

GERAÇÃO Y: PRESSUPOSTOS QUE NORTEIAM AS AÇÕES, IDEIAS E REAÇÕES DESTA GERAÇÃO

Thiago Cesar da Silva^{*1}; Felícia Hadassa Gomes Pereira¹; Letícia Moura Silva¹; Érica Alves Faria¹; Leriâne Silva Lima¹

1 Instituto Luterano de Itumbiara ILES-ULBRA, Goiás * feliciahadassa@hotmail.com

PALAVRAS CHAVE: Geração Y, Mercado de trabalho.

INTRODUÇÃO

Devido a mudanças no contexto corporativo a partir da globalização, do avanço tecnológico que muda continuamente e vertiginosamente somado a fatores macroeconômicos, surge uma nova geração, denominada Geração Y. A pesquisa possui como objetivo geral analisar o impacto da Geração Y no mercado de trabalho por meio da compilação de estudos de trabalhos já realizados sobre o assunto, e os objetivos específicos são: Pesquisar na literatura as contribuições de diferentes autores; reconhecer a evolução da Geração Y e mostrar quais são as suas diversidades das demais gerações. Verificar se houve mudanças nas organizações causadas com o surgimento da Geração Y. Quanto à justificativa social, este trabalho busca contribuições para se compreender melhor o comportamento humano, em específico da geração de nascidos dentre os anos de 80 e 90. Em termos de justificativa acadêmica, tende acrescentar no âmbito intelectual a aplicação na prática de conhecimentos adquiridos em sala de aula. E, quanto a justificativa científica, este trabalho busca oferecer uma análise que possa contribuir a futuros estudos sobre a temática.

METODOLOGIA

Este estudo é classificado como de natureza aplicada. A forma de abordagem do problema é quantitativa e qualitativa. Sob o ponto de vista de seus objetivos, esta pesquisa é enquadrada como descritiva. Ressalta-se que neste estudo são cabíveis três métodos de coleta de dados: o bibliográfico, o estudo de caso e a aplicação de questionário. O método utilizado para a investigação científica é o hipotético-dedutivo. A análise dos dados se concederá por meio da análise de conteúdo.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Nakata (2009), em seus estudos, contribui com a ênfase quanto à aprendizagem, na intenção de identificar o perfil de pessoas que priorizam a aprendizagem e em suas relações de trabalho e emprego, conforme abaixo: "a sinergia que se cria

num grupo é fundamental para que a organização promova aprendizagem individual, seguida de coletiva e, então, a aprendizagem organizacional, mais forte e duradoura" (p. 43), e ainda diz que este fator é mais saliente e organizações que contratam funcionários mais jovens, isto é, constituintes da Geração Y. Feitosa (2009) fala da segmentação de mercado e a importância do alcance de novas gerações enquanto vantagem competitiva. Feitosa (2009) *apud* Solomon (1996) diz que "gerações são subculturas de idade, compartilham recordações comuns sobre heróis culturais e eventos históricos importantes".

CONCLUSÕES

O resultado esperado deste trabalho é a confirmação do impacto, positivo, da Geração Y no mercado de trabalho o de verificar uma influência positiva e também a constatação se houve, ou não, mudanças nas organizações causadas com o surgimento da Geração Y.

NAKATA, Lina Eiko. As expectativas de aprendizagem nas organizações que buscam se destacar pelo clima organizacional. São Paulo, 2009. Dissertação (Mestrado) - Universidade de São Paulo, 2009.

FEITOSA, Wilian Ramalho. A segmentação de mercado por meio de gerações e coortes. São Paulo, 2009. Dissertação (Mestrado) - Universidade de São Paulo, 2009.