Ciências Contábeis pela Faculdade de Administração, Ciências Contábeis e Economia – FACE da Universidade Federal da Grande Dourados – UFGD.

Apresentado à Banca Examinadora integrada pelos professores:

Presidente

Professora Cristiane Mallmann Huppés

Avaliador

Professor Marcelo Chaves de Jesus

Avaliador

Professor Narciso Bastos Gomes

DEDICATÓRIA

Este trabalho é dedicado à minha família, base de todas as escolhas certas, exemplo de dedicação, verdade e honestidade em ser e existir. A todos os demais que fizeram parte da jornada a qual escolhi, que estiveram comigo do começo ao fim presenciando meus erros e acertos, e que agregaram positivamente à minha vida. A todos os que lerem este trabalho e de alguma forma lhes for útil em aprendizado.

AGRADECIMENTOS

A Deus, pela oportunidade de passar por este mundo e poder sentir tantas coisas boas, como a sensação de terminar uma etapa importante de estudos que é a graduação, por toda força e coragem para chegar ao fim.

Aos meus pais Sergio Rodrigues Cordeiro e Elenir Soares Cordeiro, por toda ajuda e suporte moral e financeiro ao longo do curso, pelo incentivo aos estudos desde criança e pelo exemplo de pessoas que são para mim.

À minha irmã Daniela Soares Cordeiro, pela motivação e dedicação em me fazer terminar esse processo, pelo total apoio e respeito às minhas escolhas até aqui e por ter se tornado minha melhor amiga.

À Professora Cristiane Mallmann Huppes, minha excepcional e competente orientadora, que muito respeito como profissional e pessoa que é, por todo seu tempo investido nesta orientação, por sua calma, sua insistência, suas correções, por toda ajuda que concedeu, sinceramente foi uma honra tê-la como orientadora, muito obrigado.

Aos amigos que passaram, mas que de algum modo algo me acrescentaram e aos amigos que permanecem, os quais espero manter por perto.

Aos professores e alunos que colaboraram com aplicação do questionário para obtenção dos dados deste estudo.

Gratidão, reconhecimento, inspiração, são alguns sentimentos que sinto pela maioria dos professores que tive nesta graduação, os quais me proporcionaram conhecimentos, aprendizagens profissionais, e até mesmo pessoais, que me são e serão úteis até o fim. Uma fase se encerra, outra começa, e que seja ainda mais desafiadora e gratificante.

“Aquilo que eu não sei é a minha melhor parte.” (Clarice Lispector)

RESUMO

A sociedade conta com a presença de quatro gerações convivendo nos diversos meios sociais: os Veteranos, os *Baby Boomers*, a geração X e a geração Y. O choque dessas gerações tem levantado a necessidade de se conhecer mais sobre cada uma delas, de forma a amenizar os conflitos existentes. Nesse contexto, o trabalho objetivou estudar as principais características teóricas das gerações atuais e confrontá-las com o comportamento da amostra analisada, a fim de se identificar a predominância de tais prerrogativas teóricas à ela. Para tanto, foi aplicado um questionário aos discentes do curso de graduação em Ciências Contábeis da FACE/UFMG, e os respondentes representaram 41,4% da população estudada. Para análise, os dados foram categorizados e tabulados no software Excel, de modo a tornar sua leitura mais compreensível. Os resultados da pesquisa indicaram que assim como menciona a teoria, somente a idade não é suficiente para categorizar determinado grupo de pessoas à determinada geração. Adotando somente o critério idade cronológica, a amostra analisada é pertencente à geração Y, pois possui idade entre 17 e 37 anos, como apontou o perfil dos respondentes. Porém, submetendo esta amostra ao questionamento sobre diversas características das quatro gerações, ela apresentou fortemente traços comportamentais não só de sua categoria pela idade, mas também aspectos dos *Boomers*, dos Veteranos e dos X. Logo, o grupo analisado pode ser categorizado como predominantemente pertencente à geração Y, pela idade cronológica e a maioria das características Y serem compatíveis, mas pela análise de todas as características predominantes, a amostra pode ser classificada também como pertencente à Geração X, aos Veteranos, e ainda em menor grau aos *Baby Boomers*.

Palavras Chave: Ciências Contábeis; Perfil de alunos; Teoria das Gerações.

ABSTRACT

The society includes the presence of four generations coexisting in the diverse social media: the Veterans, the Baby Boomers, the Generation X and the Generation Y. The shock among these generations has raised the need to know more about each one of them, in order to alleviate the existing conflicts. In such context, the present review aimed to study the main theoretical characteristics of the current generations and to confront them with the behavior of the sample analyzed, in order to identify the predominance of such theoretical prerogatives to it. Therefore, a questionnaire was applied to FACE / UFGD Accounting Sciences undergraduate course students, and respondents represented 41.4% of the studied population. The data were categorized and tabulated in the Excel software, in order to make its reading more comprehensible to analyze. The research findings indicated that just as it mentions the theory, age is not enough to categorize a certain group of people to a particular generation. Adopting only the criterion chronological age, the analyzed sample belongs to generation Y, since they are between 17 and 37 years old, as the profile of the respondents indicated. However, subjecting this sample to the questioning about several characteristics of the four generations, it strongly presented behavioral traces not only of its category by age, but also Boomers, Veterans and X aspects. Thus, the analyzed group can be categorized as belonging predominantly to the Generation Y, by chronological age and most of the Y characteristics are compatible, but by all the predominant characteristics analysis, the sample can also be classified as belonging to Generation X, to Veterans, and to a lesser extent to Baby Boomers.

Keywords: Accounting Sciences; Students' profile; Theory of Generations.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

FIGURA 1 – PRINCIPAIS CARACTERÍSTICAS DA GERAÇÃO VETERANOS	22
FIGURA 2 – PRINCIPAIS CARACTERÍSTICAS DA GERAÇÃO BABY BOOMERS	24
FIGURA 3 – PRINCIPAIS CARACTERÍSTICAS DA GERAÇÃO X	26
FIGURA 4 – PRINCIPAIS CARACTERÍSTICAS DA GERAÇÃO Y	27

LISTA DE QUADROS

QUADRO 1 – RESULTADOS DA EXPERIÊNCIA DE HAWTHORNE	16
QUADRO 2 - DIFERENÇA DE VALORES ENTRE AS GERAÇÕES	19
QUADRO 3 – GRUPO DE GERAÇÕES POR FAIXA ETÁRIA	20
QUADRO 4 – AS QUATRO GERAÇÕES PRESENTES NO AMBIENTE DE TRABALHO	21

LISTA DE TABELAS

TABELA 1 – CARACTERÍSTICAS DA GERAÇÃO VETERANOS	32
TABELA 2 - CARACTERÍSTICAS DA GERAÇÃO BABY BOOMERS	33
TABELA 3 – CARACTERÍSTICAS DA GERAÇÃO X	34
TABELA 4 – CARACTERÍSTICAS DA GERAÇÃO Y	35
TABELA 5 – CARACTERÍSTICAS PRODOMINANTES DA AMOSTRA.....	36

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	13
1.1 DEFINIÇÃO DA PROBLEMÁTICA.....	14
1.2 OBJETIVOS	14
1.2.1 Objetivo Geral	14
1.2.2 Objetivos Específicos	15
1.3 JUSTIFICATIVA	15
2 REVISÃO TEÓRICA	16
2.1 CARACTERÍSTICAS, CONTEXTO HISTÓRICO, COMPORTAMENTO E VALORES	21
2.1.1 Veteranos	21
2.1.2 <i>Baby Boomers</i>	23
2.1.3 Geração X	25
2.1.4 Geração Y	26
3 METODOLOGIA	28
3.1 DELINEAMENTO DA PESQUISA.....	28
3.2 DEFINIÇÃO DA POPULAÇÃO E AMOSTRA	29
3.3 TÉCNICAS DE COLETA E ANÁLISE DOS DADOS	30
4 RESULTADOS	31
4.1 PERFIL DOS RESPONDENTES	31
4.2 SOBRE AS CARACTERÍSTICAS DA GERAÇÃO VETERANOS	31
4.3 SOBRE AS CARACTERÍSTICAS DA GERAÇÃO <i>BABY BOOMERS</i>	32
4.4 SOBRE AS CARACTERÍSTICAS DA GERAÇÃO “X”	33
4.5 SOBRE AS CARACTERÍSTICAS DA GERAÇÃO Y	34
4.6 CARACTERÍSTICAS PREDOMINANTES DA AMOSTRA.....	36
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	38
6 REFERÊNCIAS	40
APÊNDICE A – PERFIL DO RESPONDENTE	42
APÊNDICE B – QUESTIONÁRIO	43
APÊNDICE C – REQUERIMENTO À SECRETARIA DA FACE/UFGD	45
ANEXO A - RESPOSTA AO REQUERIMENTO	46

1 INTRODUÇÃO

As interações entre indivíduos dentro das organizações têm despertado o interesse dos gestores, que hoje estão preocupados com o desenvolvimento social e emocional dos colaboradores, revelando assim que, gerir pessoas e estabelecer um relacionamento no ambiente empresarial, são condições influenciadas também por aspectos como: a natureza do trabalho e os elementos emocionais do comportamento humano (NORO *et al.*, 2012). Exposto isso, reconhecer que as empresas funcionam através do capital humano e compreender as interações entre os indivíduos nas organizações, se torna necessário para os gestores, pois os reflexos disso são positivos ao desempenho geral das organizações.

A globalização tornou as empresas competitivas, pois a tecnologia e as mudanças geram grandes desafios. Deste modo, é primordial utilizar o conhecimento das pessoas de maneira veloz e eficaz para atingir resultados desejados, como novos produtos e serviços inovadores. Além disso, é necessário que elas trabalhem de forma integrada, em sistemas interdependentes e colaborativos (PEREIRA, TREML e RANK, 2012).

De acordo aos autores, esse cenário exige que as organizações estejam cientes das diferentes gerações de pessoas atuando juntas no ambiente laboral, por meio de profissionais capazes de reconhecer cada uma dessas gerações, sua formação, suas influências sócio-históricas, suas capacidades, suas falhas, pois cada uma reage de um modo diferente ao meio em que estão inseridas. Não se resume apenas a comparar, mas admitir e reconhecer suas diferenças, desenvolvendo assim suas potencialidades.

Não existe um consenso definitivo entre os literários que estudam o tema. Como expõe Lima (2012), as gerações não têm uma data-limite precisa. Vários estudos, linhas de pensamento, ideologias, e pesquisadores consideram datas diferentes para início e término das mesmas, não existindo uma classificação definitiva e incontestável. O que há é um sentido de adequação referente a cada cultura ou contexto social. Oliveira (2012) menciona que é necessário considerar os vários fatores que ajudam a entender o tema, principalmente o conceito que é mais aceito pelos estudiosos – a separação da sociedade pela idade cronológica.

As gerações envolvem um período temporal que vai de 1925 a 2001. Os Veteranos (1925-1945) são patriotas e rígidos, valorizam o respeito e as hierarquias. Já os *Baby Boomers* (1946-1964) prezam a competitividade, possuem otimismo e foco. A geração X (1965-1979) é formada por pessoas céticas e equilibradas, enquanto que a Y (1980-2001) é decidida e curiosa, valorizando o reconhecimento e recompensas (TEIXEIRA; JAESCHKE, 2012).

1.1 DEFINIÇÃO DA PROBLEMÁTICA

Em seu estudo sobre o choque das gerações no ambiente organizacional, Zemke, Raines e Filipczak (2000, p. 1), afirmam:

Há um problema comum a todas as empresas de qualquer parte do mundo. Não se trata da mudança, da tecnologia, da concorrência, dos clientes, dos chefes autoritários, dos colegas invejosos ou de jogos de bastidores. É um problema de diferenças de valores, de ambições, de pontos de vista. É, em suma, um problema de gerações. De gerações em conflito.

Diante do exposto sobre o tema e considerando o contexto atual das organizações, nota-se que administrar a convivência entre as diferentes gerações pede conhecimentos sobre o conjunto de características e valores que compõem o perfil de cada uma. Nesta perspectiva, esta pesquisa questiona: **quais as características predominantes dos alunos de Ciências Contábeis da FACE/UFGD em consonância com as prerrogativas teóricas sobre Gerações?**

1.2 OBJETIVOS

Para Cervo e Bervian (2007), o objetivo geral: procura determinar, com clareza e objetividade, o propósito do estudante com a realização da pesquisa. Em pesquisa bibliográfica em nível de graduação, os propósitos são essencialmente acadêmicos, como mapear, identificar, levantar, diagnosticar, traçar o perfil ou historiar determinado assunto específico dentro de um tema.

Os objetivos específicos referem-se ao tema propriamente dito: o que se pretende demonstrar ou a que conclusão se deseja chegar com a pesquisa. É indispensável ter em mente o porquê e para quê a pesquisa será realizada. Com os objetivos bem determinados, torna-se mais fácil desenvolver a investigação (RUDIO, 1995).

Definidos estes aspectos sobre o que vem a ser e a importância destes em uma pesquisa, a seguir, são estabelecidos os objetivos, geral e específicos, da pesquisa que será realizada.

1.2.1 Objetivo Geral

Diante disso, o objetivo geral dessa pesquisa é **descrever as características predominantes dos alunos de Ciências Contábeis da FACE/UFGD em consonância com**

as prerrogativas teóricas sobre as Gerações Veteranos, *Baby Boomers*, Geração X e Geração Y.

1.2.2 Objetivos Específicos

Sendo assim, no intuito de chegar à resposta da pergunta de pesquisa, assim como atender ao objetivo geral, serão desenvolvidos os seguintes passos, sendo estes, os objetivos específicos:

- Estudar os aspectos teóricos sobre as gerações denominadas: Veteranos, *Baby Boomers*, Geração X e Geração Y;
- Desenvolver um questionário das características indicadas a cada geração;
- Aplicar o questionário e tabular os resultados;
- Analisar as características encontradas;
- Comparar os resultados obtidos com os aspectos elencados pela teoria;
- Descrever as características em comum e as características divergentes entre as prerrogativas teóricas e os resultados obtidos na pesquisa.

1.3 JUSTIFICATIVA

A complexidade e dinamismo presentes nas organizações hoje, tem tornado o aspecto humano essencial na gestão das empresas, exigindo dos profissionais uma maior atenção ao perfil das pessoas com quem trabalham e convivem, pois cada pessoa pertence a uma geração, com características, experiências e motivações muito divergentes, influenciadas pela formação, valores e até tendências da época em que viveram/vivem (PEREIRA; TREML; RANK, 2012).

Neste sentido, a justificativa e utilidade desta pesquisa apóia-se na necessidade de conhecer e entender o perfil das diversas gerações presentes não só no ambiente empresarial assim como em outros meios sociais, a fim de saber como motivar positivamente e desenvolver as potencialidades das pessoas de cada geração, respeitando suas diferenças e amenizando conflitos. Além disso, gera mais discussão e conseqüentemente contribui para despertar a atenção das organizações e da comunidade acadêmica para o tema, assim atribuindo ao assunto maior importância social, científica e acadêmica.

2 REVISÃO TEÓRICA

Um grande marco nos estudos sobre a importância dos aspectos psicológicos e sociais dentro das organizações, determinando o começo de uma nova teoria baseada em valores humanos, foi a experiência de Hawthorne. Coordenada por Elton Mayo em 1927, o Conselho Nacional de Pesquisas dos Estados Unidos iniciou a experiência na fábrica de Hawthorne da Western Electric Company, Chicago. No intuito de verificar a correlação entre iluminação e eficiência dos operários, medida por meio da produção, a pesquisa envolveu os aspectos fadiga, acidentes no trabalho, rotatividade de pessoal e efeito das condições de trabalho sobre a produtividade.

Os resultados da experiência, segundo os pesquisadores, eram prejudicados por variáveis de natureza psicológica. Inicialmente numa tentativa de eliminar ou neutralizar os fatores psicológicos, por os reconhecerem apenas quanto sua influência negativa, a pesquisa durou até 1932 (CHIAVENATO, 2003). Dividida em quatro fases, cada fase reunia grupos de operários a fim de testá-los e/ou conhecê-los. A experiência obteve as conclusões constantes no Quadro 1:

Observação	Explicação
O nível de produção é resultante da integração social	O nível de produção não é determinado pela capacidade física ou fisiológica do empregado, mas por normas sociais e expectativas grupais. É a capacidade social do trabalhador que determina seu nível de competência e eficiência. Quanto maior a integração social no grupo de trabalho, maior será a disposição de produzir.
Comportamento social dos empregados	O comportamento do indivíduo se apóia totalmente no grupo. Os trabalhadores não agem ou reagem isoladamente como indivíduos, mas como membros de grupos.
Recompensas e sanções sociais	O comportamento dos trabalhadores está condicionado a normas e padrões sociais. Cada grupo social desenvolve crenças e expectativas em relação à Administração. Essas crenças e expectativas – sejam reais ou imaginárias – influenciam nas atitudes e nas normas e padrões de comportamento que o grupo define como aceitáveis.
Grupos informais	A empresa passa a ser visualizada como uma organização social composta de grupos sociais informais, cuja estrutura nem sempre coincide com a organização formal da empresa. Os grupos informais definem suas regras de comportamento.
Relações humanas	Cada pessoa possui uma personalidade própria e diferenciada que influi no comportamento e nas atitudes das outras com quem mantém contatos e é, por outro lado, igualmente influenciada pelas outras. A compreensão das relações humanas permite ao administrador melhores resultados de seus subordinados e a criação de uma atmosfera na qual cada pessoa é encorajada a se expressar de forma livre e sadia.
Importância do conteúdo do cargo	O conteúdo e a natureza do trabalho têm influência sobre a moral do trabalhador. Trabalhos simples e repetitivos tornam-se monótonos e enfadonhos, afetando negativamente a atitude do trabalhador e reduzindo a sua satisfação e eficiência.
Ênfase nos aspectos emocionais	Elementos emocionais não planejados e irracionais do comportamento humano merecem atenção.

QUADRO 1 – Resultados da Experiência de Hawthorne

Fonte: Idalberto Chiavenato (2003, p. 105)

Evidencia-se que os resultados do Quadro 1 representaram um grande marco no reconhecimento e valorização do aspecto humano dentro das empresas, direcionando a ênfase na estrutura e nas tarefas para o foco nas pessoas. Através das conclusões dessa pesquisa

surgiu a Escola Humanística da Administração, em oposição à Teoria Clássica da Administração. Elton Mayo, fundador do movimento, escreveu três livros sobre os problemas humanos, sociais e políticos resultantes do desenvolvimento da civilização industrializada (CHIAVENATO, 2003).

As empresas e os profissionais têm se remodelado pelas transformações provocadas pela globalização da economia e novas tendências produtivas, como uma necessidade de sobreviver e crescer em um ambiente altamente competitivo e de competências mais complexas. A capacidade de lidar com a diferença e conviver com grupos de diferentes faixas etárias e características é uma destas competências (PEREIRA *et al.*, 2012). Para administrar essa convivência é preciso conhecer as motivações e valores de cada um desses diferentes grupos, ou melhor, gerações. Neste sentido Ribeiro (2005, *apud* NORO, 2012) destaca que o profissional de recursos humanos deve obter meios de avaliar pessoas em todos os sentidos, diferenciando as pessoas com as quais lida diariamente e observando que cada pessoa tem sua própria personalidade, possuem conhecimentos, habilidades e atitudes peculiares.

Logo, se torna necessário definir a palavra geração. Segundo o Dicionário Aurélio da língua portuguesa (FERREIRA, 2008, p. 432):

Geração *sf.* **1.** Ato ou efeito de gerar. **2.** Cada grau de filiação de pai a filho. **3.** Conjunto de pessoas nascidas pela mesma época. **4.** O espaço de tempo (aproximadamente 25 anos) que vai de uma geração (3) a outra. **5.** *Rád. Telev.* Transmissão em circuito fechado de sinais de áudio ou vídeo para um ou mais pontos. [Pl.: -ções.]

Kupperschmidt (2000, *apud* PEREIRA *et al.*, 2012, p. 3), define geração como um “grupo identificável de pessoas nascidas em um mesmo período que compartilha experiências ao longo de suas vidas, influenciando e sendo influenciadas por uma variedade de fatores que incluem troca de atitudes da sociedade, mudanças sociais, políticas e econômicas.” Já de acordo com Oliveira (2010, *apud* SILVA *et al.*, 2012, p. 3), “o conceito de geração reconhecido e aceito pela sociedade moderna estabelece o período de vinte anos como marco de separação entre as gerações”.

Para Santos *et al.* (2011), de acordo com a história e os vários estudos que contemplam a trajetória do trabalho pode-se entender sobre os diversos aspectos sociais, humanos, políticos e funcionais que compõem as organizações. As atividades desenvolvidas e as ações projetadas oportunizaram uma ampliação da visão geral que envolve os contextos e culturas empresariais no que se refere à constituição do quadro funcional. Assim sendo, ocorrem inúmeras mudanças e pessoas de diferentes gerações são selecionadas para compor os organogramas das empresas.

Diante disso, Lombardia, Stein e Pin (2008, *apud* PEREIRA *et al.*, 2012), salientam que esse contexto de diversidade presente nas organizações atuais, resulta em uma atuação simultânea e forçada de diferentes gerações de colaboradores. Ainda segundo os autores, para administrar essa convivência e conhecer as motivações e capacidades de cada geração é necessário compreender o contexto em que cresceram, as tendências culturais às quais foram expostos e as transformações políticas e sociais que viveram.

Todavia, considerar somente a idade de cada pessoa não é o suficiente para definir a geração a qual pertence. Mais que isso, é preciso identificar um conjunto de convívios históricos partilhados que definam princípios de visão de vida, contexto e valores iguais. Além disso, deve-se considerar a classe social, a educação e o acesso a inovações tecnológicas; então nesse conjunto de dados, teremos informações satisfatórias para adequar cada pessoa a sua geração (TEIXEIRA; JAESCHKE, 2012).

Santos *et al.* (2011, p. 2), comenta que por causa do processo de globalização e da ocorrência de mudanças rápidas, é essencial conhecer como cada uma dessas gerações se formou numa construção de cenário mundial, mapeando quais influências sócio-históricas as constituíram. Argumentam ainda: “não se trata apenas de fazer comparações, visto que cada uma se prende com diferentes circunstâncias e contextos e são derivadas de diferentes tempos e sociedades, mas de concebê-las num processo de reconhecimento das diferenças”.

Cada geração tem sua história baseada em um conjunto de vivências comuns, valores, visão de vida, cenário sociopolítico e aproximação de idades. Compreender e adaptar-se às diferentes gerações não é um desafio apenas dos gestores dentro das organizações, mas um desafio também da sociedade, pois o conjunto de comportamentos e valores das várias gerações influenciam o modo de ser e de viver das pessoas em sociedade (LOMBARDIA; STEIN; PIN, 2008 *apud* VASCONCELOS *et al.*, 2010).

Ao encontro disso, Bauman (2009, *apud* CHIUZI; PEIXOTO; FUSARI, 2011) explica que traçar o perfil de diferentes gerações é uma tarefa muito arriscada, pois inevitavelmente pode-se fazer generalizações indevidas, resultando na extração da historicidade e culturalidade do indivíduo.

Na literatura sobre o tema, não há consenso entre os autores sobre quantas gerações existam, como também há variação quanto às datas de nascimento e limite das gerações, e ainda quanto à suas denominações. Vasconcelos *et al.* (2010) argumentam que nas pesquisas sobre o tema identifica-se uma convergência nas características das gerações, assim como um foco de estudo voltado para as três últimas gerações. Alguns autores consideram períodos

ligeiramente diferentes, começando alguns anos antes ou depois e/ou terminando anos mais cedo ou mais tarde. Neste raciocínio, Chiuzi, Peixoto e Fusari (2011, p. 581) mencionam:

Independente da nomenclatura, algumas características comuns são compartilhadas em função precisamente de eventos históricos que moldaram padrões socioculturais dos indivíduos. O que se percebe é que a maioria dos estudos e registros históricos (senão todos) é oriunda da cultura norte-americana, realizados a partir de registros históricos especialmente em função da história de participação em guerras que, definitivamente geraram verdadeiras cicatrizes sociais em determinadas gerações, marcando-as de maneira bastante significativa.

Silva, Silva e Santos (2012), afirmam que embora haja o convívio social de cinco gerações diferentes, três delas destacam-se numericamente no ambiente organizacional: os *Baby Boomers*, a Geração X e a Geração Y. Também, Veloso *et al.* (2008, *apud* VASCONCELOS *et al.*, 2010), propõem a existência de três gerações: (a) *Baby Boomers* (nascidos até 1964); (b) Geração X (nascidos ente 1965 e 1977); (c) Geração Y (nascidos a partir de 1978). Na concepção de Engelmann (2009, *apud* SANTOS *et al.*, 2011), que também divide as gerações em três, existe uma ligeira diferença quanto às datas: os *Baby Boomers* são as pessoas nascidas entre 1948 e 1963; a geração X, pessoas nascidas entre 1964 e 1977; a geração Y aquelas que nasceram entre 1978 e 1994. O Quadro 2 mostra essa divisão, caracterizando cada grupo.

Baby Boomers 1948 a 1963	Geração X 1964 a 1977	Geração Y 1978 a 1994
Usa a tecnologia como ferramenta necessária. Aprecia a hierarquia. Tolera equipes, mas valoriza trabalho independente.	Tecnicamente experiente. Trabalho de equipe muito importante. Não gosta de hierarquia. Busca equilíbrio vida/trabalho, mas trabalha em expedientes prolongados.	Tecnicamente experiente. Trabalho de equipe muito importante. Culturalmente diversa. Busca equilíbrio vida/trabalho, desejando horários mais flexíveis.
Mais lealdade à organização.	Lealdade à própria carreira e Profissão.	Acredita na informalidade. Quer ficar rico logo. Valoriza a abertura de novas Companhias.
É a favor da diplomacia.	Franco nas conversas.	Franco nas conversas.
É a favor da velha economia.	Aprecia a velha e a nova economia.	Prefere a nova economia.
Espera um bônus baseada em desempenho.	Espera ter bônus designado.	Espera ter bônus designado.

QUADRO 2 - Diferença de valores entre as gerações

Fonte: Noro et al. (2012)

Silva e Struckel (2013), diferente de Veloso *et al.* (2008) e Engelmann (2009), comentam sobre a ação de quatro gerações no mercado de trabalho: os Tradicionais (nascidos entre 1933-1945) que foi a geração que vivenciou a Segunda Guerra Mundial, os *Baby Boomers* (nascidos entre 1946 -1960) que é a geração pós-guerra, a Geração X (nascidos entre 1960-1977) que viveram num momento de grandes revoluções e aberturas políticas e a

Geração Y ou Geração do Milênio (nascidos entre 1977-1994) que são os filhos dos *Baby Boomers* e da Geração X.

Washburn (2000, *apud* CHIUZI; PEIXOTO; FUSARI, 2011), divide as gerações em cinco classes: Geração da infância, nascidos entre 1901 até 1925; Geração silenciosa, 1926 a 1945; Geração *Baby Boomer*, 1945 até 1964; Geração X, dos que nasceram entre 1965 até 1981; e Geração Y, dos nascidos entre 1982 e 2003.

Ceretta e Froemming (2011), citam em seu estudo a classificação de Levy e Weitz (2000), que distingue as gerações em quatro categorias diferentes, as quais adicionam, para o estudo, uma quinta geração, a atual Geração Z, conforme Quadro 3:

Grupo de Gerações	Datas de Nascimento	Idade em 2011
Geração Z	1989-2010	0-22
Geração Y	1977-1988	22-33
Geração X	1965-1976	34-45
Baby Boomers	1946-1964	46-64
Silver Streakers	Antes de 1946	65 ou mais

QUADRO 3 – Grupo de Gerações por faixa etária

Fonte: Ceretta e Froemming (2011)

Sobre os grupos apresentados no Quadro 3, Ceretta e Froemming (2011) explica que os *Silver Streakers* engloba a população mais velha, conservadora para com suas economias. Os *Baby Boomers* envolve os nascidos após a segunda guerra mundial, que prezavam muito a juventude. A geração X se identifica muito com a arte, TV e filmes em cinema. Já a Y poderia ser resumida pela palavra diversidade.

A literatura em geral restringe-se a esses quatro grupos de gerações, entretanto, deve-se considerar, hoje, a existência da geração adolescente, que tem sido nomeada como a Geração Z. Tratando-se de um fenômeno recente, percebe-se que a caracterização de geração Y já não descreve o grupo mais jovem. Começa a organização de nova faixa, ainda sem limites etários definidos e com focos de estudos ainda embrionários (CERETTA; FROEMMING, 2011, p. 19)

Segundo as autoras sobre a geração Z, os jovens dessa geração nunca tiveram o mundo sem computador, chats ou telefone celular. Seu modo de pensar foi influenciado desde o berço pelo rápido mundo da tecnologia. Ciriaco (2009, *apud* CERETTA; FROEMMING, 2011), também denomina a geração Z como a Geração silenciosa, pelo fato de estarem sempre de fones de ouvido, por escutarem pouco e falarem menos ainda. Como consequência, essa geração tende a ser egocêntrica, já que na maioria das vezes o jovem tende a se preocupar apenas consigo mesmo. Diante disso os problemas dessa geração são relativos à interação social e o baixo desenvolvimento interpessoal. É necessário que as organizações

entendam que esses adolescentes vivem em ritmo fragmentado, pois executam simultaneamente várias tarefas.

Cada geração tem uma personalidade única, diferentes expectativas em relação ao trabalho e objetivos pessoais e profissionais de acordo com os acontecimentos que marcaram seu período de desenvolvimento. Oliveira (2009, *apud* SILVA; STRUCKEL, 2013) afirma que o profissional hoje quase nunca admite ser resistente a mudanças, entretanto muitos adotam o discurso de aceitação das mudanças, mas não se envolvem com elas, por pensarem que seus efeitos estarão sempre a uma distância segura e controlável.

Diante de tantas classificações quanto a nomenclaturas e datas, neste trabalho adotou-se a classificação apresentada por Teixeira e Jaeschke (2012), que tem por base a dimensão exposta no Quadro 4.

	Veteranos	Baby Boomers	Geração X	Geração Y
Ano Nasc	1925 - 1945	1946 - 1964	1965 – 1979	1980 - 2001
Eventos históricos chave	2ª Guerra Mundial.	1º homem na lua; Guerra do Vietnã.	Epidemia da AIDS; queda do muro de Berlim.	Ataque 11 de setembro; Guerras do Afeganistão e do Iraque; furacão Katrina.
Traços marcantes	Patriotas rígidos, práticos, valorizam o respeito, as hierarquias e o sacrifício.	<i>Workaholic</i> , competitivos, leais, materialistas, otimistas, focados, lideram por consenso, automotivação presente em suas carreiras.	Céticos, equilibrados, valorizam a liderança por competência e tem espírito de anticompromisso.	Equilíbrio entre vida pessoal e profissional, otimistas e esperançosos, decididos, visam a inclusão e o coletivismo.

QUADRO 4 – As quatro gerações presentes no ambiente de trabalho

Fonte: Teixeira e Jaeschke (2012, p. 6).

O Quadro 4 apresenta um resumo das quatro gerações existentes hoje, seu período cronológico, os eventos históricos marcantes e principais traços comportamentais. Uma vez definidas as gerações e sua delimitação no tempo histórico, a seguir são tratados aspectos característicos de cada geração.

2.1 CARACTERÍSTICAS, CONTEXTO HISTÓRICO, COMPORTAMENTO E VALORES

Nos próximos tópicos serão apresentadas especificidades de cada uma das Gerações que serão objeto de observação, a saber: Veteranos; *Baby Boomers*; Geração X; e, Geração Y.

2.1.1 Veteranos

Nascidas entre 1925 e 1945, a Segunda Guerra Mundial foi um evento que marcou profundamente essa geração. De acordo com Teixeira e Jaeschke (2012), as crianças desta geração cresceram vendo o mundo submerso na depressão econômica, e suas famílias imigrando em busca de trabalho ou fugindo da intolerância política causada pelas duas Guerras Mundiais. As destruições provocadas por elas separam suas famílias, desenvolvendo

nessas crianças e os fazendo seguir mais tarde valores como compaixão, solidariedade, lealdade, a família, a lealdade, os direitos civis, o respeito pela autoridade e moralidade. Oliveira (2010, p.48 *apud* TEIXEIRA; JAESCHKE, 2012) lembra que a grande motivação e missão destes jovens foi a de reconstruir a sociedade.

É a geração mais antiga dentro das organizações. No ambiente organizacional prezam pelos princípios éticos e da memória coletiva da empresa, o que, por vezes, é rejeitado pelos *Boomers*, orientados para a ação, e pelos X, entusiastas da tecnologia. Possuem muita sabedoria e astúcia em relação ao ambiente de trabalho, além de terem uma rede de contatos valiosa para a organização.

O seu estilo típico de liderança é o autoritário, orientado para os princípios clássicos de comando e controle. Embora a maioria das teorias de liderança participativa e de motivação tenham nascido nos anos 60, nunca encontraram nelas razões suficientes para mudar o seu estilo de liderança. Embora acreditem no trabalho em equipe, eles tendem a encará-lo segundo o modelo militar. Em outros termos, há sempre alguém que tem a última palavra e que dá a voz de comando. Logo, em uma empresa liderada por um veterano, ele que tomará todas as decisões estratégicas e assumirá total responsabilidade pelas suas consequências. Dos seus colaboradores esperam, acima de qualquer coisa, lealdade e dedicação. São atraídos pela segurança e estabilidade, visto que, em regra, começaram a trabalhar em grandes companhias ou para o Estado, e acreditam fortemente na filosofia: “não há nada como um dia de trabalho ganho honestamente” (ZEMKE; RAINES; FILIPCZAK, 2000).

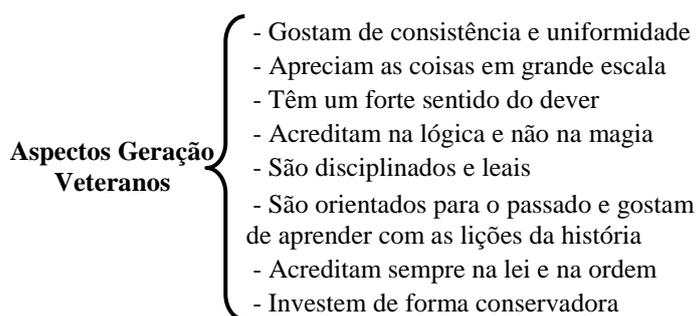


FIGURA 1 – Principais características da Geração Veteranos
Fonte: Zemke; Raines e Filipczak, 2000.

A Figura 1 apresenta os traços comportamentais essenciais da Geração Veteranos segundo Zemke; Raines e Filipczak (2000). Ainda de acordo com os autores, profissionalmente esta geração apresenta os seguintes pontos fortes: são trabalhadores esforçados, estáveis, minuciosos, éticos, consistentes e leais; já os pontos fracos apontam para o receio a ambigüidade e a mudança e o desconforto com o conflito e as novas tecnologias.

2.1.2 *Baby Boomers*

Esta geração refere-se às pessoas nascidas entre 1946 e 1964, durante o período Baby Boom, definição genérica para crianças nascidas durante uma explosão populacional (grande número de nascimentos de crianças) - *Baby Boom* em inglês, pode ser traduzido como Explosão de Bebês. Em geral, sua atual definição se refere aos filhos da Segunda Guerra Mundial, já que logo após a guerra houve uma explosão populacional. Os nascidos nesta época são hoje os indivíduos que foram jovens durante as décadas de 60 e 70 e acompanharam de perto as mudanças culturais e sociais dessas duas décadas (SERRANO, 2010).

De acordo com Oliveira (2009, *apud* SANTOS *et al.*, 2011), os pertencentes a esta geração são considerados motivados, otimistas e *workaholics* (viciados em trabalho). Todavia Conger (1998, *apud* SANTOS *et al.*, 2011) menciona que essas qualidades não foram muito consideradas nos anos seguintes, tendo em vista fatos como a Guerra do Vietnã, o surgimento dos anticoncepcionais e os movimentos feministas. Pela rigidez da disciplina que recebiam, a tendência natural a rebeldia refletia na música, momento que surge o *Rock and Roll* e grandes nomes da música como Elvis Presley, Bob Dylan, Beatles e Rolling Stones.

Diante do contexto surgiram, então, dois perfis dos jovens: o disciplinado e o rebelde. Os disciplinados aceitavam as condições impostas pelos pais e tinham um comportamento um tanto quanto correto, ingressavam na vida adulta com maior rapidez e buscavam a estabilidade na empresa e a constituição de família. Já os jovens rebeldes, na sua maioria, eram filhos de pais ricos e militares e buscavam transgredir todas as regras da sociedade, usando cabelos compridos, fazendo sexo antes do casamento, fumando e usando roupas coladas ao corpo. Além disso, seguiam as influências de personagens do cinema, lutavam pela liberdade política e exigiam mudanças nesse cenário. Também foram líderes de movimentos feministas, homossexuais, civis. Participaram de movimentos estudantis e do movimento “Yuppie” (*Young Urban Professional* – Jovem Profissional Urbano). No Brasil, a luta foi direcionada fortemente contra a ditadura militar (MACEDO, s/d, *apud* SANTOS *et al.*, 2011).

Em relação ao profissionalismo, essa geração foi educada em ambiente em que liderança significava controle. Revelam lealdade, foco nos resultados, compromisso com a missão da empresa, valorização do status e ascensão profissional. A empregabilidade representava uma afirmação de identidade, porém, a qualidade de vida não era muito preservada, já que a ansiedade gerada pela necessidade de se construir um mundo diferente

acabava intensificando o trabalho, uma vez que esse era entendido como o ponto mais importante no momento histórico.

Tem-se uma geração resistente às mudanças, pois devido à bagagem e vivência de experiências relevantes demonstram resistência em aliar ações em um ambiente cooperativo. Todavia essa geração tornou-se mais saudável e instruída que sua antecessora, uma vez que a motivação favorece uma aposentadoria mais tardia, por exemplos como a necessidade de complementar a renda familiar, a vitalidade que sentem ou a necessidade de continuar produzindo (KANNNAME, 1999, *apud* SANTOS *et al.*, 2011)

Zemke, Raines e Filipczak (2000) apontam sobre os *Boomers* que, como são crianças do pós-guerra, olham com grande atenção para a frente. Raramente são vistos como um “problema” no local de trabalho, apesar de freqüentemente o serem. Para eles o verdadeiro “problema” são todos os outros. São pessoas egocêntricas. Ainda hoje continuam a definir as gerações como os “antes de nós”, “nós” e “depois de nós”. Acreditam não haver nada que não possam resolver e qualquer dificuldade é apenas uma oportunidade para exaltar a suas qualidades. Para eles os negócios são uma guerra e o competidor é o inimigo. A ética tem mais a ver com a vida pessoal do que com a profissional. Embora defendam todas as teorias de gestão participativa, da liderança e da motivação, raramente as praticam. São pessoas preocupadas com a participação e a manutenção do bom ambiente e da justiça no local de trabalho. Gostam de gerir por consensos e não esquecem as causas por que lutaram, como a diversidade, os direitos civis, a libertação das mulheres, a democracia e as conquistas sociais.

- Aspectos Geração Baby Boomers**
- Crêem no progresso econômico e social
 - Têm de ser as estrelas do espetáculo
 - São, em regra, otimistas
 - Aprenderam o que é o trabalho de equipa na escola e nos empregos
 - Perseguiram a gratificação pessoal a um custo elevado para eles e para outros
 - Procuram a sua essência e o sentido da vida de forma repetida e obsessiva

Figura 2 – Principais características da Geração Baby Boomers

Fonte: Zemke; Raines e Filipczak, 2000.

Os *Boomers* cresceram com a necessidade desesperada de provar a si próprios as suas capacidades. Encaram o trabalho como “ganhar ou perder no campo de guerra”, e tendem a definir-se pelos resultados que alcançaram nele. Por isso, põem a carreira à frente de tudo, inclusive da família.

2.1.3 Geração X

Compreende os que nasceram de 1965 a 1979. Viveram num cenário de revolução e de luta política e social, presenciando escândalos políticos como o assassinato de Martin Luther King e Malcolm X, cujo nome foi usado para batizar essa geração. Assistiram a Guerra Fria, a queda do muro de Berlin, a AIDS e a transformação de conceitos impostos pela sociedade anterior, o que promoveu a adoção de um sentimento de patriotismo.

Como aponta Oliveira (2009, *apud* SANTOS *et al.*, 2011), as inovações tecnológicas avançaram consideravelmente, deixando grandes marcas nos jovens dessa geração, influenciando a aceleração das atividades diárias, provocando manifestações revolucionárias e criando diferentes estilos de viver entre eles. Os revolucionários assumidos organizavam manifestações em movimentos estudantis como os “*Hippies*” que buscavam direitos iguais para todos. A música servia para representar os valores e posições políticas, que em um outro momento eram marcadas pela censura de imprensa. Além do que a liberdade de escolha passou a ser característica marcante dessa geração. No Brasil tivemos várias revoluções políticas que resultaram em perseguições a líderes políticos, professores, jornalistas, artistas e religiosos (SILVA, 2010).

Em relação à estrutura familiar, o casamento deixou de ser uma condição de permanência eterna. As crianças passaram a ter pais separados e mães que trabalhavam fora, o que começou a provocar um imenso sentimento de culpa nas mulheres, pela ausência em seus lares, o que gerou dificuldade de se colocar limites e estruturar a disciplina. Essas mudanças na estrutura familiar provocaram a quebra dos padrões aceitos como arcaicos social e moralmente. Ainda nesse sentido, essa geração foi totalmente influenciada por programas de televisão, tanto no que diz respeito à educação, quanto à rotina familiar. Tal influência também envolveu um aumento exagerado dos apelos consumistas, redefinindo e reorientando o modo de viver e agir das pessoas (Oliveira, 2009 *apud* SANTOS *et al.*, 2011).

Essa geração teve grande contato com as inovações tecnológicas, assistiram ao surgimento do vídeo cassete, do computador pessoal e da internet e várias outras novidades que começaram a surgir na juventude e continuam num ritmo acelerado hoje (SILVA, 2010).

Outras características observadas são a valorização ao trabalho e a estabilidade financeira, uma vez que a carreira, por proporcionar sucesso na vida profissional, permanece como foco central. Questões como a busca pelo sucesso na vida pessoal, constituição de família e preocupação com a qualidade de vida são efetivadas. As pessoas da geração “X” são egoístas e auto-suficientes, e buscaram através do trabalho a realização dos desejos materiais e pessoais, além de serem marcadas pelo pragmatismo e autoconfiança nas escolhas,

buscando promover a igualdade de direitos e de justiça em suas decisões (OLIVEIRA, 2008, *apud* SILVA, 2010; OLIVEIRA, 2009, *apud* SANTOS *et al.*, 2011).

Sobre os X, Zemke, Raines e Filipczak (2000) expõem que enquanto os veteranos sobreviveram à Segunda Guerra Mundial e os *Boomers* à guerra fria e ao pânico nuclear, os X não encararam uma verdadeira guerra. Sobreviveram como puderam aos choques econômicos dos anos 70 e 80. Isso ajuda a explicar o seu aparente alienamento, cinismo, ceticismo e materialismo. Eles são uma geração profundamente dividida.

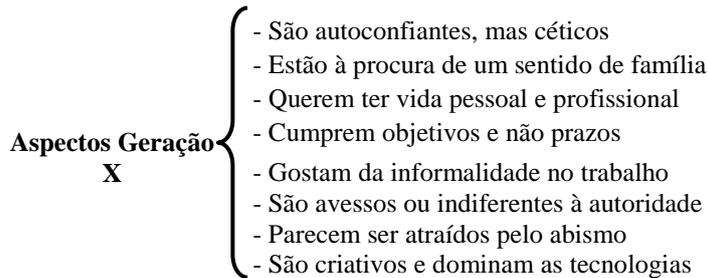


Figura 3 – Principais características da Geração X

Fonte: Zemke; Raines e Filipczak, 2000.

A sua necessidade de apoio e flexibilidade, somada à sua total aversão a uma supervisão próxima e autoritária, é apenas uma das dificuldades para os seus chefes. Ao mesmo tempo, aceitam e sentem-se confortáveis com a mudança. Para eles emprego não garante sobrevivência. Podem ser motivados para o trabalho por meio de medidas como horários flexíveis, ambiente de trabalho informal e supervisão na medida correta. Dominam a tecnologia, desconfiam da hierarquia e das verdades absolutas, adaptam-se bem a diversas funções e trabalham com facilidade tanto em equipe como individualmente. Alguns criam seus próprios negócios, geralmente obtendo sucesso. Olham para o futuro com otimismo.

2.1.4 Geração Y

Nascida entre 1980 e 2001, a geração Y é formada por indivíduos filhos da geração *Baby Boomers* e dos primeiros membros da geração X. É conhecida como a geração dos resultados, tendo em vista que nasceu na época das tecnologias, da Internet e do excesso de segurança, pois não viveu nenhuma grande ruptura social, vive a democracia, a liberdade política e a prosperidade econômica.

Em relação às características, os indivíduos dessa geração são ambiciosos, individualistas, instáveis, pouco preconceituosos, curiosos e comunicativos, além do que são preocupados com o meio ambiente e com os direitos humanos. São pessoas também definidas como esperançosas, decididas, coletivas e com um bom nível de formação geralmente agindo

sem autorização. Tendem a fazer várias coisas simultaneamente, gostam de variedade, desafios e oportunidades. Outra característica presente nas pessoas da geração Y é que elas convivem muito bem com as diferenças de etnia, sexo, religião ou nação em seus relacionamentos, pois aceitam bem a diversidade (LOIOLA, 2009, *apud* SANTOS *et al.*, 2011).

O padrão familiar é flexível, muitos são filhos de pais separados convivem com irmãos de pais diferentes, com madrasta, padrasto, namorados dos pais e das mães, influência de avós e tios, o que para eles é natural. As mães dessa geração em sua maioria são mulheres independentes financeira e emocionalmente e tem vida profissional ativa, os pais dos “Y”, de maneira geral, têm um enorme sentimento de ausência na criação dos filhos, por isso, procuram compensar esse vazio fornecendo a eles a melhor educação possível, com cursos, esportes, viagens e tecnologia. Essa geração recebeu tudo a mais que as outras, carinho, cuidados, estímulos, informações, abertura na convivência familiar, e com isso tornou-se a geração de auto-estima mais elevada de todos os tempos, são jovens autoconfiantes, inteligentes, alegres, agitados, informais, imediatistas, tendem a imaginar que as coisas acontecem na velocidade da internet e dos vídeos games.

Esta geração possui outro conceito de trabalho. Identifica o trabalho como uma fonte de satisfação e aprendizado, não considera apenas como uma fonte de renda. Isso favorece os conceitos de carreira, promoção, estabilidade e vínculo profissional, aspectos relativos à vida organizacional bastantes valorizados pelas gerações anteriores, passam a ser avaliados sobre novos olhares.

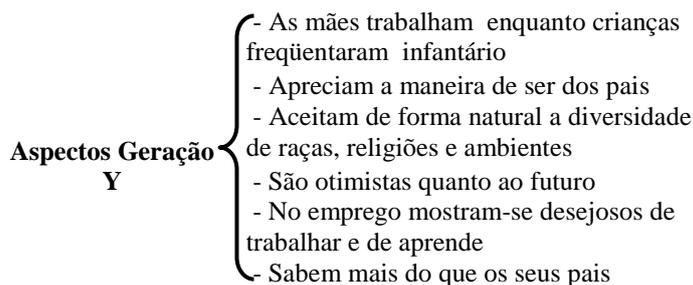


Figura 4 – Principais características da Geração Y

Fonte: Zemke; Raines e Filipczak, 2000.

As pessoas dessa geração valorizam mais a lealdade a si mesmos, por isso prezam menos pela permanência em uma única empresa. Embora dominem a tecnologia, estão sempre buscando novos desafios, novas oportunidades de emprego. Todavia são recrutadas com facilidade, porque no trabalho buscam liberdade, flexibilidade e criatividade (SANTOS *et al.*, 2011).

3 METODOLOGIA

A metodologia responde, simultaneamente, às perguntas *como? com o que? onde? e quanto?* Isto é, a metodologia esclarece como a pesquisa será desenvolvida, o que utilizar para fazê-la e onde o estudo será aplicado (LAKATOS; MARCONI, 1991). Para compreender a problemática levantada com base no referencial teórico, este estudo, quanto à metodologia apresenta a divisão a seguir.

3.1 DELINEAMENTO DA PESQUISA

De acordo com os objetivos estabelecidos, este trabalho se caracteriza como uma pesquisa descritiva. Segundo Marion *et al.* (2010), a pesquisa descritiva busca descrever determinado fenômeno ou população. Nos estudos descritivos de natureza quantitativa, busca-se quantificar as variáveis selecionadas como sendo as mais importantes para descrever as características da população. Nesta linha, Beuren (2010) menciona que a pesquisa descritiva é intermediária entre a pesquisa exploratória e a pesquisa explicativa, isto é, nem tão prévia como a primeira nem tão profunda quanto a segunda, e seu objetivo é identificar, relatar, comparar, entre outros aspectos. Andrade (2002, *apud* BEUREN, 2010) enfatiza que o estudo descritivo foca em observar, registrar, analisar, classificar e interpretar os fatos, sem o pesquisador interferir neles.

Em relação aos procedimentos adotados para se obter os dados, o estudo é classificado como um levantamento. Beuren (2010) menciona que os procedimentos refletem o modo como o estudo será conduzido. As pesquisas de levantamento se caracterizam pela indagação direta das pessoas cujo comportamento se deseja esclarecer (GIL, 1999 *apud* BEUREN, 2010). Nesta tipologia de pesquisa os dados são coletados com base em uma amostra recortada de uma população ou universo que se deseja conhecer, possibilitando variação no grau de erro, pois nenhuma amostra é perfeita (BEUREN, 2010).

Quanto à abordagem do problema, este estudo é quantitativo, caracterizando-se pelo uso de instrumentos estatísticos na coleta e no tratamento dos dados. Esta tipologia não é tão profunda na busca do conhecimento sobre a realidade dos fenômenos, porque se volta para o comportamento geral dos fatos. A utilização da pesquisa quantitativa é comum em pesquisas de levantamento, para se compreender o comportamento de uma população através da amostra. A utilização desta abordagem se torna mais relevante à medida que se utiliza instrumentos estatísticos desde a coleta, até a análise e tratamento dos dados (BEUREN,

2010).

O instrumento de pesquisa utilizado foi o questionário. Ele é um instrumento de coleta de dados constituído por uma série ordenada de perguntas que devem ser respondidas por escrito pelos informantes que compõem a amostra, sem a presença do pesquisador (BEUREN, 2010). Ainda segundo Beuren (2010, p. 131), “o questionário precisa ser claro e limitado em sua extensão e estar acompanhado de notas que expliquem a natureza da pesquisa e ressaltem a importância e necessidade das respostas, a fim de motivar o informante.” Para Oliveira *et al* (2003), ele é um dos meios mais usados para se obter os dados desejados, pois permite uma mensuração mais exata destes dados, além disso, trata-se de uma técnica impessoal entre pesquisador e entrevistados, já que a entrevista se dá por meio de um documento com perguntas dirigidas, aguardando resposta do entrevistado.

3.2 DEFINIÇÃO DA POPULAÇÃO E AMOSTRA

População ou universo da pesquisa é a totalidade de elementos diferentes que têm alguma igualdade nas características definidas para determinado estudo (BEUREN, 2010). Contandriopoulos *et al* (1994, *apud* BEUREN, 2013) afirmam que a população ou universo é composto por elementos distintos que possuem determinado número de características comuns. Esses elementos são as unidades de análise sobre as quais serão recolhidas as informações.

Amostra é uma pequena parte da população ou do universo, selecionada seguindo determinadas regras. É um subconjunto da população, por meio do qual se estabelecem ou se estimam as características desse universo ou população (GIL, 1999, *apud* BEUREN, 2010).

A população objeto de estudo desta pesquisa é composta por todos os 244 alunos regularmente matriculados no curso de graduação em Ciências Contábeis da FACE - Faculdade de Administração, Ciências Contábeis e Economia da UFGD – Universidade Federal da Grande Dourados, Dourados – MS. O questionário foi aplicado em todas as salas de aulas do curso, no dia 16/02/2017, abrangendo diretamente os alunos presentes em sala no dia da aplicação, o que representa a amostra da pesquisa. Optou-se pelo questionário impresso e aplicação *in loco* porque o *feedback* de respostas é maior em quantidade e também mais veloz quando comparado à uma aplicação em plataforma eletrônica. Totalizando 105 questionários distribuídos, quatro foram invalidados por motivos de erros de impressão, rasuras por parte dos respondentes entre outros motivos, perfazendo um total de 101

questionários válidos para análise. Logo, verifica-se que a amostra analisada representa 41,4% da população questionada.

3.3 TÉCNICAS DE COLETA E ANÁLISE DOS DADOS

Para coletar os dados da pesquisa, foi desenvolvido um questionário dividido em 2 blocos. O primeiro bloco foi baseado nas características teóricas das 4 gerações apresentadas no trabalho, misturadas entre 32 afirmativas fechadas em primeira pessoa, cuja avaliação foi medida em escala Likert de quatro pontos, gradativamente de 1 a 4, sendo que 1 significa “Discordo Totalmente”, 2 “Discordo”, 3 “Concordo” e 4, “Concordo Totalmente”, buscando-se obter por meio desta escala o grau ou intensidade de discordância/concordância para cada característica analisada. O questionário também possibilita resposta "Sem Opinião", representada por 0. O bloco 2 refere-se ao perfil dos respondentes, com questões de ordem econômica, social e educacional, totalizando 13 perguntas, algumas abertas e outras de múltipla escolha.

Para análise dos dados, foi utilizada a abordagem quantitativa, por meio da codificação e tabulação dos resultados no software Excel, para que possam ser tabelados e contados, permitindo a descrição, interpretação e compreensão dos resultados de forma rápida e objetiva.

4 RESULTADOS

Os resultados desta pesquisa são apresentados a seguir, iniciando com a descrição do perfil dos respondentes, seguido da discussão das características encontradas na amostra, segundo as prerrogativas das quatro gerações analisadas, a saber: características da geração “Veteranos”, geração “*Baby Boomers*”, geração “X” e geração “Y”. Por fim, é apresentado um resumo das características predominantes dos alunos de Ciências Contábeis da FACE/UFMG.

4.1 PERFIL DOS RESPONDENTES

Os respondentes do questionário desta pesquisa são, em maior índice, do gênero masculino (50,5%), com idade entre 17 e 37 anos (99%), predominantemente solteiros (77,2%) e estão alunos matriculados no primeiro ano do curso (32,7%). Em sua maioria possuem independência financeira (53,5%), com renda familiar total de R\$ 1.903,99 até 2.826,65 (23,8%) e possuem 1 dependente para esta renda. Questionados sobre onde cursaram ensinos fundamental e médio, 89,1 % dos respondentes estudaram o ensino fundamental em escola pública, assim como a maioria também cursou o ensino médio em escolas públicas (82,2%). Nasceram predominantemente no MS (87,1%) e se consideram brancos (54,5%). Sobre o nível de escolaridade dos pais, 39,6% responderam que as mães possuem ensino fundamental, já para os pais este percentual aumentou para 52,5% que também possuem ensino fundamental.

Como a idade prevalecente dos respondentes esta entre 17 e 37 anos (99%), infere-se que a amostra corresponde majoritariamente à geração Y, isso de acordo com o critério “Ano de Nascimento”. Porém, se as características marcantes encontradas nesta amostra majoritariamente geração Y, correspondem ou não às elencadas pela teoria dos “Y’s”, ou ainda correspondem à qualquer característica teórica das outras 3 gerações em questão, é o que veremos a seguir.

Para informações mais detalhadas sobre o perfil dos respondentes, consultar o Apêndice A.

4.2 SOBRE AS CARACTERÍSTICAS DA GERAÇÃO VETERANOS

Nascidos entre 1925 e 1945 (idade hoje entre 72 e 92 anos) os Veteranos foram significativamente marcados pela Segunda Guerra Mundial, crescendo em meio à depressão

econômica e social da época. Este contexto de destruição despertou mais tarde nestas crianças valores como compaixão, solidariedade, lealdade e família (TEIXEIRA e JAESCHKE, 2012). Para Zemke, Raines e Filipczak (2000), os Veteranos acreditam no trabalho em equipe, embora o encarem segundo o modelo militar; esperam dos seus colaboradores, acima de tudo, lealdade e dedicação; e são atraídos pela segurança e estabilidade.

TABELA 1 – CARACTERÍSTICAS DA GERAÇÃO VETERANOS

PERGUNTA / AFIRMATIVA	Não respond.	RESPOSTAS FREQUENCIA RELATIVA					Total
		(0) sem opin	Discordo		Concordo		
			(1)	(2)	(3)	(4)	
1.2 Acredito na lógica e não na magia.	0,0	2,0	4,0	13,9	23,7	56,4	100
1.5 Acredito sempre na lei e na ordem.	1,0	2,0	4,0	23,7	47,5	21,8	100
1.13 Eu aprecio coisas grandes e em escala.	0,0	8,8	5,0	23,8	40,6	21,8	100
1.14 Gosto de aprender com as lições do passado.	0,0	2,0	2,0	7,9	37,6	50,5	100
1.15 Gosto de consistência e uniformidade.	1,0	2,0	5,0	16,8	41,6	33,7	100
1.23 Possuo forte sentido do dever.	1,0	2,0	0,0	12,9	46,5	37,6	100
1.26 Sou conservador (a) com meus investimentos.	0,0	3,0	2,0	16,8	35,6	42,6	100
1.29 Sou disciplinado (a) e leal.	1,0	1,0	5,0	7,8	41,6	43,6	100

Fonte: dados da pesquisa.

A Tabela 1 apresenta um corte do questionário aplicado, que corresponde à algumas das principais características elencadas pela teoria da Geração Veteranos. Observa-se que quando indagados em relação à tais afirmativas, a frequência de suas respostas prevalecem entre concordo (3) e concordo totalmente (4). Logo, percebe-se que embora na idade cronológica a amostra analisada corresponda à Geração Y, ela tende a concordar com todas as características aqui analisadas da Geração Veteranos, sem exceções. Dentre elas, a crença na lógica e não na magia e a preferência por aprender com as lições do passado, são as 2 características encontradas com maior intensidade aqui, ambas com mais de 50% de frequência das respostas dentro da escala (4) concordo totalmente.

4.3 SOBRE AS CARACTERÍSTICAS DA GERAÇÃO *BABY BOOMERS*

Os *Baby Boomers* compreendem as pessoas nascidas entre 1946 e 1964 (idade atual de 53 a 71 anos), período chamado de Baby Boom por conta do grande número de nascimentos da época. Enquanto os Veteranos viveram a Segunda Guerra Mundial, os *Boomers* são referenciados como filhos dela, pois logo após a guerra houve uma explosão populacional (SERRANO, 2010). São considerados motivados, otimistas e viciados em trabalho

(OLIVEIRA, 2009 *apud* SANTOS e al., 2011). Profissionalmente possuem foco nos resultados, valorizam a missão da empresa, seu status e ascensão profissional. O emprego é uma afirmação de identidade. Sua ética refere-se mais à vida pessoal do que à vida profissional e preferem gerir por consensos (ZEMKE, RAINES e FILIPCZAK, 2000).

TABELA 2 - CARACTERÍSTICAS DA GERAÇÃO BABY BOOMERS

PERGUNTA / AFIRMATIVA	Não respond.	RESPOSTAS FREQUENCIA RELATIVA					Total
		(0) sem opin	Discordo		Concordo		
			(1)	(2)	(3)	(4)	
1.4 Acredito no progresso econômico e social.	0,0	0,0	1,0	16,8	41,6	40,6	100
1.7 Aprendi o que é o trabalho em equipe na escola.	2,0	3,0	15,8	24,7	33,7	20,8	100
1.8 Aprendi o que é o trabalho em equipe no local onde trabalho.	1,0	2,0	12,8	20,8	31,7	31,7	100
1.17 Gosto de ser a (o) estrela do espetáculo.	1,0	4,0	39,6	32,7	12,8	9,9	100
1.18 Minha gratificação pessoal possui um custo elevado para mim e para os outros.	0,0	6,9	27,7	23,8	20,8	20,8	100
1.24 Procuo a essência e o sentido da vida de forma repetida e obsessiva.	0,0	7,9	23,8	38,6	20,8	8,9	100
1.32 Sou otimista.	0,0	0,0	3,0	17,8	37,6	41,6	100

Fonte: dados da pesquisa.

De forma análoga à Tabela 1, a Tabela 2 mostra algumas das características mais relevantes da geração *Baby Boomers* e o comportamento dos respondentes em relação à elas. Percebe-se certa dispersão nas maiores frequências relativas para cada característica, indicando discordância para 3 das 7 prerrogativas analisadas, porém ainda as 4 demais indicam concordância, revelando novamente que embora a amostra seja predominantemente Y, ela tende a concordar com a maioria das características dos *Baby Boomers* aqui analisadas. Com 39,6%, a característica “Gosto de ser a estrela do espetáculo” obteve o maior nível de discordância. Por outro lado, o maior grau de concordância foi de 41,6% para a característica “Sou otimista”.

4.4 SOBRE AS CARACTERÍSTICAS DA GERAÇÃO “X”

Os indivíduos da geração X nasceram de 1965 até 1979 (atualmente com idade entre 38 e 52 anos). Vivenciaram um cenário de revolução e luta política e social. Progredindo significativamente, as inovações tecnológicas marcaram os jovens dessa geração, incitando a aceleração de seu ritmo de vida, o que resultou em manifestações revolucionárias. A música na época representava valores e posições políticas (SILVA, 2010). A sua estrutura familiar sofreu rupturas, tornando-se comum pais separados e mães que trabalhavam fora. Influenciada

pela TV, os apelos consumistas aumentaram, reordenando o modo de viver e agir das pessoas (OLIVEIRA, 2009 *apud* SANTOS *et al.*, 2011). Os X valorizam o trabalho e a estabilidade financeira, embora para eles emprego não garanta sobrevivência. São egoístas e auto-suficientes. Possuem traços de cinismo, ceticismo e materialismo. Dominam a tecnologia, desconfiam da hierarquia e das verdades absolutas (ZEMKE; RAINES; FILIPCZAK, 2000).

TABELA 3 – CARACTERÍSTICAS DA GERAÇÃO “X”

PERGUNTA / AFIRMATIVA	Não respond.	RESPOSTAS FREQUENCIA RELATIVA						Total
		(0) sem opin	Discordo		Concordo			
			(1)	(2)	(3)	(4)		
1.9 Busco um sentido de família.	2,0	4,0	6,9	8,9	30,7	47,5	100	
1.10 Concilio minha vida pessoal e profissional.	0,0	3,0	4,0	11,9	28,6	52,5	100	
1.11 Domino as tecnologias.	0,0	2,0	4,0	20,7	59,4	13,9	100	
1.16 Gosto de correr riscos.	1,0	3,0	25,7	34,7	25,7	9,9	100	
1.21 Normalmente cumpro objetivos.	0,0	0,0	1,0	6,9	40,6	51,5	100	
1.22 Normalmente NÃO cumpro prazos.	0,0	5,9	55,4	29,7	5,0	4,0	100	
1.25 Sou autoconfiante.	0,0	1,0	9,8	19,8	54,5	14,9	100	
1.27 Sou criativo (a).	0,0	3,0	6,9	36,6	33,7	19,8	100	
1.28 Sou desconfiado e descrente.	0,0	5,9	19,8	25,8	38,6	9,9	100	
1.30 Sou indiferente a autoridades.	0,0	7,9	35,6	32,7	16,9	6,9	100	
1.31 Sou informal no meu trabalho.	1,0	6,9	39,6	34,6	12,9	5,0	100	

Fonte: dados da pesquisa.

A Tabela 3 refere-se às características dos X encontradas na amostra. Observa-se novamente uma dispersão em relação às maiores frequências de respostas. Aqui foram identificadas e analisadas 11 prerrogativas da geração X, sendo que 5 delas obtiveram maior frequência em tender a discordar, mostrando que tais características não representam a amostra, com destaque em não concordância para a afirmativa “Normalmente NÃO cumpro prazos”, que obteve 55,4% das respostas em nível máximo de discordância. Por outro lado, 6 dessas prerrogativas apresentam frequências maiores tendendo a concordar, indicando que tais prerrogativas representam a amostra aqui estudada, com ênfase para a característica “Concilio minha vida pessoal e profissional”, que obteve uma frequência relativa de 52,5 % das resposta em grau máximo de concordância.

4.5 SOBRE AS CARACTERÍSTICAS DA GERAÇÃO Y

Nascidos entre 1980 e 2001 (idade hoje de 16 até 37 anos), época das tecnologias, Internet e excesso de segurança, esta geração também é chamada de geração dos resultados. Não vivenciou nenhuma grande ruptura social. OS Y são ambiciosos, individualistas,

instáveis, pouco preconceituosos, curiosos e comunicativos. Convivem de forma agradável com as diferenças e aceitam bem a diversidade (LOIOLA, 2009, *apud* SANTOS *et al.*, 2011). Sua estrutura familiar é flexível, com pais separados e convívio com irmãos de pais diferentes; adendo para as mães dessa geração, que predominantemente são mulheres independentes com vida profissional ativa. Outros traços marcantes a esta geração dizem respeito à autoconfiança, inteligência, informalidade e imediatismo. O trabalho é visto como fonte de satisfação e aprendizado. Contudo, por serem leais mais a si próprios, não prezam pela permanência em uma única empresa.

TABELA 4 – CARACTERÍSTICAS DA GERAÇÃO Y

PERGUNTA / AFIRMATIVA	Não respond.	RESPOSTAS FREQUENCIA RELATIVA					Total
		(0) sem opin	Discordo		Concordo		
			(1)	(2)	(3)	(4)	
1.1 Aceito de forma natural a diversidade social (raças, religiões, gênero)	0,0	0,0	1,0	1,0	31,7	66,3	100
1.3 Acredito no meu futuro.	0,0	0,0	2,0	0,0	14,8	83,2	100
1.6 Aprecio a maneira de ser dos meus pais.	0,0	0,0	3,0	15,9	25,7	55,4	100
1.12 Enquanto criança (bebê) frequentei infantário (escolinha, creche).	1,0	11,9	40,6	8,9	9,9	27,7	100
1.19 Minha mãe sempre teve vida profissional (trabalhou fora de casa).	1,0	1,0	23,8	15,8	18,8	39,6	100
1.20 No meu emprego sou desejoso por trabalhar e aprender.	1,0	5,9	7,9	7,9	24,8	52,5	100

Fonte: dados da pesquisa.

A Tabela 4 apresenta as prerrogativas teóricas dos Y e o comportamento da amostra em relação a elas. Infere-se que a maioria dessas características representam fortemente a amostra estudada, ou seja, reafirmam os principais traços comportamentais elencados pela teoria, pois quase todas apontam a maioria das respostas para o grau (4) “Concordo Totalmente”, principalmente no que se refere à crença no futuro (83,2%) e a aceitação da diversidade social (66,3%), seguidas pela admiração ao modo de ser dos pais (55,4%). A exceção foi para a característica “Enquanto criança (bebê) frequentei infantário (escolinha, creche)”, em que 40,6% dos entrevistados responderam negativamente a ela, comportamento amostral que contradiz a teoria, uma vez que as mães dessa geração foram mulheres independentes financeira e emocionalmente, tendo que trabalhar fora deixavam os filhos em creches, e quando perguntados se as mães possuíam vida profissional, 39,6 % responderam positivamente, o que reforça a contradição, revelando aqui uma falha na interpretação da pergunta ou na forma como foi questionada.

4.6 CARACTERÍSTICAS PREDOMINANTES DA AMOSTRA

A Tabela 5 mostra as prerrogativas teóricas que mais marcaram a amostra estudada, em grau máximo de concordância, independentemente a qual geração tal prerrogativa se refira.

TABELA 5 – CARACTERÍSTICAS PRODOMINANTES DA AMOSTRA

PERGUNTA/AFIRMATIVA	Geração	Não respond.	RESPOSTAS FREQUENCIA RELATIVA					Total
			(0) sem opin	Discordo		Concordo		
				(1)	(2)	(3)	(4)	
Acredito no meu futuro.	Y	0,0	0,0	2,0	0,0	14,9	83,2	100
Aceito de forma natural a diversidade social (raças, religiões, gênero)	Y	0,0	0,0	1,0	1,0	31,7	66,3	100
Aprecio a maneira de ser dos meus pais.	Y	0,0	0,0	3,0	15,8	25,7	55,4	100
No meu emprego sou desejoso por trabalhar e aprender.	Y	1,0	5,9	7,9	7,9	24,8	52,5	100
Minha mãe sempre teve vida profissional (trabalhou fora de casa).	Y	1,0	1,0	23,8	15,8	18,8	39,6	100
Concilio minha vida pessoal e profissional.	X	0,0	3,0	4,0	11,9	28,7	52,5	100
Normalmente cumpro objetivos.	X	0,0	0,0	1,0	6,9	40,6	51,5	100
Busco um sentido de família.	X	2,0	4,0	6,9	8,9	30,7	47,5	100
Acredito na lógica e não na magia.	V	0,0	2,0	4,0	13,9	23,8	56,4	100
Gosto de aprender com as lições do passado.	V	0,0	2,0	2,0	7,9	37,6	50,5	100
Sou disciplinado(a) e leal.	V	1,0	1,0	5,0	7,9	41,6	43,6	100
Sou conservador(a) com meus investimentos.	V	0,0	3,0	2,0	16,8	35,6	42,6	100
Sou otimista.	BB	0,0	0,0	3,0	17,8	37,6	41,6	100
Aprendi o que é o trabalho em equipe no local onde trabalho.	BB	1,0	2,0	12,9	20,8	31,7	31,7	100

Fonte: dados da pesquisa.

Primeiramente, cabe ressaltar que para as prerrogativas da Geração Y, a amostra revela as maiores freqüências de respostas afirmativas, corroborando com os aspectos elencados pela teoria da geração Y. Características como a crença no futuro (83,2%), a aceitação da diversidade social (66,3%), e admiração pelo modo de ser dos pais (55,4%) predominaram sobre as demais em termos de freqüência relativa, mostrando que a amostra tende a se identificar mais com os aspectos comportamentais de sua respectiva idade cronológica, ou seja, geração Y. Também marcaram fortemente a amostra os aspectos Y como a vontade por trabalhar e aprender (52,5%) e o fato das mães terem vida profissional ativa (39,6%).

Em segundo lugar vale destacar que o comportamento amostral também revelou uma forte identificação com as características teóricas da geração X. Quando questionados sobre o

equilíbrio entre vida pessoal e profissional, 52,5% responderam positivamente. Também representaram fortemente a amostra aspectos quanto ao cumprimento de objetivos (51,5%) e a busca por um sentido de família (47,5%).

Ainda analisando a Tabela 5, também infere-se que a amostra possui fortemente traços comportamentais da geração dos Veteranos. Destacaram-se as características: crença na lógica e não na magia (56,4%); o gosto em aprender com o passado (50,5%); a disciplina e lealdade (43,6%) e o conservadorismo para investir (42,6%).

Por último e com menor representatividade da amostra, destacam-se as características dos *Baby Boomers*. Apenas duas delas apresentaram grau máximo de concordância: o otimismo (41,6%) e o aprendizado de trabalho em equipe no trabalho e não na escola (31,7%).

Considerando que a idade cronológica aponte para a Geração Y, de 17 a 37 anos, pela análise dos dados obtidos nota-se uma identificação forte não apenas com as características da Geração Y, mas também com aspectos teóricos das outras três gerações em questão. Logo, a amostra não se comporta exclusivamente como Y, incorporando aspectos das demais gerações.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com a presença de quatro gerações nos diversos meios sociais, saber administrar os conflitos dessa convivência é indispensável. Para isso é necessário identificar e entender cada geração. Identificar uma geração requer considerar, além do período de nascimento, variáveis que interferem na formação de um ser humano, por exemplo, a cultura, família, educação, padrão econômico e localização. Por isso, a categorização geracional tem considerado acontecimentos sociais e culturais coletivos, assim como aspectos comportamentais facilmente identificáveis.

Atendendo ao proposto neste trabalho, foram identificadas e estudadas as principais características e valores geracionais existentes na literatura sobre o tema. Em seguida, foi elaborado e aplicado um questionário consoante à teoria geracional para coletar os dados necessários para análise.

A análise dos dados colhidos permitiu verificar que assim como menciona a teoria, somente a idade não é suficiente para categorizar determinado grupo de pessoas à determinada geração. Adotando somente o critério idade cronológica, a amostra analisada é pertencente à geração Y, pois possui idade entre 17 e 37 anos, como apontou o perfil dos respondentes. Porém, submetendo esta amostra ao questionamento sobre diversas características das quatro gerações, ela apresentou fortemente traços comportamentais não só de sua categoria pela idade, mas também aspectos dos *Boomers*, dos Veteranos e dos X. Logo, o grupo analisado pode ser categorizado como predominantemente pertencente à geração Y, pela idade cronológica ser compatível, assim como a maioria das características analisadas, mas pela análise de suas características pode ser classificado como Geração X, Veteranos, ou em menor grau, até como *Baby Boomer*.

Conclui-se que as características Y encontradas na amostra corroboram com as elencadas pela teoria, uma vez que a maioria delas apresentou alto grau de concordância por parte dos respondentes. Entretanto, o grupo analisado apresentou a predominância de características em acordo às prerrogativas teóricas de outros grupos de gerações, o que contradiz a teoria, e gera dificuldade em atribuir o grupo à apenas uma geração específica.

Independentemente da geração ao qual pertença, o trabalho de identificação deve ir além de comparar, devendo-se compreender as diferenças como características complementares umas às outras, de forma a amenizar os conflitos entre as gerações.

Fatores limitantes como a região de moradia ou a classe social podem influenciar os resultados, ficando como sugestão a serem considerados em pesquisas futuras de forma mais

expansiva. Outras limitações podem ter afetado as respostas dos entrevistados, como: falta de motivação do entrevistado ao responder, fornecimento de respostas falsas, ou ainda compreensão incorreta do significado de algumas perguntas.

6 REFERÊNCIAS

BEUREN, Ilse Maria et al. (Org.). **Como elaborar trabalhos monográficos em contabilidade**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

CERETTA, Simone Beatriz; FROEMMING, Lurdes Marlene. Geração Z: Compreendendo os hábitos de consumo da geração emergente. **Revista Eletrônica do Mestrado Profissional em Administração**, Lagoa Nova, v. 3, n. 02, p.15-24, 2011.

CERVO, Amado Luiz; BERVIAN, Pedro Alcino; SILVA, Roberto da. **Metodologia científica**. 6. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

CHIAVENATO, Idalberto. **Introdução à Teoria Geral da Administração**. 7. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

CHIUZI, Rafael Marcus; PEIXOTO, Bruna Ribeiro Gonçalves; FUSARI, Giovana Lorenzini. Conflito de gerações nas organizações; um fenômeno social interpretado a partir da teoria de Erik Erikson. **Temas Em Psicologia**, São Bernardo do Campo, v. 19, n. 2, p. 579-590, 2011.

FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. **MINIAURÉLIO: O DICIONÁRIO DA LÍNGUA PORTUGUESA**. 7. ed. Curitiba: Positivo, 2008.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de metodologia científica**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1991.

LIMA, Ranieri. **Perfil das gerações no Brasil: As gerações X, Y e Z e seus perfis políticos**. São Paulo: Baraúna, 2012.

MARION, José Carlos et al. **Monografia para os Cursos de Administração, Contabilidade e Economia**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

NORO, Greice de Bem et al. A gestão da geração Y nas empresas filiadas à AJESM da cidade de Santa Maria - RS. **Gestão Estratégica, Empreendedorismo e Sustentabilidade**, Santa Maria, set. 2012.

OLIVEIRA, Antonio Benedito Silva et al (Org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em contabilidade**. São Paulo: Saraiva, 2003.

OLIVEIRA, Sidnei. **Jovens para sempre: Como entender os conflitos de gerações**. São Paulo: Integrare Editora, 2012.

PEREIRA, Liandra; TREML, Édna E. Z. Fietz; RANK, Sueli M. W. Perfil profissional da geração Y: um estudo exploratório em cursos da área de ciências sociais aplicadas em universidades do interior de Santa Catarina. **Gestão Estratégica: Empreendedorismo e Sustentabilidade**, Santa Maria, set. 2012.

RUDIO, Franz Victor. **Introdução ao projeto de pesquisa científica**. 12 ed. Petrópolis: Vozes, 1995.

SANTOS, Cristiane Ferreira dos et al. O processo evolutivo entre as gerações X, Y e Baby Boomers. **Seminários em Administração**, Limeira, 2011.

SERRANO, Daniel Portillo. **Geração Baby Boomer**. 2010. Disponível em: <http://www.portaldomarketing.com.br/Artigos/Geracao_Baby_Boomer.htm>. Acesso em: 25 jun. 2013.

SILVA, Soraya Juliane da; SILVA, Francine Candatten Soares e; SANTOS, Daniel Ferreira dos. Técnicas da liderança situacional como mecanismos para a promoção do amadurecimento profissional da geração Y. **Gestão Estratégica, Empreendedorismo e Sustentabilidade**, São Bernardo do Campo, set. 2012.

SILVA, Viviane Ferreira da; STRUCKEL, Antonio Carlos. Perfil da geração Y que trabalha no comércio da cidade de Maringá. **Caderno de Administração**, Maringá, v. 21, n. 01, p.01-16, 2013.

TEIXEIRA, Esnice Barth; JAESCHKE, Juliana. Mentoring e geração Y: uma metodologia para o desenvolvimento pessoal e profissional. **Gestão Estratégica; Empreendedorismo e Sustentabilidade**, São Bernardo do Campo, set. 2012.

VASCONCELOS, Katia C. de Araujo et al. A geração Y e suas âncoras de carreira. **Revista Eletrônica de Gestão Organizacional**, Vitória, p.1-16, 2010.

ZEMKE, Ron; RAINES, Claire; FILIPCZAK, Bob. Choque de gerações. **Carreira & Família**, São Paulo, n. 65, 2000.

APÊNDICE A – PERFIL DO RESPONDENTE

PERGUNTAS	POSSIBILIDADE DE RESPOSTAS	FREQUENCIA	
		ABSOLUTA	RELATIVA
2.1 Gênero:	<input type="checkbox"/> Feminino	51	50,5
	<input type="checkbox"/> Masculino	50	49,5
2.2 Idade:	<input type="checkbox"/> até 16 anos	0	0,0
	<input type="checkbox"/> de 17 a 37 anos	100	99,0
	<input type="checkbox"/> mais de 38 anos	1	1,0
2.3 Estado civil:	<input type="checkbox"/> Solteiro (a)	78	77,2
	<input type="checkbox"/> Casado (a)	17	16,8
	<input type="checkbox"/> Divorciado (a)	2	2,0
	<input type="checkbox"/> Viúvo (a)	0	0,0
	<input type="checkbox"/> União Estável	4	4,0
2.4 Ano em que entrou no curso:	2011	4	4,0
	2012	3	3,0
	2013	13	12,9
	2014	23	22,8
	2015	25	24,8
	2016	33	32,7
2.6 Possui independência financeira?	<input type="checkbox"/> Sim	54	53,5
	<input type="checkbox"/> Não (sou dependente da família)	47	46,5
2.7 Qual a renda familiar total (aproximada)?	<input type="checkbox"/> até R\$ 880,00	4	4,0
	<input type="checkbox"/> de R\$ 881,00 até R\$ 1.903,98	19	18,8
	<input type="checkbox"/> de R\$ 1.903,99 até R\$ 2.826,65	24	23,8
	<input type="checkbox"/> de R\$ 2.826,66 até R\$ 3.751,05	21	20,8
	<input type="checkbox"/> de R\$ 3.751,06 até R\$ 4.664,68	12	11,9
	<input type="checkbox"/> acima de R\$ 4.664,68	15	14,9
	<input type="checkbox"/> não tenho conhecimento de valores.	6	5,9
2.7.1 Número de dependentes desta renda:	1	26	25,7
	2	22	21,8
	3	20	19,8
	4	23	22,8
	5	6	5,9
	6	1	1,0
	7	2	2,0
	8	1	1,0
2.8 Coursou o Ensino Fundamental em instituição:	<input type="checkbox"/> Pública	90	89,1
	<input type="checkbox"/> Privada	11	10,9
2.9 Coursou o Ensino Médio em instituição:	<input type="checkbox"/> Pública	83	82,2
	<input type="checkbox"/> Privada	18	17,8
2.10 UF da federação em que nasceu:	AL	1	1,0
	MS	88	87,1
	MT	2	2,0
	PR	2	2,0
	RJ	2	2,0
	RS	2	2,0
	SP	4	4,0
2.11 Você se considera:	<input type="checkbox"/> Branco	55	54,5
	<input type="checkbox"/> Indígena	0	0,0
	<input type="checkbox"/> Negro	9	8,9
	<input type="checkbox"/> Pardo	37	36,6
2.12 Nível de escolaridade da mãe:	<input type="checkbox"/> Fundamental	40	39,6
	<input type="checkbox"/> Médio	36	35,6
	<input type="checkbox"/> Graduação	10	9,9
	<input type="checkbox"/> Pós graduação	15	14,9
2.13 Nível de escolaridade do pai:	<input type="checkbox"/> Fundamental	53	52,5
	<input type="checkbox"/> Médio	36	35,6
	<input type="checkbox"/> Graduação	9	8,9
	<input type="checkbox"/> Pós graduação	3	3,0

APÊNDICE B – QUESTIONÁRIO

Solicitamos a colaboração para o estudo que está sendo desenvolvido pelo acadêmico CEZAR EDUARDO SOARES CORDEIRO, orientado pela prof. Me. Cristiane Mallmann Huppel, Curso de Ciências Contábeis da FACE/UFMG, como requisito parcial para avaliação da disciplina TG II. **Título da pesquisa:** Características predominantes dos alunos de Ciências Contábeis da FACE/UFMG em consonância com as prerrogativas teóricas sobre Gerações. As respostas serão analisadas de forma agrupada e nenhum resultado será divulgado individualmente. Os respondentes serão mantidos em sigilo.

Agradecemos a colaboração.

A seguir, estão descritas **AFIRMAÇÕES** que dizem respeito ao tema Considerando uma escala de 1 a 4, aponte a classificação que melhor lhe identifique, sendo: **(0) = SEM OPINIÃO FORMADA; 1 = DISCORDO TOTALMENTE; 4 = CONCORDO TOTALMENTE.**

1. Considere as afirmações:	(0) sem opinião	Discordo		Concordo	
		(1)	(2)	(3)	(4)
1.1 Gosto de consistência e uniformidade.					
1.2 Eu aprecio coisas grandes e em escala.					
1.3 Possuo forte sentido do dever.					
1.4 Acredito na lógica e não na magia.					
1.5 Sou disciplinado(a) e leal.					
1.6 Gosto de aprender com as lições do passado.					
1.7 Acredito sempre na lei e na ordem.					
1.8 Sou conservador(a) com meus investimentos.					
1.9 Acredito no progresso econômico e social.					
1.10 Gosto de ser a(o) estrela do espetáculo.					
1.11 Sou otimista.					
1.12 Aprendi o que é o trabalho em equipe na escola.					
1.13 Aprendi o que é o trabalho em equipe no local onde trabalho.					
1.14 Minha gratificação pessoal possui um custo elevado para mim e para os outros.					
1.15 Procuo a essência e o sentido da vida de forma repetida e obsessiva.					
1.16 Sou autoconfiante.					
1.17 Sou desconfiado e descrente.					
1.18 Busco um sentido de família.					
1.19 Concilio minha vida pessoal e profissional.					
1.20 Normalmente cumpro objetivos.					
1.21 Normalmente NÃO cumpro prazos.					
1.22 Sou informal no meu trabalho.					
1.23 Sou indiferente a autoridades.					
1.24 Gosto de correr riscos.					
1.25 Sou criativo(a).					
1.25 Domino as tecnologias.					
1.27 Minha mãe trabalha fora.					
1.28 Enquanto criança estive no infantário desde bebê.					
1.29 Aprecio a maneira de ser dos meus pais.					
1.30 Aceito de forma natural a diversidade social (raças, religiões, gênero)					
1.31 Acredito no meu futuro.					
1.32 No meu emprego sou desejoso por trabalhar e aprender.					

2. PERFIL DO RESPONDENTE

<p>2.1 Gênero: <input type="checkbox"/> Feminino <input type="checkbox"/> Masculino</p> <p>2.2 Idade: <input type="checkbox"/> até 16 anos <input type="checkbox"/> de 17 a 37 anos <input type="checkbox"/> mais de 38anos</p> <p>2.3 Estado civil: <input type="checkbox"/> Solteiro (a) <input type="checkbox"/> Casado (a) <input type="checkbox"/> Divorciado (a) <input type="checkbox"/> Viúvo (a) <input type="checkbox"/> União Estável</p> <p>2.4 Ano em que entrou no curso: _____</p> <p>2.6 Possui independência financeira? <input type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não (sou dependente da família)</p> <p>2.7 Qual a renda familiar líquida (aproximada)? <input type="checkbox"/> até R\$ 880,00 <input type="checkbox"/> de R\$ 881,00 até R\$1.903,98 <input type="checkbox"/> de R\$ 1.903,99 até R\$2.826,65 <input type="checkbox"/> de R\$ 2.826,66 até R\$3.751,05 <input type="checkbox"/> de R\$ 3.751,06 até R\$4.664,68 <input type="checkbox"/> acima de R\$ 4.664,68 <input type="checkbox"/> Não tenho conhecimento de valores.</p> <p>2.7.1 Número de dependentes desta renda: _____</p>	<p>2.8 Coursou o Ensino Fundamental em instituição: <input type="checkbox"/> Pública <input type="checkbox"/> Privada</p> <p>2.9 Coursou o Ensino Médio em instituição: <input type="checkbox"/> Pública <input type="checkbox"/> Privada</p> <p>2.10 UF da federação em que nasceu: _____</p> <p>2.11 Você se considera: <input type="checkbox"/> Branco <input type="checkbox"/> Indígena <input type="checkbox"/> Negro <input type="checkbox"/> Pardo</p> <p>2.12 Nível de escolaridade da mãe: <input type="checkbox"/> Fundamental <input type="checkbox"/> Médio <input type="checkbox"/> Graduação <input type="checkbox"/> Pós graduação</p> <p>2.13 Nível de escolaridade do pai: <input type="checkbox"/> Fundamental <input type="checkbox"/> Médio <input type="checkbox"/> Graduação <input type="checkbox"/> Pós graduação</p>
---	---

SUGESTÕES/CRÍTICAS

APÊNDICE C – REQUERIMENTO À SECRETARIA DA FACE/UFGD

À Secretaria Acadêmica da Faculdade de Administração, Ciências Contábeis e Economia (FACE/UFGD)

CEZAR EDUARDO SOARES CORDEIRO, acadêmico regularmente matriculado no curso de Ciências Contábeis desta Universidade, vem respeitosamente solicitar a relação da quantidade de acadêmicos devidamente matriculados no curso de Ciências Contábeis desta faculdade, para fins de desenvolvimento do Trabalho Graduação II, cuja pesquisa trata sobre “As características predominantes dos discentes de Ciências Contábeis da FACE/UFGD em consonância com as prerrogativas teóricas sobre Gerações”.

Neste termos,

Pede-se o deferimento.

Dourados – MS, 15 de março de 2017.

Cezar Eduardo Soares Cordeiro

ANEXO A – RESPOSTA AO REQUERIMENTO

MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
FUNDAÇÃO UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS
FACULDADE DE ADMINISTRAÇÃO, CIÊNCIAS CONTÁBEIS E ECONOMIA



Ofício nº 02/17/FACE/UFGD

Dourados, 16 de março de 2017.

Para Cezar Eduardo Soares Cordeiro
Acadêmico do Curso de Ciências Contábeis
Faculdade de Administração, Ciências Contábeis e Ciências Econômicas/UFGD

Assunto: Solicitação da quantidade de acadêmicos devidamente matriculados no curso de Ciências Contábeis/FACE

Prezado Acadêmico,

Cumprimentamos a Vossa Senhoria pelo desenvolvimento do Trabalho de Graduação direcionado a analisar os discentes do curso de Ciências Contábeis da FACE/UFGD.

Atendendo à solicitação da relação da quantidade de acadêmicos matriculados no respectivo curso da FACE/UFGD, informamos que para o período do ano 2016 – 2º semestre totalizamos 244 (duzentos e quarenta e quatro) acadêmicos matriculados no curso de graduação de Ciências Contábeis.

Informamos que os acadêmicos de outros cursos também frequentam nossas disciplinas, porém não foram incluídos na totalização.

Atenciosamente,

Antonio Carlos Vaz Lopes
Diretor da Faculdade de Administração,
Ciências Contábeis e Economia
UFGD