



**RECIMA21 - REVISTA CIENTÍFICA MULTIDISCIPLINAR**  
**ISSN 2675-6218**

**GERAÇÃO Y: FATORES MOTIVACIONAIS**

**Y GENERATION: MOTIVATIONAL FACTORS**

**LA GENERACIÓN Y: FACTORES DE MOTIVACIÓN**

Gabrielle Espósito Cavalcanti<sup>1</sup>

e381813

<https://doi.org/10.47820/recima21.v3i8.1813>

PUBLICADO: 08/2022

**RESUMO**

Este estudo tem como fito apresentar o conhecimento sobre uma Geração dentre as diversas gerações existentes, conceitos e nomenclaturas que compõem o mundo organizacional, a Geração Y, haja vista que o índice de desenvolvimento humano atualmente possui uma expectativa de vida alta e por isso, o quadro funcional das empresas, estão mesclando as gerações dentro das suas organizações. Entretanto, por muitas vezes os líderes não sabem como influenciar a Geração Y para eles se manterem motivados, uma vez que, acabam usando o mesmo modelo de influências para todas as gerações. Desta feita, o presente trabalho visa refletir as questões acerca dos fatores que influenciam e motivam a Geração Y no ambiente de trabalho através de uma pesquisa bibliográfica. A Geração Y tende a escolher opções que agregam ao seu desenvolvimento pessoal. Essa hipótese é confirmada quando uma pessoa escolhe ser leal ao seu propósito de vida, ao invés de ser leal a empresa.

**PALAVRAS-CHAVE:** Geração Y. Fatores motivacionais. Influências.

**ABSTRACT**

*This study aims to present the knowledge about a Generation among the various existing generations, concepts, and nomenclatures that make up the organizational world, Generation Y, given that the human development index currently has a high life expectancy and therefore the functional staff of companies, are merging generations within their organizations. However, leaders often do not know how to influence Generation Y to stay motivated, since they end up using the same model of influence for all generations. This time, the present work aims to reflect the questions about the factors that influence and motivate Generation Y in the work environment.*

**KEYWORDS:** Generation Y. Motivational factors. Influence.

**RESUMEN**

*Este estudio tiene como objetivo presentar el conocimiento de una Generación entre las diversas generaciones, conceptos y nomenclaturas existentes que conforman el mundo organizacional, la Generación Y, dado que el índice de desarrollo humano actualmente tiene una alta expectativa de vida y por lo tanto, el personal de las empresas, está fusionando generaciones dentro de sus organizaciones. Sin embargo, los líderes a menudo no saben cómo influir en la Generación Y para mantenerla motivada, ya que acaban utilizando el mismo modelo de influencias para todas las generaciones. En este sentido, el presente trabajo pretende reflexionar sobre las cuestiones relativas a los factores que influyen y motivan a la Generación Y en el trabajo a través de una búsqueda bibliográfica. La Generación Y tiende a elegir opciones que contribuyan a su desarrollo personal. Esta hipótesis se confirma cuando una persona elige ser leal a su propósito vital en lugar de serlo a la empresa.*

**PALABRAS CLAVE:** Generación Y. Factores de motivación. Influencias.

<sup>1</sup> Universidade Estácio de Sá - UNESA



## INTRODUÇÃO

No mundo contemporâneo, o tema sobre a diversificação no mundo organizacional vem sendo altamente debatido, uma vez que, a multiplicidade na mão de obra se dá pelo reflexo das mudanças cotidianas: sociais, econômicas e históricas. A diversidade representa novas possibilidades e grandes desafios à gestão, pois implica lidar com pluralidade de valores (CODEÇO; COSTA; BOUZADA, 2013).

Na atual conjuntura das organizações, torna-se cada vez mais propício o estudo sobre as gerações que estão ativas dividindo o mesmo ambiente de trabalho, onde pode-se destacar as gerações denominadas como *baby boomers*, Geração X, Geração Y e a Geração Z, uma vez que, essas gerações pensam, agem e possuem comportamento totalmente diversificado acerca do mundo (COMAZZETTO *et al.*, 2016). Vale ressaltar, que o ser humano é uma espécie subjetiva, constituído de forma única e por isso, é impossível ter a mesma forma de lidar com todas as pessoas. Essa subjetividade se dá pelos fatores externos que o constituem, sendo eles: sentimentos, comportamentos e culturas (BOCK; TEIXEIRA; FURTADO, 1999, p. 142).

Em concordância ao que já foi exposto, é importante destacar que as gerações são separadas por idade cronológica, haja vista que, as pessoas nascidas num mesmo período tendem a compartilhar experiências de vida históricas e sociais bem parecidas, assim, possuem um comportamento similar e respostas padronizadas, tendo como influência os fatores externos já citados (CAVAZOTTE; LEMOS; VIANA, 2012). Nesta ocasião, as gerações possuem traços semelhantes, por terem vivido em um mesmo período e compartilharem dos mesmos acontecimentos históricos (SCHEFER; GARRAFA, 2015). Em tempo, é importante destacar que as gerações são separadas em períodos de 20 (vinte) anos, pois é com essa faixa etária que o sujeito passa a interagir e conviver ativamente na sociedade (OLIVEIRA, 2012 apud SCHEFER; GARRAFA, 2015).

As organizações estão acostumadas com uma Geração mais exata em termo de fatores que influenciam e motivam o profissional, que é a Geração X. Essa Geração é considerada tradicional, pois são baseadas em uma estrutura hierárquica e rígida. É a Geração que sonha em permanecer na empresa até a aposentadoria e os principais fatores que os influenciam é a remuneração, a posição que ocupam e o *status*. É uma Geração que tende a buscar crescimento na própria empresa (KILIMNIK, 2011). Entretanto, uma nova Geração tem sido muito discutida no meio empresarial, tendo em conta que compartilham o mesmo ambiente de trabalho, mas não compartilham dos mesmos ideais.

A Geração citada denomina-se Geração Y. São profissionais que tendem a ter dificuldade para fincar comprometimento com a empresa onde atuam, pois buscam crescer para eles mesmos, direcionando suas carreiras firmados no que projetam como sentido de vida, são multidirecionais e dinâmicos. São profissionais que buscam trabalhar em uma organização que os influencia e motiva *em tempo integral*, caso contrário, não cogitam agregar valor àquele ambiente.

Isto posto, tornam as contratações mais dinâmicas e movimentam a empresa. As diferenças geracionais, quando bem administradas, ressignificam além do ambiente de trabalho, os sujeitos



## RECIMA21 - REVISTA CIENTÍFICA MULTIDISCIPLINAR ISSN 2675-6218

GERAÇÃO Y: FATORES MOTIVACIONAIS  
Gabrielle Espósito Cavalcanti

vestidos de diversidades. Vale consignar, que cabe aos atuais gestores, combinados com o setor de recursos humanos, buscarem informações e analisarem o seu quadro de colaboradores, com a finalidade de administrar e gerenciar as pessoas que eles lideram. Desta feita, terão consciência dos fatores que influenciam e motivam essa Geração Y no ambiente de trabalho, podendo assim, mesclar os fatores em outras gerações, buscando recursos para aprimorar e alavancar suas equipes, propiciando união, troca de ideais, troca de informações e bem-estar na organização.

Nessa perspectiva, o objetivo desse trabalho é refletir acerca dos fatores que influenciam e motivam a Geração Y no ambiente de trabalho, bem como, será aproveitada a oportunidade de caracterizar as outras gerações com a finalidade de compartilhar e acrescentar conhecimento.

### AS GERAÇÕES

O primeiro contato entre as com diferentes Gerações é dentro de casa. Pelo menos, serão duas Gerações convivendo e compartilhando o mesmo espaço. Quem nunca escutou o responsável falar: “No meu tempo”? Essa recordação de quem está narrando, já irá trazer uma ideia entre tempo e espaço. O outro que estiver escutando, já vai imaginar que foi há muito tempo. Uma frase com apenas três palavras que arrasta o peso do conhecimento e da sabedoria. Porém, sempre ocorrerá essa mudança e cabe escutar, compreender e aceitar que o passado tem uma história, que o presente será transformado e que o futuro evoluirá. E a responsabilidade por essa mudança cabe a todos.

No passado, as famílias eram compostas no máximo por avós, pais e filhos. Hoje, é normal encontrar pelo menos quatro Gerações convivendo em família: bisavós, avós, pais e filhos. Ocorre que, no passado era mais difícil essa convivência, algo que foi alterado no presente diante do novo cenário. Os avanços científicos contribuíram para o aumento da expectativa de vida. Se no passado era até sessenta anos de idade, hoje, já está na faixa etária dos oitenta anos (OLIVEIRA, 2010). Consequentemente, as pessoas estão mais instruídas e saudáveis, pois buscam ter acesso às informações.

Em 2005 foi feito um estudo em *Harris Interactive* para a *Merril Lynch* com pessoas acima de sessenta anos que pretendiam continuar trabalhando após a aposentadoria. Porém, a grande maioria informou que pretende dividir seu tempo entre trabalho e lazer (OLIVEIRA, 2010). Essa nova realidade causa um impacto no *setting* organizacional, uma vez que as diferentes Gerações irão conviver simultaneamente. Esse ponto é uma justificativa que deve causar uma influência reflexiva, pois é devido essa circunstância que se convive no mercado de trabalho.

Vale ressaltar que o que faz as Gerações entrarem em choque são as diferentes características, as atitudes e o jeito que cada indivíduo tem. Essas atitudes influenciam sobre as escolhas, expectativas e motivações dos sujeitos, ocorrendo desgaste nas relações interpessoais dentro das organizações (OLIVEIRA, 2010). Como o próprio Oliveira (2010) relata, não adianta o executivo dizer que tem a mente aberta, quando ele se depara com um jovem que tem uma nova ideia para dar sobre um determinado projeto e ele diz que o jovem tem que ter mais calma e paciência, tentando dizer que as coisas funcionam de um outro modo. E que modo seria esse? Modo conforme a



Geração do executivo? Se o mercado precisar contratar pessoas que saibam ter cautela e pessoas criativas, provavelmente vai investir em duas Gerações diferentes e nesse caso, compete a organização saber de fato o que ela quer e como ela quer atingir o resultado, pois a organização vai precisar construir novos pares de relação e maneiras diferentes de influenciar esses colaboradores.

As organizações só construirão elos firmes na relação desses novos pares quando souberem de fato qual é o resultado que querem atingir. É preciso planejamento para conhecer. Diante desse processo, será mais fácil identificar quais pontos atravessam as gerações, podendo investir em fatores que mais influenciam e os motivam. Pode-se corroborar que é através do saber que se almejam transformações e resultados positivos.

### **BABY BOOMERS**

Essa é a Geração nascida entre 1945 e 1960 (OLIVEIRA, 2010). São *workaholics* (viciados em trabalho) e otimistas. É uma Geração que procurou aplicar seus esforços acadêmicos em carreiras que prometiam facilidade para se inserir no mundo empresarial. Estudos apontam que foram jovens rebeldes, entretanto, se tornaram adultos conservadores. Buscam crescer dentro da mesma empresa, pois consideram isso o *status*. São leais a empresa que colaboram (COMAZZETTO *et al.*, 2016). A partir dessa posição, pode-se dizer que a Geração *Baby Boomers* são profissionais comprometidos com o seu trabalho e com seus valores. Possuem também como forte característica, a opção de escolher trabalhos estáveis e fixos, buscando construir uma carreira sólida, e se possível, na mesma empresa. São profissionais disciplinados, leais, primam pelo respeito à família e são colaborativos na organização (VELOSO *et al.*, 2016 *apud* BOTELHO *et al.*, 2018).

Vale ressaltar que essa Geração viveu em um quadro econômico diferente dos dias atuais e com menos concorrência no mercado, comparando aos dias de hoje. É importante destacar que a Geração *Baby Boomers* aprendeu desde muito cedo a ter disciplina e a respeitar os valores familiares, pois nenhum jovem poderia contestar qualquer autoridade estabelecida. Contestar era sinônimo de rebeldia e devido a isso, gerava punições (OLIVEIRA, 2010).

Ademais, são pessoas que não conseguem lidar com a perda do *status*. É uma Geração que tem dificuldade em equilibrar a vida profissional com a pessoal, devido o sentido de vida ser o trabalho (OLIVEIRA, 2009 *apud* BOTELHO; COLS, 2018). Apesar de quererem ter a carreira consolidada, não sabem administrar os conflitos nas organizações (CAVAZZOTTE, 2012 *apud* BOTELHO; COLS, 2018).

### **GERAÇÃO X**

A Geração X são os nascidos entre 1960 e 1980 (OLIVEIRA, 2010). É a Geração que encontrou seus pais trabalhando fora, ou seja, mudanças no cenário familiar; Mulheres se sentindo culpadas por não conseguirem dar a devida atenção aos filhos e por isso, surgindo dificuldade em colocar limites em seus filhos (COMAZZETTO *et al.*, 2016).



## RECIMA21 - REVISTA CIENTÍFICA MULTIDISCIPLINAR ISSN 2675-6218

GERAÇÃO Y: FATORES MOTIVACIONAIS  
Gabrielle Espósito Cavalcanti

É uma Geração que se rebelou, influenciados pelas revoluções políticas. Os movimentos passaram a fazer parte em qualquer lugar do mundo. Trata-se de pessoas mais cautelosas com suas escolhas e mais cuidadosas para opinarem, visto terem receio de alterarem a estabilidade familiar. Estão acostumados a se submeterem às regras já estabelecidas. Essa Geração desenvolveu uma atitude mais egocêntrica, cética e autossuficiente, o que a levou a priorizar mais o trabalho do que a família. Uma Geração marcada pela autoconfiança em suas escolhas (OLIVEIRA, 2010).

Pode-se acrescentar que a Geração X é uma geração que defende um ambiente de trabalho mais informal e uma hierarquia mais branda (CODEÇO, 2015).

### GERAÇÃO Y

Há uma discussão acerca do tempo da Geração Y, todavia, nesse trabalho foi utilizado como base os nascidos entre 1980 e 1999, conforme OLIVEIRA (2010).

O termo Geração Y teve influência em seu surgimento, quando a antiga União Soviética tinha poder e influência em países de regime comunista e chegou a definir o nome dos bebês nascidos em determinados períodos. No período de 1980, os nascidos deveriam iniciar com a letra Y, desta maneira, essa Geração carregou o termo Y (OLIVEIRA, 2010).

Essa Geração passou a interferir de maneira mais direta na sociedade, tentando ditar as novas regras estabelecidas por eles. São demasiadamente informados, porém, em alguns momentos, alienados. Haja vista que, não conseguem lidar de forma produtiva com essas informações (OLIVEIRA, 2010).

Nasceram em famílias mais estruturadas e em um modelo mais flexibilizado em relação ao convívio com os responsáveis. As relações familiares deixaram de ser o padrão: Pai, mãe e irmãos. A família agora é diferente e a Geração Y se adaptou fácil a essas novas realidades (OLIVEIRA, 2010). Além disso, é uma Geração que não tem as mães em casa, pois elas conquistaram a independência e a autonomia. A Geração Y convive nesse âmbito familiar em que a mulher está em busca da sua realização profissional: Ora profissionais e ora mães.

A autonomia das mães levou ao cenário de elas tentarem suprir a ausência dentro de casa e com isso, compensavam os filhos oferecendo instrumentos educativos com o fito de se tornarem mais competitivos no futuro. Mesmo a mãe não sendo muito presente no dia a dia desses filhos, nenhuma outra Geração recebeu tantos estímulos e informações que pudessem qualificar os jovens desde cedo (OLIVEIRA, 2010). Melhor sistema educacional, curso de línguas e esportes.

Vale ressaltar que é uma Geração ligada as novidades e com isso, aprender o inglês não é mais exclusivo, pois o inglês está presente nas músicas de sucesso, nos games, filmes etc. (OLIVEIRA, 2010). Entende-se que atualmente a realidade parece ser outra. É, por exemplo, se dar a oportunidade de aprender outras línguas para se diferenciar no mercado.

Os jovens da Geração Y nasceram em um ambiente em metamorfose, ou seja, o ambiente social e tecnológico era extremamente evidenciado. Desta maneira, esses ambientes influenciaram em seus comportamentos, pois o cérebro passou a funcionar na velocidade digital. Para os autores, essa



Geração tem discordado das regras pré-estabelecidas no mundo profissional (LIPKIN; PERRYMORE, 2010 *apud* SCHEFER; GARRAFA, 2015).

A Geração Y demonstra ansiedade e impaciência em quase todas as situações, desenvolvem ideias superficiais, buscam viver de maneira intensa suas experiências, são transitórios e imprecisos nas escolhas (OLIVEIRA, 2010). É uma Geração que coloca em primeiro plano os relacionamentos interpessoais, ao invés do trabalho.

O sentido de trabalho varia de pessoa por pessoa, pois cabe ressaltar que o ser humano é subjetivo, logo, nós não agimos da mesma forma que o outro. Além do que, as influências que nos constituem como indivíduo: história de vida, social, aprendizados, cognitivo e outras coisas são diferentes. O trabalho sofreu consideráveis transformações no decorrer das Gerações, principalmente no mundo tecnológico (CODEÇO, 2015). A Geração Y no trabalho provoca perplexidade na Geração X, haja vista que, eles emitem opiniões com liberdade sem se preocuparem com a hierarquia e com os protocolos na organização (CODEÇO, 2015).

As influências motivacionais da Geração Y não se conectam com os objetivos da empresa. Buscam atingir o padrão de vida que projetaram e consideram o trabalho apenas um meio para alcançá-lo. É uma geração que está sempre exposta ao mercado, considerando as possibilidades uma questão de custo versus benefício (OLIVEIRA, 2011).

Codeço (2015), em seu livro, destaca as seguintes características da Geração Y:

Permanente conexão com algum tipo de mídia; habituados a mudanças e valorização da diversidade; preocupação com questões sociais e crença nos direitos individuais; mais criadores do que receptores; curiosidade; alegria; flexibilidade; colaborativos; formação de redes para alcance dos objetivos; prioridade do lado pessoal em relação às questões profissionais; inovação e gosto pela mobilidade; imediatismo; impaciência; auto orientação; decididos e voltados para resultados; dificuldade com restrições, limitações e frustrações. Encaram o trabalho como desafio e diversão e prezam o ambiente informal com transparência e liberdade. Buscam aprendizado constante.”

## **GERAÇÃO Z**

A geração Z é a Geração *Generation*. São ambiciosos e criam expectativa de cargos de gerência em um curto espaço de tempo (ALEXANDRE; PITA; FREITAS, 2018). São os jovens que nasceram de fato na Era digital, são conectados e desconhecem o mundo sem internet. São capazes de viver múltiplas realidades, presenciais e digitais, ao mesmo tempo. Buscam satisfazer suas necessidades financeiras e enriquecimento pessoal. Quebram os estereótipos e não ligam para as definições de gênero, classe e idade. Se hipervalorizam. São voltados para si mesmos. São extremamente individualistas. São ativistas, ponderados e compassivos. Usam a linguagem por códigos, devido vivenciarem a Era digital (MEIR, 2017).

Além dessas características, pode-se acrescentar que essa Geração Z é uma geração pessimista em relação aos cenários políticos e econômicos. São frustrados devido a não conseguirem



se recolocar após a capacitação acadêmica. Buscam flexibilidade nas empresas. Organizações engessadas afastam essa Geração (HALF, 2018).

### **FATORES MOTIVACIONAIS PARA A GERAÇÃO Y**

Alguns fatores caracterizam essa Geração com mais propriedade, influenciando o comportamento e mantendo-os motivados em uma organização. A empresa precisará demonstrar importância e conhecimento nesses fatores para manter essa Geração além de motivada, querer permanecer nas instituições.

### **RECONHECIMENTO**

Essa Geração aprendeu desde cedo a receber *feedback* de tudo que fazia. Eram incentivadas a se superarem e a se diferenciarem dos próprios colegas. Eram elogiados e recebiam, em alguns casos, recompensas caso fossem bem-sucedidos em seus feitos. Toleravam apenas pequenas falhas. Eram cobrados a se superarem, entretanto, recebiam *feedback* acerca do que faziam. É uma Geração que tem como principal expectativa, o reconhecimento (OLIVEIRA, 2010).

A indústria do vídeo game percebeu essa ideia e desenvolveu conceitos de reconhecimento por recompensa. Foi uma Geração que vivenciou os primeiros jogos (OLIVEIRA, 2010).

Toda ação tem uma consequência, logo, a Geração Y tem seu desempenho afetado na organização pelo fato de terem necessidade de alguém os avaliando *em tempo integral* e passando *feedback* sobre o seu comportamento. Desta feita, se tornaram profissionais impacientes, porque desejam constantemente que as pessoas os mensurem. Os conflitos existem porque nem sempre os gestores podem passar o *feedback* e por acreditarem que os jovens não precisam disso para entregar resultados positivos (OLIVEIRA, 2010).

### **INFORMALIDADE**

As Gerações anteriores viam a informalidade como rebeldia da Geração Y. Foi o modo de vestir que se tornou divisor de águas entre as Gerações (OLIVEIRA, 2010).

Nos anos 70 e 80, os jovens dessa época usavam uniforme para ir à escola e nas empresas, o uniforme era social e, às vezes, gravata também era item obrigatório. Qualquer manifestação contra essa regra era criticada. Era comum que o jovem se vestisse conforme seu comportamento. Quanto mais próximo do padrão, mais responsável era considerado (OLIVEIRA, 2010).

Hoje, as Gerações anteriores trazem esse conceito como legado. A Geração Y não tem essa mesma percepção, para eles a informalidade tem a ver com liberdade e flexibilidade (OLIVEIRA, 2010).



## **INDIVIDUALIDADE**

É um dos pontos mais fortes da Geração Y, é o ponto que mais sofreu influência das Gerações anteriores, porém muitas vezes se confunde com egoísmo e arrogância (OLIVEIRA, 2010).

A Geração *baby boomers* e a Geração X estavam acostumados a desenvolverem suas habilidades sociais por meio de brincadeiras coletivas e viveram de uma maneira onde precisavam compartilhar os seus recursos com quem morava na mesma residência. Todavia, a dinâmica das famílias se modificou e as Gerações anteriores contribuíram para isso, proporcionando um cenário favorável ao desenvolvimento acentuado no individualismo da Geração Y (OLIVEIRA, 2010).

O pretexto de proporcionar condições melhores aos filhos contribuiu para esse set.

## **AUTONOMIA**

Os jovens da Geração Y se preocupam com a liberdade e a independência. Buscam locais que oferecem flexibilidade para decidir como e quando trabalhar, como também autonomia para tomada de decisões (SCHEIN, 1996 *apud* VASCONCELOS *et al.*, 2010).

## **SEGURANÇA**

Segurança e estabilidade em vínculos de trabalho que asseguram a segurança física e financeira. Predomina a garantia de emprego, principalmente nos tempos atuais (SCHEIN, 1996 *apud* VASCONCELOS *et al.*, 2010).

## **DESAFIOS**

Segundo Oliveira (2010), os jovens da Geração Y são motivados por desafios, principalmente os ligados ao crescimento profissional. Quando não distingue com rapidez isso na empresa, eles perdem o interesse em se manter nela. A troca de empregos não é por salário e sim, pelo que os desafia conforme as expectativas.

## **RELAÇÕES AFETIVAS**

A Geração Y é a mais conectada da história e sabe usar com facilidade a tecnologia para obter relacionamentos mais numerosos (OLIVEIRA, 2010). As novas possibilidades de comunicação potencializaram na quantidade de contatos possíveis, inclusive tornando as relações mais superficiais (OLIVEIRA, 2011).

Por se manterem sempre em atividade e conectados, a Geração Y quebrou barreiras em fazer amizades com pessoas de fora do país de origem, isso porque, eles têm curiosidade acentuada em estar sempre aprendendo. O mundo se tornou menor para essa Geração (OLIVEIRA, 2010).



### **RELACIONAMENTO COM O LÍDER**

A Geração Y é constituída de pessoas que dão importância às relações, principalmente com o líder, uma vez que a qualidade do relacionamento interfere na motivação e na dedicação de suas atividades. Os jovens dessa Geração dão valor a gestores que contribuem para seus próprios resultados e que são referências, ao invés de gestores que punem e recriminam (OLIVEIRA, 2010).

A forma de aumentar as expectativas dos colaboradores dessa Geração no quesito relacionamento, é sendo claro e contribuindo para o seu aprendizado. Porém, se o líder for omissivo ou distante, os profissionais dessa Geração ficam frustrados, pois veem essa atitude como negativa e de forma que vão sabotá-los em qualquer momento (OLIVEIRA, 2010).

### **DESENVOLVIMENTO PESSOAL**

A Geração Y é motivada por desafios que possibilitam promover o próprio crescimento. Sonham em crescer, evoluir e usufruir de suas conquistas. Quando não identificam essa possibilidade, abandonam o jogo. Mas isso não quer dizer que eles estão desistindo (OLIVEIRA, 2010).

As empresas notam isso quando observam que a rotatividade dos seus colaboradores está mais acentuada. A troca de emprego não é mais só pelo salário e sim pela falta do plano de carreira dentro da organização. A Geração Y se preocupa em se desenvolver e se destacar para si próprio e não para a empresa (OLIVEIRA, 2010).

### **AMBIENTE**

A Geração Y não se preocupa com o espaço físico. Eles sabem se adaptar em qualquer espaço, entretanto, prezam pelo clima organizacional harmônico, flexível e favorável a experiências coletivas, contribuindo para a motivação das equipes (OLIVEIRA, 2010).

### **CRIATIVIDADE**

A Geração Y tem uma capacidade sobrenatural de criatividade. Apresentam infinitas ideias e propostas para modificar as circunstâncias. É comum encontrar gestores que se incomodam com a quantidade de sugestões que essa Geração apresenta, pois afirmam que eles vivem num mundo à parte. Muitos gestores acreditam que esses jovens não querem viver conforme a realidade e por isso criam esse imaginário (OLIVEIRA, 2010).

Vale ressaltar, que quando os profissionais dessa Geração se sentem ignorados, eles rompem com a empresa.

### **SATISFAÇÃO PESSOAL**

A Geração Y busca equilibrar a vida pessoal da profissional, pois visam a qualidade de vida. As necessidades pessoais, familiares e as exigências da carreira têm que estar em harmonia (SCHEIN, 1996 *apud* VASCONCELOS *et al.*, 2010).



## **RESPONSABILIDADE SOCIAL**

A Geração Y é voltada para os aspectos humanitários e de inclusão social, principalmente nas organizações. É uma geração preocupada com as questões sociais, incluindo fatores econômicos, meio ambiente, direitos sociais e a educação. Como foi uma geração que nasceu na Era da globalização, eles criam expectativas que a empresa tem que gerar soluções para os problemas sociais.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Em primeiro lugar pode-se destacar que as Gerações estão convivendo simultaneamente no ambiente de trabalho, visto alguns pontos abordados no estudo, como exemplo a qualidade de vida. Devido às pessoas estarem buscando esse quesito, elas estão vivenciando mais e com isso, mais tempo no mercado de trabalho.

Pode-se afirmar que as lideranças têm dificuldade de influenciar os colaboradores, pelo simples fato de desconhecerem os fatores que influenciam a equipe. Cada sujeito é único. Não existe um roteiro fixo que se pode fazer com todos. É necessário conhecer a individualidade e as diferenças de cada sujeito que trabalha na organização a fim de que se estabeleça harmonia no clima do trabalho. Inicialmente parece difícil, porém, se fosse algo que as empresas buscassem fazer e partilhar, esse aprendizado no início do trabalho, se tornaria habitual. A Geração Y tende a escolher opções que agregam ao seu desenvolvimento pessoal. Essa hipótese é confirmada quando uma pessoa escolhe ser leal ao seu propósito de vida, ao invés de ser leal a empresa.

É preciso destacar o atual cenário que o mundo está vivendo, que é a pós pandemia da COVID-19. Talvez, o propósito de trabalho esteja mais aflorado que o sentido de vida, visto a instabilidade econômica enfrentada. Logo, é possível ter variáveis de escolhas como: remuneração, retorno financeiro, ser útil na organização, crescimento organizacional, aguardar crescimento na atual empresa, estabilidade organizacional e satisfação profissional. Essas variáveis são somente o lado financeiro para essa Geração.

Finalmente, sugere-se que novas pesquisas sejam realizadas para maior compreensão dessa questão, principalmente pós Pandemia da COVID-19.

## **REFERÊNCIAS**

ALEXANDRE, R.; PITA, M. B.; FREITAS, A. D. Do Antigo ao Novo: Geração Baby Boomers, Geração X, Geração Y, Geração Z e seus Conflitos nas Organizações. Revista Universo, v. 1, n. 7, 2018. Disponível em: <http://www.revista.universo.edu.br/index.php?journal=1JUIZDEFORA2>. Acesso em: jul. 2021.

BOCK, A.; TEIXEIRA, M. L.; FURTADO, O. Psicologias: uma introdução ao estudo de psicologia. 13. ed. São Paulo: Editora Saraiva, 1999.



## RECIMA21 - REVISTA CIENTÍFICA MULTIDISCIPLINAR

ISSN 2675-6218

GERAÇÃO Y: FATORES MOTIVACIONAIS  
Gabrielle Espósito Cavalcanti

BOTELHO, M. et al. Geração X, Y e Baby Boomers: Um desafio atual para uma Organização do segmento tecnológico. *Revista Estudos e Pesquisas em Administração*, [S. l.], v. 2, n. 1, p. 104-117, 2018. Disponível em: <http://periodicoscientificos.ufmt.br/ojs/index.php/repad/article/view/6003>. Acesso em: jun. 2020.

BOTELHO, M. P.; DE SOUZA, E. F.; FERREIRA, L. F.; DE SIQUEIRA, R. N. Geração X, Y e baby boomers: um desafio atual para uma organização do segmento tecnológico. *Revista Estudos e Pesquisas em Administração*, [S. l.], v. 2, n. 1, p. 104-117, 2018. DOI: 10.30781/repad.v2i1.6003. Disponível em: <https://periodicoscientificos.ufmt.br/ojs/index.php/repad/article/view/6003>. Acesso em: 1 ago. 2022.

CAVAZOTTE, F.; LEMOS, A. H.; VIANA, M. Novas Gerações no Mercado de Trabalho: Expectativas Renovadas ou Antigos Ideais?. *Cadernos EBAPE.BR*, [online], v. 10, n. 1. p. 162-180, 2012. [https://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1679-39512012000100011&script=sci\\_arttext](https://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1679-39512012000100011&script=sci_arttext). Acesso em: maio 2021.

CODEÇO, P. V. *Gerações X e Y e seus Perfis Motivacionais*. Curitiba. Editora Appris, 2015.

CODEÇO, P. V.; COSTA, I.; BOUZADA, M. A. Perfis Motivacionais das Gerações X e Y: Um Estudo Junto aos Funcionários de um Banco Estatal na Cidade do Rio de Janeiro. *Rev. Desafio Online*, Rio de Janeiro, v. 1, n. 3, 2013. Disponível em: <https://periodicos.ufms.br/index.php/deson/article/view/1119/734>. Acesso em: maio 2021.

COMAZZETTO, L. R. et al. A Geração Y no Mercado de Trabalho: Um Estudo Comparativo entre as Gerações. *Ciência e Profissão*, Santa Maria, v. 36, n. 1, p. 146-157, jan./mar. 2016. Disponível em: <https://www.scielo.br/pdf/pcp/v36n1/1982-3703-pcp-36-1-0145.pdf>. Acesso em: maio 2021.

HALF, R. Geração Z: Características, Desafios, Necessidades. Robert Half, [online], 23 abr. 2021. Disponível em: <https://www.roberthalf.com.br/blog/tendencias/geracao-z-caracteristicas-desafios-necessidades>. Acesso em: jul. 2020.

KILIMNIK, Z. M. *Transformações e Transições nas Carreiras*. Rio de Janeiro: Editora QualityMark, 2011.

MEIR, J. As 6 Características da Geração Z. *Consumidor Moderno*, 22 set. 2017. Disponível em: <https://www.consumidormoderno.com.br/2017/09/22/caracteristicas-fundamentais-geracao-z/>. Acesso em: jul. 2021.

OLIVEIRA, S. *Geração Y: O nascimento de uma nova versão de líderes*. São Paulo: Editora Interage, 2010.

OLIVEIRA, S. *Geração Y: Ser Potencial ou Ser talento? Faça por merecer*. São Paulo: Editora Interage, 2011.

SCHEFER, J.; GARRAFA, I. GERAÇÃO Y: Fatores que os Atraem, Motivam e Retêm nas Organizações. *International Journal of Business Marketing*, [S. l.], v. 1, n. 1, p. 83-101, dez. 2015. Disponível em: <http://www.ijbmk.org/index.php/ijbmk/article/view/3/27>. Acesso em: maio 2021.

VASCONCELOS, K. et al. A Geração Y e suas Ancoras de Carreiras. *Rev. Gestão Organizacional*, [online], v. 8, n. 2, 2010. Disponível em: [http://legado.fucape.br/\\_public/producao\\_cientifica/2/Katia%20Cyrlyene%20-%20A%20geracao%20Y.pdf](http://legado.fucape.br/_public/producao_cientifica/2/Katia%20Cyrlyene%20-%20A%20geracao%20Y.pdf). Acesso em: jul. 2021.