

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

Cezar Eduardo Soares Cordeiro,
UFGD-Dourados/MS,
cezareduardosoares@gmail.com

Cristiane Mallmann Huppés,
UFGD-Dourados/MS,
cristianehuppés@ufgd.edu.br

RESUMO

A sociedade atual apresenta quatro gerações convivendo nos diversos meios: os Veteranos, os *Baby Boomers*, a geração X e a geração Y. Este trabalho objetivou estudar as principais características teóricas das gerações atuais e confrontá-las com o comportamento da amostra analisada, a fim de se determinar ou não a predominância de tais prerrogativas teóricas a ela. Para tanto, foi aplicado um questionário aos discentes do curso de graduação em Ciências Contábeis da FACE/UFGD, e os respondentes representaram 41,4% da população estudada. Para a análise, os dados foram tratados no software Excel. 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. O grupo analisado foi categorizado como predominantemente pertencente à geração Y, pela idade cronológica e porque a maioria das características Y foram compatíveis, mas pela análise de todas as características predominantes, a amostra pode ser classificada gradativamente em menor grau como também pertencente à Geração X, aos Veteranos, e ainda aos *Baby Boomers*.

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

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 são positivos ao desempenho geral das organizações.

A globalização tende a tornar as empresas competitivas, pois a tecnologia e as mudanças geram grandes desafios. Deste modo, é primordial utilizar o conhecimento das pessoas de maneira ágil 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).

Ainda de acordo com os autores, esse cenário exige que as organizações estejam cientes das diferentes gerações que atuam juntas no ambiente laboral, em que 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.

Atualmente entre os autores do tema, a maioria tende a categorizar as gerações existentes em quatro: geração dos Veteranos (Boomers), geração dos *Baby Boomers*, geração X e geração Y. Essa última vem sendo foco da maioria das pesquisas, por ser a geração mais recente e menos conhecida e também por apresentar características bem diferentes das anteriores.

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, ideologia, 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.

Em seu estudo sobre o choque das gerações no ambiente organizacional, Zemke, Raines e Filipeczak (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 problematiza: quais as características e os valores predominantes dos alunos de Ciências Contábeis da FACE/UFGD em consonância com as prerrogativas teóricas sobre Gerações?

2 REVISÃO DA LITERATURA

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. Tais resultados 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 (CHIAVENATO, 2003).

Hoje, 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, antes de tudo, 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 novo 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 compartilhados 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”.

Uma 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 às 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 entre 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.

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 na Tabela 1.

Tabela 1 – As quatro gerações presentes no ambiente de trabalho

	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.

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

A Tabela 1 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.

Segundo Zemke, Raines e Filipczak (2000), 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 ambiguidade 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.

Hoje, 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 (KANNAME, 1999, *apud* SANTOS *et al.*, 2011).

2.1.3 Geração X

Compreende os que nasceram de 1965 a 1979. 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 (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 autossuficientes, 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).

Ainda sobre os X, Zemke, Raines e Filipeczak (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.

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).

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). 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 a ser utilizado será 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, será 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 DISCUSSÃO E ANÁLISE DOS DADOS

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/UFMGD.

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 está 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 a qualquer característica teórica das outras 3 gerações em questão, é o que

veremos a seguir.

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 2 – CARACTERÍSTICAS DA GERAÇÃO VETERANOS

PERGUNTA / AFIRMATIVA	Não resp.	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 2 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 prevalece 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 consistência e uniformidade, 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 3 - CARACTERÍSTICAS DA GERAÇÃO BABY BOOMERS

PERGUNTA / AFIRMATIVA	Não resp.	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 2, a Tabela 3 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 4 – CARACTERÍSTICAS DA GERAÇÃO “X”

PERGUNTA / AFIRMATIVA	Não resp.	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 4 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 respostas 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 5 – CARACTERÍSTICAS DA GERAÇÃO Y

PERGUNTA / AFIRMATIVA	Não resp.	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 5 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 6 mostra as prerrogativas teóricas que mais marcaram a amostra estudada, em grau máximo de concordância, independentemente a qual geração tal prerrogativa se refira.

TABELA 6 – CARACTERÍSTICAS PRODOMINANTES DA AMOSTRA

PERGUNTA / AFIRMATIVA	Geraç.	Não resp.	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)	Y	0,0	0,0	1,0	1,0	31,7	66,3	100
1.2 Acredito na lógica e não na magia.	V	0,0	2,0	4,0	13,9	23,7	56,4	100
1.3 Acredito no meu futuro.	Y	0,0	0,0	2,0	0,0	14,8	83,2	100
1.6 Aprecio a maneira de ser dos meus pais.	Y	0,0	0,0	3,0	15,9	25,7	55,4	100
1.8 Aprendi o que é o trabalho em equipe no local onde trabalho.	BB	1,0	2,0	12,8	20,8	31,7	31,7	100
1.9 Busco um sentido de família.	X	2,0	4,0	6,9	8,9	30,7	47,5	100
1.10 Concilio minha vida pessoal e profissional.	X	0,0	3,0	4,0	11,9	28,6	52,5	100
1.14 Gosto de aprender com as lições do passado.	V	0,0	2,0	2,0	7,9	37,6	50,5	100
1.19 Minha mãe sempre teve vida profissional (trabalhou fora de casa).	Y	1,0	1,0	23,8	15,8	18,8	39,6	100
1.20 No meu emprego sou desejoso por trabalhar e aprender.	Y	1,0	5,9	7,9	7,9	24,8	52,5	100
1.21 Normalmente cumpro objetivos.	X	0,0	0,0	1,0	6,9	40,6	51,5	100
1.26 Sou conservador (a) com meus investimentos.	V	0,0	3,0	2,0	16,8	35,6	42,6	100

1.29	Sou disciplinado (a) e leal.	V	1,0	1,0	5,0	7,8	41,6	43,6	100
1.32	Sou otimista.	BB	0,0	0,0	3,0	17,8	37,6	41,6	100

Fonte: dados da pesquisa.

Primeiramente, cabe ressaltar que para as prerrogativas da Geração Y, a amostra revela as maiores frequências de respostas afirmativas, corroborando com os aspectos elencados pela teoria da geração Y. Características como a aceitação da diversidade cultural (66,3%), a crença no futuro (83,2%) e admiração pelo modo de ser dos pais (55,4%) predominaram sobre as demais em termos de frequência 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 6, 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 CONCLUSÕES

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.

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 valores e 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.

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.

II Encontro Internacional de Gestão, Desenvolvimento e Inovação

20 a 23 de novembro de 2018 - Naviraí - MS



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.