

Liderança através das Gerações: Baby Boomer, X, Y e Z

Contextualização

Desde 2005 a Presidente da Dasein, Adriana Prates, tem estudado a temática das gerações (Veteranos, Boomers, X, Y e Z) com enfoque nos impactos positivos e negativos que a convivência entre pessoas de idades tão diferentes possam influir no ambiente empresarial.

Atendendo ao convite da ABRH-MG, para o XVI Congresso de Recursos Humanos, ocorrido entre os dias 18 a 20 de Maio deste ano, em Belo Horizonte, ela teve uma importante participação como mediadora da mesa redonda: Liderança através das gerações, juntamente com os representantes de cada geração: Baby Boomer (Erun Diniz), X (Marcos Jerry), Y (David Braga) e Z (Lauana Tayná).

Tendo em vista a escassez de pesquisas contextualizadas a realidade brasileira, bem como no intuito de apresentar aos diversos interlocutores do Congresso dados mais consistentes e coerentes com as vivências dos brasileiros, já que quase que a totalidade dos estudos das gerações focalizam as perspectivas americanas e europeias, foi desenvolvida uma pesquisa exclusiva e específica, contemplando as características das gerações, perfis, desempenho e modelos de liderança.

Foi possível detectar pela amostra, conjuntamente com outros estudos realizados a existência de particularidades a respeito de como os acontecimentos marcantes em cada época e a forma como cada geração lidou com as pressões exercidas pelas diversas e constantes mudanças, em nosso país, no tocante a economia, mercado de trabalho, modelo de gestão e globalização, contribuíram para o surgimento de grupos de profissionais e executivos amplamente preparados para lidar com os diversos desafios apresentados pelos tempos atuais, seja nos esportes, nas empresas, na presença global, na estabilidade econômica, ou mesmo no crescente volume de executivos brasileiros que presidem Organizações de peso no mundo.

A pesquisa foi aplicada via internet e através do uso da mídia social Facebook, no período de 20 de abril a 7 de maio, abrangendo as classes sociais A, B e C, tendo a participação de mais de 300 pessoas pesquisadas em estados brasileiros - Minas Gerais, Rio de Janeiro, São Paulo, Rio Grande do Sul, Santa Catarina, Paraná, Bahia, Ceará, Goiás e Amazonas.

Aspectos como poder, gestão de conflitos, regras e padrões empresariais e as motivações individuais para o trabalho, são questões que impactam diretamente na produtividade. Cada geração reage diferente a forma como é atraída, mantida e desenvolvida dentro da empresa, demandando por sua vez uma gestão totalmente customizada.



DASEIN

Classificação

Como uma prática adotada no mundo, as gerações em primeira instância é subdividida através de faixas de idade, sendo elas:

Geração	Faixa de Idade	Quantidade Pesquisada
Baby Boomer	entre 50 e 69 anos	18,24% dos entrevistados
Geração X	entre 30 e 49 anos	32,56% dos entrevistados
Geração Y	entre 18 a 29 anos	35,50% dos entrevistados
Geração Z	entre 6 a 17 anos	13,70% dos entrevistados

**Não foi pesquisado os dados da geração anterior aos Boomers que é a geração dos Veteranos, embora em alguns momentos comenta-se sobre essa geração e a importância dela na formação de todo um modelo empresarial bem sucedido no Brasil.*

Principais acontecimentos que marcaram cada geração

Baby Boomer	Geração X	Geração Y	Geração Z
Ida do homem à Lua	Morte de Tancredo Neves	Impeachment do presidente da República (Collor)	Atentado de 11 de setembro em 2001
Ditadura militar	Diretas já	Morte do Ayrton Senna	Crise econômica mundial de 2009

Símbolos de consumo de cada geração

Baby Boomer	Geração x	Geração Y	Geração Z
Televisão	Videocassete	"Celular que faz tudo. Até fala"	Celular, televisão, internet e música ao mesmo tempo. Geração multifuncional
Relógio Rolex			

Ocorrências com maiores incidências



Quando perguntado qual o desenho que representa cada pesquisado, foi possível perceber que o pica-pau aparece em todas as gerações em 85% dos entrevistados.

A marca mais lembrada pelos 307 pesquisados foi a All Star com 77%.



DASEIN



Como recordista nas quatro gerações, o Super-Homem é imbatível com 91%.

Quando se questionou sobre o brinquedo da época, por se tratar de um contexto que sofre influência de avanços tecnológicos, é nítida a diferenciação em cada geração dos brinquedos utilizados. Os Baby Boomers brincavam com carrinho de rolimã (homens) - bambolê e boneca (mulheres), enquanto que os da Geração X, de Gênius (homens) e boneca (mulheres). A Geração Y teve a presença dos brinquedos Lego, Yô-Yô, Pogobol, Autorama e a Boneca Barbie. Já a Geração mais tecnológica (Z), o game play station 3, Wii, boneca Barbie e Polly como os mais lembrados.



Definição de sucesso

Mesmo em diferentes definições de sucesso para cada geração, é possível perceber que todas ter as mesmas macro expectativas: felicidade, trabalho, família e estabilidade financeira. As de maior destaque em cada geração foram:

Baby Boomer	Geração x	Geração Y	Geração Z
“Ter minha família com saúde, trabalho e perspectiva de trabalho mais interessante, retorno financeiro compensador e amigos bem próximos”.	“Ser feliz na vida. Ser feliz no amor, ter uma família estruturada e feliz, ter saúde e trabalhar com o que gosta e ainda ganhar dinheiro com isso”.	“Ter prestígio profissional, estabilidade financeira, relacionamento estável e equilíbrio familiar”.	“É ter uma família, ser feliz, e estar satisfeito com o seu emprego, com a sua família, e com você mesmo”.

Como cada um lidera?

Baby Boomer	Geração x	Geração Y	Geração Z
Consenso	Competência	Coletivismo	Mídia Social



DASEIN

Definição de Trabalho

Através da pesquisa, percebemos definições diferentes a cada geração quanto a trabalho. As frases mais marcantes que define o pensamento de cada geração foram:

Baby Boomer	Geração x	Geração Y	Geração Z
“Uma forma de realização, de cumprimento de uma missão” .	“O trabalho é parte da minha vida; é o lugar onde me sinto útil; onde tenho a oportunidade de produzir e de me relacionar com outras pessoas.”	“Essência do ser humano, crescimento cultural, intelectual, social, contribuindo para um mundo melhor!”	“Uma forma de adquirir dinheiro e conhecimentos.”

Relação de trabalho em cada geração

Baby Boomer	Geração x	Geração Y	Geração Z
Workaholic	Worklover	Equilíbrio	Diversão



Conclusão

As relações interpessoais constituem o maior desafio para os líderes nas empresas, principalmente para os que ocupam cargos de gestão. Muitos problemas são causados devido à falta de empatia quanto à prática da aceitação da diversidade como fator inerente, imutável e merecedor de atenção especial por parte dos dirigentes.

Vivemos um momento histórico único, onde as cinco gerações (Veteranos, Baby-Boomer, X, Y e Z) convivem juntas, no mesmo ambiente de trabalho, umas chefiando outras e vice-versa, com culturas, aspirações e modelos mentais diferentes. Cada geração possui suas características, muitas vezes influenciadas por acontecimentos mundiais ou locais, que marcam suas vidas.

As gerações mais experientes possuem conhecimento e as mais novas o instrumental, como o uso da tecnologia, para ganho de competitividade. Muitas vezes gerações multifuncionais como a Y ou Z, têm facilidade com as novas tecnologias e com isso, lidam com a informação de forma mais ágil. Buscar o equilíbrio entre o conhecimento e o instrumental, em prol de um foco comum é o grande diferencial.

Os líderes das organizações precisam criar sentido para que as pessoas possam se engajar no trabalho. Entender como reter os talentos da geração Y e Z, como manter estável o quadro de funcionários, bem como entender as tendências de liderança para as gerações ainda é o grande desafio e meta enquanto gestão de pessoas, afinal os veteranos estão saindo de cena, os boomers, começaram a se aposentar, a X lidera em 70% dos cargos de gestão, a Y, já lidera 18% nas posições de média gestão nas empresas, a Z, já lidera milhões de pessoas no mundo através das mídias sociais. É preciso compreender toda essa nova ordem mundial.

Estamos novamente vivendo a escassez da mão de obra qualificada o que se agravará muito nos próximos cinco anos em função da saída dos boomers dos cargos de alta gestão, associada ao rápido crescimento econômico do Brasil .

É necessário maiores estudos e análises agora, a fim de que o futuro melhor arquitetado chegue com mais sabedoria nas empresas trazendo cada vez mais respeito, tolerância, sabedoria e transparência nas relações, caminhos possíveis da sustentabilidade corporativa. Essas virtudes são também as expectativas que pessoas de todos os tempos sempre tiveram. A grande diferença agora é que ninguém mais está disposto a abrir mão disso!

A Pesquisa foi conduzida pela Adriana Prates, Psicóloga empresarial, especializada em Psicodrama Empresarial, co-autora do livro Pontes do Psicodrama - fundadora e presidente da Dasein Executive Search, empresa com destacada atuação em Executive Search, Assessment e Coaching e David Braga, Relações Públicas com Pós em Marketing Estratégico pela FGV-SP e atual Gerente de P&D e Marketing da Dasein. www.dasein.com.br - Dasein Executive Search – Empresa certificada pela AESC (www.aesc.org)