

O ESTUDO DE CASO DA UNIMED DIVINÓPOLIS/MG A PARTIR DA PERSPECTIVA DE CARREIRA DE SEUS COLABORADORES DA GERAÇÃO Y (2011 A 2013).

Autores: Clarice Santiago Neto¹
Gladson Henrique Silva
Eliane Soares Mendes Franco²

RESUMO

O presente artigo tem como objetivo explicitar as perspectivas de carreira e motivações profissionais dos colaboradores da geração Y que atuam na empresa Unimed Divinópolis/MG. A geração Y nos dá uma gama inefável de possibilidades de discussões relativas a interesses profissionais específicos dessa faixa etária levando-se em consideração aspectos sócio-culturais. A pesquisa contempla uma empresa específica na cidade de Divinópolis do estado de Minas Gerais e os participantes foram os colaboradores nascidos a partir de 1990, com propósito de trabalhar as variáveis de forma mais precisa. O artigo se baseia em um levantamento de dados por meio de pesquisa qualitativa, uma vez que foi aplicada entrevista semiaberta aos referidos colaboradores, admitidos entre março de 2011 e julho de 2013 pela Unimed Divinópolis/MG.

Palavras-chave: gerações; gerações Y; carreira; motivação.

ABSTRACT

The present work aims to show the career perspective and professional motivation of generation Y employees working at Unimed Divinópolis/MG. This generation promotes an infinite range of possible discussions related to specific professional

¹ Psicóloga e Pós-graduada em Gestão de Pessoas e RH pela FACED – claricesn@gmail.com

Psicólogo e Pós-graduado em Gestão de Pessoas e RH pela FACED – gladson_henrique@yahoo.com.br

² Professora Mestre da FACED, pós-graduada em Gestão Estratégica de Pessoas, Gestão de Ensino

Profissionalizante e Educação Tecnológica – eliane@diferencialmg.com.br

concern of this age group considering its sociocultural aspects. This research focuses on a specific company located at Divinópolis, Minas Gerais and the participants who took part of it were the employees born after 1990, in order to study the variables in a more accurate way. The work is based on a data collection through qualitative research, as it was applied a half-open interview to those employees, hired between March 2011 and July 2013 by Unimed Divinópolis/MG.

Keywords: generation; generation Y, career; motivation.

INTRODUÇÃO

As mudanças sociais e tecnológicas ocorridas nos últimos anos são muito evidentes e influenciam diretamente no comportamento dos jovens considerados da geração Y. De acordo com Coimbra, citado por Oliveira, Piccinini e Bitencourt (2012), a principal diferença entre as gerações na década de 60 se dava pelos valores e, em contrapartida, atualmente essa diferença está relacionada, sobretudo, aos avanços tecnológicos.

Logo, jovens vem ganhando cada vez mais espaço no mercado de trabalho. As peculiaridades na forma de ser e agir dessa geração abarcam uma série de características como criatividade, inovação, individualidade, imediatismo, além de terem habilidades para realizar várias tarefas ao mesmo tempo. A motivação e a perspectiva desta geração no mercado de trabalho parece não ser a mesma dos colaboradores de outras gerações. “Dos anos de 1990 para cá, a perspectiva não é mais de riqueza, mas está no campo da segurança. Quer dizer: “Se eu não for o melhor, não tenho onde trabalhar” (CORTELLA; MANDELLI; 2011, p.11).

O estímulo pelo tema em questão partiu da indagação dos pesquisadores quanto às particularidades e motivações da geração Y no mercado de trabalho. Como diz VELOSO (2012):

Na esfera familiar, as divergências são tratadas no ambiente doméstico, exceto em casos que extrapolam os limites da convivência privada. Porém, em ambientes coletivos e formais, como a empresa, por exemplo, os conflitos tomam outras

dimensões, uma vez que pessoas socializadas de maneiras diferentes convivem no mesmo espaço. É nesse tipo de situação que divergências tornam-se explícitas e, entre elas, estão as provocadas pela diversidade promovida pela variação das opiniões, dos comportamentos, das maneiras de enxergar e executar o trabalho e da visão de mundo das diferentes gerações: *Baby Boomers*, Geração X e Geração Y. (VELOSO, 2012).

Os desafios encontrados pelos pesquisadores frente à nova forma de atuação desta geração no mercado de trabalho funcionaram como estímulo para efetividade de tal artigo. Percebe-se que os novos modelos de se relacionar e de pensar o futuro no mercado de trabalho têm demandado novas formas de atuar dos pesquisadores, levando-os a passar esta questão de um contexto pessoal/profissional para um contexto acadêmico.

Tal artigo mostra-se relevante na medida em que pode ajudar os profissionais de Recursos Humanos, bem como os líderes das organizações, a compreenderem melhor os anseios de seus colaboradores com a faixa etária proposta. Dessa maneira, poderão desenvolver ações que contribuam para a motivação no ambiente organizacional e tentar promover a retenção desses talentos.

(...) normalmente os jovens da geração Y querem uma ascensão rápida na carreira e estão dispostos a fazer de tudo para conseguir isso. Na maioria das vezes, estabelecem um prazo irreal para a realidade em que se encontram. Em suas estratégias de carreira, priorizam a própria qualificação e desprezam os fatores culturais e os comportamentos corporativos. Como resultado, acabam se afogando em ansiedade extrema. Em geral, abandonam um emprego frustrados pelo fracasso, alegam falta de desafios e começam tudo novamente em outra empresa, em outra realidade. (OLIVEIRA, 2011).

É importante que os dirigentes das empresas estejam atentos às perspectivas profissionais dos colaboradores que fazem parte da geração Y. Isso se faz necessário para que os mesmos não corram o risco de tornarem obsoleta a atuação de sua empresa no mercado, haja vista que esta geração representa um grupo que tem exercido grande influência nas atividades e nas estratégias das organizações.

Partindo desta missiva, o artigo teve como objetivo identificar com base na descrição, no referencial teórico e na pesquisa qualitativa, as principais perspectivas de carreira da geração Y - especificamente os nascidos a partir de 1990 – que atua na Unimed Divinópolis/MG, além de analisar quais os fatores mais importantes para motivá-la a permanecer na empresa e suas principais demandas.

DESENVOLVIMENTO

Gerações

Segundo Mandelli (2011) as gerações se diferem - em relação à carreira - quanto à motivação em entrar e permanecer em uma determinada empresa. Segundo o autor, atualmente, ganhar dinheiro não é mais o foco principal das pessoas que ingressam no mercado de trabalho. Suas principais motivações giram em torno de crescimento pessoal, ou seja, a ideia de carreira não depende simplesmente da empresa na qual atuam e sim, de sua história individual.

Isso influencia diretamente nas formas de atuação no mercado de trabalho, uma vez que as diferenças entre as gerações estão vinculadas às mudanças no contexto sócio-cultural do qual fazem parte. Comportamentos e pensamentos estão ligados aos costumes, valores, crenças, ideais e a uma gama de fatores que são dinâmicos e transformam-se no tempo e na história. Alguns modelos de comportamento interpessoal, tanto nas organizações como na família, partilhados por uma determinada geração com maior vigor, podem perder força e aceitação social por outra geração. De acordo com MICHELE (2012):

As Gerações podem ser definidas como um grupo de indivíduos nascidos na mesma época, influenciados por um contexto histórico e que causam impacto à sociedade no que diz respeito à evolução. Cada geração possui características que estão diretamente ligadas ao seu comportamento, costumes e valores. Para entendermos melhor cada geração é importante que confirmemos as suas características e seu impacto no ambiente organizacional. (MICHELE, 2012).

Falar em geração considerando apenas o aspecto temporal/cronológico pode

parecer simplista, uma vez que, para delimitar uma determinada geração, é importante considerar outros fatores como contexto cultural e social. No entanto, não seria inapropriado levar em consideração características de um determinado grupo de um período histórico específico. Compartilhar as crenças e valores sociais de determinada geração não invalida as diferenças individuais e suas idiossincrasias.

Diante disso, traçar uma delimitação temporal é imprescindível na compreensão sistemática das gerações como, por exemplo, à dos Baby boomers - (1946 a 1967) que segundo Veloso; Silva e Dutra (2012), são influenciados pela pós-segunda guerra mundial, o que marca uma delimitação temporal e a descrição de cada geração a seguir. Ainda, segundo estes autores, o mercado de trabalho encontrado no Brasil é vivenciado de forma diferente pela geração X (1968 a 1979) uma vez que o país passava por instabilidade econômica. Já na década de 80 e início da década de 90, a chamada geração Y se molda em um contexto no qual se consolida a democracia e a economia.

Pode-se inferir que tais acontecimentos geram uma série de peculiaridades em cada geração. Parry e Urwin (2011) citados pelos autores supracitados elucidam diferenças significativas destas gerações. Os Baby boomers trazem uma marca forte - dentre outras - que se baseia na lealdade à organização. Diferentemente, a geração X, é desconfiada em relação às organizações. A geração Y, por sua vez, demonstra relutância nas relações hierarquizadas.

Essas, dentre outras diferenças nos padrões de comportamento, causaram certo impacto entre as gerações dentro das organizações, principalmente no que diz respeito à liderança e ao desenvolvimento destes novos profissionais inseridos no mercado de trabalho. Segundo Oliveira (2011), há um comprometimento no vínculo em relação a essas gerações e, por conseguinte os veteranos poupam os jovens aos desafios e riscos mais complexos. Ainda, segundo o autor essa atitude pode gerar consequências como rotatividade e dificuldade no engajamento dentro da empresa. Esses dois fatores somados influenciam consideravelmente na estabilidade profissional de um determinado colaborador.

A estabilidade profissional é um cartão de visita incontestável. A carteira profissional pode ser um rico auxiliar de avaliação do perfil de um indivíduo. Através dela, pode-se conhecer a

trajetória profissional e o poder de estabilidade do mesmo.
(FRANCO, E. S. M; MATOS, A. B., PUC IEC, 2012).

Essa visão talvez seja hoje contestada quando a analisamos à luz do comportamento da geração Y, que não percebe a estabilidade como elemento de competência profissional.

No entanto, esse impacto entre as gerações pode ser abordado de uma forma positiva e produtiva, procurando elencar os pontos favoráveis das diferentes gerações dentro de uma empresa e também buscando minimizar os aspectos negativos através de um aprendizado por meio de troca de ideais e pensamentos entre elas. Segundo Michele (2012) uma empresa pode saber retirar o melhor de cada geração tendo consciência da inviabilidade de classificar uma geração sendo boa ou ruim.

Geração Y

No decorrer dos estudos para a confecção do presente artigo, percebe-se que não há um consenso no que diz respeito ao período preciso em que se possa definir a chamada geração Y, mas sim, períodos e datas aproximadas, o que não invalida a credibilidade dos estudos, uma vez que não existem destoantes consideráveis em relação a essas datas. Os autores do artigo *Juventudes, Gerações e Trabalho: É Possível Falar em Geração Y no Brasil?* (OLIVEIRA; PICCININI; BITENCOURT, 2012), dizem que os jovens que integram a geração Y são nascidos a partir de 1978. Diferentemente, Filho (2011 apud OLIVEIRA, 2011, p. 13) diz que ela é formada por jovens que nasceram a partir de 1983.

A geração Y tem rompido com a nitidez das fronteiras que separam a vida organizacional da vida pessoal, pois tem aspirações que envolvem esses dois aspectos dentro de uma mesma perspectiva de carreira com vistas à qualidade de vida.

Pode-se afirmar que a vida profissional invadiu a vida pessoal. Como consequência, a expectativa dos profissionais também mudou e agora busca refletir a possibilidade de equilibrar o

trabalho com as demais dimensões pessoais dando importância à qualidade de vida. (OLIVEIRA, 2012).

Assim sendo, “carreira de vida” parece fazer mais sentido para esta geração dinâmica e menos hierarquizada. No que diz respeito à carreira, significa “(...) a sequência de posições e atividades desenvolvidas por uma pessoa ao longo do tempo em uma organização” (CHIAVENTO, 2010, p.227).

Este modelo de carreira coloca em questão a experiência de trabalho da geração Y dentro das organizações porque, segundo Michele (2012), essa geração está mais preocupada com o crescimento pessoal do que com o crescimento da empresa. Assim sendo, galgar uma estabilidade dentro de uma única empresa talvez não seja mais o atrativo principal. Todavia, há de se considerar que a empresa que viabiliza um ambiente de trabalho agradável e possibilita o desenvolvimento das habilidades de seus colaboradores, contemplando perspectivas de realização pessoal por meio da carreira profissional, tende a ser mais bem sucedida na retenção de talentos da geração em questão. Além disso, a empresa com essa premissa adequa-se com mais facilidade ao atual contexto de mercado de trabalho, minimizando o risco de tornar seu respectivo modelo de gestão obsoleto uma vez que, de acordo com Oliveira (2011), a geração Y já representa 45% do mercado de trabalho no Brasil.

Ainda, de acordo com o autor, quanto às características que marcam tal geração, pode-se salientar o domínio da tecnologia que surgiu nos últimos 20 anos e influenciou o sistema cognitivo e, conseqüentemente, a comunicação da referida geração.

Uma das principais características da geração Y é o total domínio das novas tecnologias. O acesso fácil a todo tipo de tecnologia possibilitou o desenvolvimento da capacidade de fazer várias coisas simultaneamente. Para surpresa de algumas pessoas, um jovem trabalha ao mesmo tempo que ouve música, navega nas redes sociais e fala ao celular. Tudo isso sem deixar de ser produtivo. (OLIVEIRA, 2011).

Motivação nas organizações

De acordo com o dicionário Houaiss motivar é "dar motivo a; causar, provocar; prender atenção de; interessar; apresentar como motivo ou causa de; alegar; ser motivação para; estimular, impulsionar." (HOUAISS; VILLAR; FRANCO, 2012 p.533).

Oliveira (2011) define motivação como aquilo que é visto pela pessoa como algo recompensador, o qual compreende a atenção, o pensamento e a ação.

Esse tema sempre despertou interesse aos vários autores e estudiosos das mais distintas áreas como exatas e humanas. Debruçar-se sobre ele parece ser uma tentativa de elucidar com mais precisão este aspecto do comportamento humano nos vários contextos e dentre eles, o organizacional.

Um determinado indivíduo pode ser mais motivado em determinado momento de sua vida em relação a outros momentos. O que vai definir tal impulso motivacional é o objetivo pessoal ao qual se almeja alcançar. Como o foco em questão é na situação de trabalho, pode-se definir como objetivos organizacionais àqueles que demandam um elevado nível de esforço, condicionados à necessidade de satisfazer necessidades individuais. (CHIAVENATO, 1999, p.592).

Dois renomados autores que se empenharam no estudo da motivação são: Abraham Maslow e Frederick Herzberg. De acordo Maslow (1945), a motivação é norteada por uma hierarquia das necessidades, sendo elas: necessidade fisiológica que são necessidades básicas de sobrevivência biológica; necessidade de segurança, a qual busca assegurar a estabilidade das pessoas; necessidade social, em que amor, interação e relacionamento pessoal estão incluídos; necessidade de estima, a qual contempla reconhecimento, prestígio, atenção e consideração e, por fim, a necessidade de autorrealização que envolve crescimento pessoal e o alcance da plena potencialidade da pessoa. Sendo esta última, o topo mais elevado de satisfação na hierarquia das necessidades. Essas necessidades para Maslow são vivenciadas uma após a outra na medida em que vão sendo, progressivamente, satisfeitas. (MASLOW apud CHIAVENATO, 1999, p.594).

A motivação para Herzberg (1966) é direcionada à motivação para o trabalho,

chamada de teoria dos dois fatores. O primeiro, resumidamente, é o fator higiênico, que envolve fatores extrínsecos ao sujeito, como salário, condições ambientais de trabalho, segurança no emprego, relações com superior, dentre outros. O segundo é o fator motivacional que está relacionado com o conteúdo do trabalho, ou seja, com sua satisfação no mesmo, que envolve, por exemplo, crescimento e realização pessoal. Para o autor, o conceito não se limita entre satisfação ou insatisfação, ou seja, não basta ao colaborador que os fatores de insatisfação estejam ausentes se os fatores de satisfação não forem gerados. Os fatores higiênicos, por exemplo, dizem da insatisfação ou não-insatisfação e estão ligados ao contexto do cargo. Os fatores motivacionais abarcam a satisfação e a não-satisfação e estão ligados ao conteúdo do cargo. Portanto, os conceitos de satisfação e insatisfação para o autor são independentes. (HERZBERG apud CHIAVENATO, 1999, p. 596-597).

Percebe-se que ambos os autores se apropriam do conceito motivacional e os emprega no contexto organizacional para ordenar e propiciar um esquema que conduz a um entendimento acerca de um tema tão complexo, mas ao mesmo tempo imprescindível no cotidiano dos trabalhadores.

Mas, enveredar pelo caminho no qual se busca o entendimento da motivação dentro das organizações abarca um viés psicológico que implica na subjetividade e singularidade de cada pessoa, de cada colaborador, uma vez que motivação está condicionada à satisfação e realização pessoal.

Três estados psicológicos teriam, assim, um impacto importante na motivação e na satisfação de uma pessoa no seu trabalho: o sentido que uma pessoa encontra na função exercida, o sentimento de responsabilidade que ela vivencia em relação aos resultados obtidos e o conhecimento de seu desempenho no trabalho. (MORIN, 2001).

Satisfação pessoal, sentido no trabalho e reconhecimento de desempenho vão ao encontro do perfil da geração que trata o respectivo artigo. Contudo, Oliveira (2011) diz que a motivação aliada aos padrões elevados de produtividade, além dos desafios encontrados anteriormente pelos veteranos, não refletem a realidade dos profissionais mais jovens. Os mesmos são poupados de encarar os desafios da empresa, o que pode provocar desmotivação e, conseqüentemente, um menor comprometimento com a organização.

Ainda, segundo o autor citado, a expectativa dos jovens profissionais quanto à fidelidade corporativa é evidenciada em algumas pesquisas da seguinte forma, caso recebessem uma proposta de outra empresa: “61% ouviria a proposta e se fosse interessante trocaria de emprego; 36% ouviria a nova proposta, mesmo sabendo que não trocaria de empresa; 2% não ouviria a nova proposta” (OLIVEIRA, 2011). Observa-se que é ínfimo o percentual daqueles que têm como motivação principal a permanência em uma determinada empresa, entendida por colaboradores veteranos como um comportamento de fidelidade à mesma. Inovação, busca constante de crescimento, de novas aprendizagens e realizações parece ser a resposta mais plausível quanto às expectativas e necessidades desta geração Y.

Contextualização da empresa

A Unimed é uma Cooperativa de Trabalho que atua no setor de saúde suplementar como operadora de plano de saúde. Trata-se de um sistema formado por cooperativas de trabalho, compostas por grupos de médicos que se associam, com objetivo de administrar contratos de prestação de saúde suplementar a usuários, atuar na geração de trabalho para os cooperados e defender e proteger os interesses da classe.

A Unimed Divinópolis/MG é uma cooperativa singular, criada em conformidade com a Lei 5764/71 (Lei das Cooperativas), atua no setor de saúde suplementar, como operadora de plano de saúde, e está registrada na Agência Nacional de Saúde (ANS) sob o número 31.912-1. Tem como associados médicos que trabalham em cidades da área de atuação. Segundo dados pesquisados no site da empresa, a cooperativa foi fundada em 22 de outubro de 1987, atualmente está entre as quatro maiores Unimeds de Minas Gerais e é a maior operadora de plano de saúde da região de centro-oeste de Minas Gerais, tanto em rede de atendimento, quanto em número de usuários.

Na respectiva empresa há um total de 195 colaboradores até julho de 2013. Contemplou-se no artigo os funcionários nascidos a partir da década de 90, que totalizam 13 participantes e representam 6,6% do número total, conforme descrito na

tabela 1.

Tabela 1:

Quantidade de colaboradores quanto à faixa etária

Década de nascimento	Quantidade de colaboradores em julho de 2013	Porcentagem
Década de 40	04	2,05%
Década de 50	12	6,15%
Década de 60	30	15,4%
Década de 70	58	29,7%
Década de 80	78	40%
Década de 90	13	6,6%
Total	195	100%

***Fonte: Dados do Departamento Pessoal da Unimed Divinópolis/MG.**

Os colaboradores participantes da pesquisa foram admitidos no período de março de 2011 a julho de 2013. Conforme outros dados colhidos no setor de Departamento Pessoal, nesse mesmo período a empresa realizou o total de 48 admissões. Desse número, 06 foram pessoas nascidas na década de 70; 26 nascidas na década de 80; e 16 na década de 90. Dessas, 03 já saíram da empresa, portanto, foram 13 os participantes da pesquisa.

Diante da imprecisão quanto ao período em que se possa definir a geração Y, os pesquisadores, na busca de uma confecção acurada do artigo em questão,

contemplaram os colaboradores da respectiva empresa nascidos a partir de 1990, data que está em consonância com o conceito de todos os autores citados, buscando, assim, contribuir de forma fidedigna à comunidade acadêmica e ao mercado de trabalho. Partiu-se das hipóteses de que os maiores interesses dos jovens pesquisados seriam: oportunidade de fazer carreira em uma empresa bem conceituada; salários oferecidos pela empresa; satisfação gerada pela atividade exercida no trabalho; busca constante de novos desafios profissionais.

De forma geral, os resultados das pesquisas empreendidas mostraram que essa geração se sente otimista sobre suas possibilidades de crescimento profissional na empresa onde trabalham somente quando acreditam que o ambiente organizacional cria significado pessoal e proporciona aprendizado, desenvolvimento e possibilidades de identificação com o trabalho. (VELOSO,2012).

Outro dado sobre a empresa pode ser verificado na tabela 2, a qual diz respeito ao tempo de serviço de seus colaboradores. Tal informação é importante uma vez que a pesquisa se refere à possibilidade de seus funcionários, aqueles considerados da geração Y, seguirem carreira na mesma. Os participantes da pesquisa estão entre os 44,1% dos colaboradores que trabalham na empresa há no máximo 03 anos. Já 39,4% dos colaboradores trabalham de 04 a 10 anos. De 11 a 15 anos a porcentagem de colaboradores é de 8,2%, que também é a porcentagem de colaboradores que trabalham há mais de 15 anos na Unimed Divinópolis/MG.

Tabela 2:

Quantidade de colaboradores quanto ao tempo de serviço na empresa

Tempo de serviço	Quantidade de colaboradores em julho de 2013	Porcentagem
Até 03 anos	86	44,1%
De 04 a 10 anos	77	39,4%
De 11 a 15 anos	16	8,2%
Acima de 15 anos	16	8,2%

Total de colaboradores	195	100%
------------------------	-----	------

***Fonte: Dados do Departamento Pessoal da Unimed Divinópolis/MG.**

Diante de tais dados, buscou-se explicitar as perspectivas de carreira da geração Y que atua na Unimed Divinópolis/MG, bem como compreender suas principais demandas e analisar quais os fatores mais importantes para motivá-los a permanecerem na empresa.

Pesquisa

Os colaboradores participaram de um levantamento de dados por meio de pesquisa qualitativa, uma vez que responderam a uma entrevista semiaberta. Os 13 participantes aderiram à pesquisa de maneira voluntária e ficaram cientes de que o artigo teria como objetivo contribuir para a comunidade acadêmica e ao mercado de trabalho. Os pesquisadores informaram que não se esperavam quaisquer efeitos que pudessem acarretar algum tipo de transtorno à empresa Unimed Divinópolis/MG, tampouco aos colaboradores que foram submetidos à mesma. Os participantes assinaram um termo com tais declarações, bem como a Gerente Executiva assinou uma declaração permitindo que os pesquisadores realizassem a presente pesquisa, conforme o Anexo 1.

Dessa forma, os pesquisadores entregaram um questionário para cada participante, solicitando que o preenchesse da maneira mais sincera possível, não se preocupando com os efeitos que suas respostas pudessem provocar. No momento da entrega dos questionários, os pesquisadores preencheram uma ficha contendo os dados pessoais dos participantes. As fichas e os questionários estão no Anexo 2 do presente artigo.

O tempo médio de devolução dos questionários foi de 15 dias. O perfil dos pesquisados foi o seguinte: 09 homens e 04 mulheres; faixa etária entre 17 e 22 anos; todos solteiros; apenas um participante com filho; escolaridade variando entre

ensino médio em curso, ensino médio completo e ensino superior em curso; atuação em setores variados da empresa.

O questionário continha quatro perguntas, que se referiam aos seguintes aspectos:

- 1ª- Os motivos que levaram os colaboradores a procurar uma vaga de trabalho na Unimed Divinópolis/MG;
- 2ª- Os aspectos que os fazem permanecer trabalhando na empresa;
- 3ª- Os motivos que os levariam a desligar-se da Unimed Divinópolis/MG;
- 4ª- Se acreditam que podem conseguir atingir satisfação pessoal em sua atividade profissional atual e/ou futura.

Nas duas primeiras questões, havia alternativas nas quais os participantes deveriam distribuir 100%, de acordo com os valores que atribuíam a cada uma delas e, posteriormente, deveriam justificar os aspectos que colocaram a menor e a maior porcentagem. Na terceira questão, os participantes deveriam marcar de uma a duas opções para os aspectos que os levariam a sair da empresa. A última questão, referente à satisfação pessoal no trabalho, era aberta e os colaboradores deveriam explicar sua resposta.

CONCLUSÕES

A partir da análise dos dados colhidos através dos questionários, verificou-se que algumas hipóteses, inicialmente estabelecidas, foram refutadas e outras confirmadas.

No que diz respeito aos motivos que levaram os referidos jovens a procurar uma vaga de trabalho na Unimed Divinópolis/MG, a alternativa mais marcada foi a oportunidade de ingressar em uma empresa bem conceituada e em seguida a oportunidade de aprendizagem profissional. Essa última confirma a colocação do autor Veloso (2012) citado no decorrer do artigo ao afirmar que o aprendizado é fator de motivação e otimismo para a geração Y. Na mesma questão, uma das alternativas era a oportunidade de vencer o desafio do primeiro emprego. Tal resposta recebeu a menor porcentagem entre os participantes, o que denota que os

mesmos iniciaram suas atividades profissionais antes de trabalharem na Unimed Divinópolis/MG. A alternativa que se referia ao salário e aos benefícios oferecidos pela empresa também não recebeu a maior parte da porcentagem. Tal constatação vai ao encontro da teoria de Mandelli (2011) ao dizer que ganhar dinheiro não é mais o foco principal das pessoas que ingressam no mercado de trabalho.

Quanto aos motivos que levam os jovens a permanecer na empresa, observou-se que as alternativas referentes aos salários e benefícios oferecidos e, também, a satisfação gerada pela atividade exercida no trabalho foram as que receberam menor porcentagem por parte dos colaboradores. Verifica-se, então, que essas duas hipóteses foram negadas. Outras alternativas presentes na questão se referiam ao ambiente de trabalho e ao relacionamento com os colegas e superiores. Essas também receberam baixa porcentagem. É relevante ressaltar que, como diz Michele (2012), o contexto histórico não pode ser negligenciado ao abordar conceitos e perspectivas sobre as gerações. Existem variáveis sócio-culturais que devem ser levadas em consideração, posto isso, nota-se, no atual artigo, que a autora acima citada aborda a importância de um ambiente de trabalho agradável, no entanto não se confirma tal assertiva como prioridade dos colaboradores da geração Y da Unimed Divinópolis/MG.

Ainda na mesma questão, a alternativa que recebeu maior porcentagem entre os participantes diz respeito à oportunidade de fazer carreira em uma empresa bem conceituada, portanto essa hipótese foi confirmada. Como a oportunidade de ingressar em uma empresa bem conceituada também foi a escolha mais contemplada pelos jovens ao responderem a primeira questão do questionário, pode-se inferir que a conceituação das empresas influencia na perspectiva de carreira dos jovens da geração Y da empresa estudada. Nas justificativas das questões 01 e 02, os pesquisados enfatizaram que vislumbram uma carreira dentro da Unimed Divinópolis/MG uma vez que a consideram uma empresa de renome no mercado de trabalho. Para eles, tal consideração é fator determinante para possibilitar com que alcancem crescimento profissional e pessoal. Como diz Cortella e Mandelli (1990), a partir de 1990 a riqueza fica em segundo plano em relação a outros fatores de motivação como, por exemplo, a busca de segurança das pessoas que ingressam no mercado de trabalho.

Na questão referente aos aspectos que levariam os participantes a saírem da Unimed Divinópolis/MG, a alternativa mais considerada foi a busca de novos conhecimentos e desafios. Oliveira (2011) chama a atenção desta característica dos jovens da geração Y, que geralmente estabelecem um prazo irreal em relação à ascensão de carreira e ressalta o risco da ansiedade extrema como resultado desta estratégia. Ainda segundo o autor, os veteranos costumam evitar que esses jovens enfrentem os desafios da empresa, e esse fator pode provocar a desmotivação dos mesmos no trabalho. Diante disso, a hipótese que diz respeito à constante busca de novos desafios profissionais por parte desses jovens foi ratificada. Nas justificativas, os participantes ressaltaram que somente sairiam da empresa caso houvesse a oportunidade de atuar em áreas que estão relacionadas com as respectivas formações acadêmicas as quais estão cursando ou pretendem cursar, se não fosse possível exercê-las na Unimed Divinópolis/MG.

Observou-se, ainda, que houve três alternativas que se destacam quanto à opção dos participantes em relação a tal questão, são as seguintes: possibilidade de abrir uma empresa própria; receber melhores salários e benefícios; oportunidade de exercer atividade que lhe cause maior motivação. A alternativa que dizia respeito à possibilidade de ter maior autonomia nas atividades exercidas recebeu poucas marcações e a possibilidade de maior reconhecimento no trabalho não foi escolhida pelos participantes.

Quando questionados se acreditam poder conseguir atingir satisfação pessoal em sua atividade profissional atual e/ou futura, os jovens participantes responderam que se consideram satisfeitos realizando as tarefas executadas atualmente no trabalho. Com a exceção de dois colaboradores, os quais afirmaram que os projetos que têm para o futuro são diferentes das atividades exercidas atualmente, portanto, não se consideram satisfeitos.

REFERÊNCIAS

CHIAVENATO, Idalberto. **Gestão de Pessoas**. 3.ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010, p. 197-237.

CHIAVENATO, Idalberto. **Administração nos novos tempos**. 2.ed. Rio de Janeiro: Campos, 1999.p. 590-628.

CORTELLA, Mário Sérgio; MANDELLI, Pedro. **Vida e Carreira: um equilíbrio possível?**. Campinas, SP: Papyrus 7 Mares, 2011.

FRANCO, E. S. M; MATOS, A. B. **Turnover e a Gestão Estratégica de Pessoas: Superando a Cultura da Rotatividade de Pessoal**. PUC MINAS – IEC - 2012.

HOUAISS, Antônio; VILLAR, Mauro de Salles; FRANCO, Francisco Manoel de Mello Franco. **Dicionário Houaiss da língua portuguesa**. 4.ed. Rio de Janeiro: Objetiva, 2012.

MICHELE, Roberta. **As gerações e suas características**. [online]. Dezembro 2012. Disponível em: <<http://www.administradores.com.br/artigos/academico/as-geracoes-e-suascaracteristicas/67890/>>. Acesso em: 27 agosto 2013

MORIN, Estelle M. Os sentidos do trabalho. **Rev. adm. empres**. São Paulo, v. 41, n. 3, Sept. 2001. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-75902001000300002&lng=en&nrm=iso>. Acesso em: 04 setembro 2013.

OLIVEIRA, Sidnei. **Geração Y: ser potencial ou ser talento? Faça por merecer**. 3.ed. São Paulo: Integrare Editora, 2011.

OLIVEIRA, S. R; PICCININI, V. C; BITENCOURT, B. M. Juventudes, gerações e trabalho: é possível falar em geração Y no Brasil? **Organizações e Sociedade** [online]. Set 2012, vol. 19, n. 62 Salvador jul./set. 2012. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1984-92302012000300010&script=sci_arttext>. Acesso em: 20 jul. 2013

SANTOS, Antônio Raimundo dos. **Metodologia Científica: a construção do conhecimento**. 7 ed. revisada conforme NBR 14724:2005. Rio de Janeiro: Lamparina, 2007. Cap. 2, p.23-33

UNIMED, Divinópolis Cooperativa do Trabalho Médico Ltda. Disponível em: <http://www.unimed.coop.br/pct/index.jsp?cd_canal=56234>. Acesso em: 23 jul.

2013.

VELOSO, Elza Fátima Rosa. É possível negar a existência da Geração Y no Brasil? **Organizações e Sociedade** [online]. Dez 2012, vol.19, n.63, p.745-747. ISSN 1984-9230. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1984-92302012000400011&lng=en&nrm=iso>. Acesso em: 21 jul. 2013.

VELOSO, Elza Fátima Rosa; SILVA, Rodrigo Cunha da; DUTRA, Joel Souza. Diferentes gerações e percepções sobre carreiras inteligentes e crescimento profissional nas organizações. **Rev. bras. orientac. prof**, São Paulo, v. 13, n. 2, dez.2012 Disponível em <http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1679-33902012000200007&lng=pt&nrm=iso>. Acesso em: 27 ago. 2013.