

REVISTA TÓPICOS

A SINGULARIDADE DA GERAÇÃO Z NO MERCADO DE TRABALHO

DOI: 10.5281/zenodo.14231443

Renata Nice Cerquinho da Silva¹

RESUMO

O artigo aborda sobre a singularidade dos profissionais da geração Z, como atrair e os reter nas empresas e saber se essas empresas estão preparadas para estes profissionais. Esta geração, composta por nativos digitais, caracteriza-se por sua busca por flexibilidade, propósito, autonomia e equilíbrio entre vida pessoal e profissional. Foi realizada uma pesquisa exploratória tendo como principal procedimento de coleta de dados a busca por pesquisas bibliográficas para aprofundar o tema através de literaturas acadêmicas. Estudos indicam que, para atrair e reter esses profissionais, as empresas precisam adaptar suas práticas de gestão, priorizando políticas de remuneração inteligentes, oportunidades de crescimento e alinhamento com valores sociais. As organizações, diante desse cenário, devem investir em lideranças colaborativas capacitadas, ambientes e estratégias alinhadas ao tripé ambiental, social e de governança (ASG). Essas adaptações são cruciais para atender às expectativas dessa geração, que já representa uma parcela significativa da força de trabalho global e está posicionada para assumir papéis de liderança no futuro. O artigo conclui que empresas que

REVISTA TÓPICOS - ISSN: 2965-6672

REVISTA TÓPICOS

adotam uma abordagem estratégica e proativa para integrar a geração Z têm maior potencial de se destacar no mercado, promovendo engajamento e inovação em um ambiente de transformações constantes.

Palavras-chave: Geração Z. Mercado de trabalho. Gestão organizacional.

ABSTRACT

The article addresses the uniqueness of the professionals of generation Z, how to attract and retain them in companies and whether these companies are prepared for these professionals. This generation, composed of digital natives, is characterized by its search for flexibility, purpose, autonomy and balance between personal and professional life. An exploratory research was carried out, with the main data collection procedure being the search for bibliographical researches to deepen the subject through academic literature. Studies indicate that, to attract and retain these professionals, companies need to adapt their management practices, prioritizing smart compensation policies, growth opportunities and alignment with social values. Organizations, in this scenario, should invest in skilled collaborative leadership, environments and strategies aligned to the environmental, social and governance (ESG) tripod. These adaptations are crucial to meeting the expectations of this generation, which already represents a significant portion of the global workforce and is positioned to take on leadership roles in the future. The article concludes that companies that adopt a strategic and proactive approach to integrate generation Z have greater potential to stand out in the market, promoting engagement and innovation in an environment of constant transformations.

Keywords: Generation Z. Labor market. Organizational management.

REVISTA TÓPICOS - ISSN: 2965-6672

REVISTA TÓPICOS

1 Introdução

As diferentes gerações se distinguem por fatos e acontecimentos que marcaram cada uma delas. Temos no mercado de trabalho quatro gerações convivendo dentro das corporações resultando em diferentes maneiras de agir, pensar e ver a vida.

Os Baby Boomers, gerados logo após as guerras, geração X, que se inicia em 1965 e vai até 1980, em seguida temos a geração Y, que se inicia no começo da década de 80 e vai até 1995 aproximadamente. Após estas gerações surge a geração Z, nascidos entre 1995 e 2010 (Neto, 2022).

Em face das mudanças constantes no mercado de trabalho, as organizações buscam se manter competitivas, mas para isso é preciso desenvolver a capacidade de adaptabilidade frente a esses novos profissionais promissores da geração Z, essa geração vivenciou a internet desde criança, logo, são chamados de nativos digitais.

Partindo desse novo cenário, este trabalho tem como objetivo explicar sobre a singularidade dos profissionais da geração Z, como atrair e os reter nas empresas e saber se essas empresas estão preparadas para estes profissionais. Logo, o estudo torna-se pertinente para a compreensão desse tema, o que se confirmará pela pesquisa exploratória tendo como principal procedimento de coleta de dados a busca por pesquisas bibliográficas para aprofundar o tema através de literaturas acadêmicas.

2 Desenvolvimento

REVISTA TÓPICOS - ISSN: 2965-6672

REVISTA TÓPICOS

2.1 Singularidade da geração Z

Conforme relatado por Pontotel (2020), as consultorias McKinsey, com expertise em gestão, e Box1824, concentrada na análise de tendências entre os jovens, conduziram uma pesquisa abrangente no Brasil para investigar o comportamento dos integrantes da Geração Z. Algumas características foram:

- **Pragmáticos:** caracterizam-se por seus objetivos, focados na realidade e determinados em alcançar tanto suas metas financeiras quanto o crescimento pessoal. Isso sem desconsiderar os aspectos emocionais e sensoriais da vida. São pessoas que valorizam o raciocínio lógico, possuem habilidade autodidata e demonstram um elevado senso de responsabilidade.
- **Indefinidos:** esta é a geração que rejeita a imposição de rótulos. Para os “Zs”, o mais importante é a ausência de definições fixas. Eles desafiam e questionam de forma intensa todos os estereótipos, sem se importar com classificações de gênero, idade ou classe, e valorizam uma identidade fluida.
- **Comunicativos:** o que podemos antecipar de uma geração que cresceu num ambiente onde não existem barreiras para a comunicação? Esses jovens são construtores, não destruidores. Eles conversam, compreendem e somam. Rejeitam qualquer forma de extremismo e polarização, buscando entender e respeitar as diferenças. O diálogo é

REVISTA TÓPICOS

sua principal ferramenta, e a rede, seu espaço de mediação. São engajados, solidários e sensíveis às necessidades dos outros.

- **Selfies Reais:** Os “Zs” são a primeira geração a experienciar o que se chama de “ressaca da vida conectada”. Ou seja, a exposição excessiva e a polarização dos Millennials cede espaço a uma maior espontaneidade e vivacidade. Esses jovens se destacam por suas fragilidade e naturalidade, valorizando uma vida mais transparente e autêntica;
- **Comuna Holics:** eles são profundamente inclusivos, possuem um forte potencial de mobilização e seu foco se amplia para a diversidade. Os jovens da geração Z circulam por diversas comunidades e integram diferentes grupos. Independentemente da ideologia ou do ponto de vista, sempre encontramos algo em comum entre as pessoas.
- **Meme Thinkers:** com tantas transformações nos comportamentos, é evidente que essa geração desenvolveu um novo sistema de comunicação universal, fundamentado em memes e emojis, e até mesmo nas novas figurinhas do WhatsApp. Eles utilizam essa linguagem simbólica como uma forma de estimular a reflexão de maneira leve e bem-humorada. Essa comunicação está intimamente ligada ao forte poder viralizar na internet.

Segundo Colet e Mozzato (2019), os indivíduos da geração Z se caracterizam por serem multitarefas, individualistas, gostam de desafios e inovação, anseiam por rápida ascensão na carreira, interessados em

REVISTA TÓPICOS - ISSN: 2965-6672

REVISTA TÓPICOS

autonomia, flexibilidade e qualidade de vida, valorizam trabalhar em empresas socialmente responsáveis, com um ambiente laboral apropriado, almejam horários flexíveis e roupas informais.

A autora Verde (2021) constatou que essa geração não lida muito bem com autoridade e hierarquia e que as organizações têm o grande desafio para treinar líderes que terão que trabalhar harmoniosamente com as quatro gerações de forma equilibrada.

2.2 Como atrair e manter os talentos da geração Z

No trabalho dos autores da Matta et al. (2024) observamos que a rotatividade entre jovens da Geração Z está relacionada a uma combinação de fatores individuais, ocupacionais, organizacionais e ambientais. Características geracionais, como a busca por flexibilidade, autonomia, propósito e um ambiente de trabalho positivo, intensificam a tendência à mudança de emprego. Esses jovens valorizam reconhecimento, oportunidades de crescimento, alinhamento com os valores organizacionais e justiça nas práticas de promoção e recompensa. Fatores como níveis baixos de justiça, insatisfação com políticas de recursos humanos e ambientes de trabalho hostis também são importantes para a saída voluntária. Além disso, a Geração Z demonstra um forte desejo de equilíbrio entre a vida pessoal e profissional, comunicação aberta e feedback, evidenciando uma busca constante por experiências profissionais.

REVISTA TÓPICOS

Observamos no trabalho de Ceribeli et al. (2023) que a Geração Z prefere escolher o ambiente de trabalho principalmente por organizações que oferecem diálogo aberto, flexibilidade, autonomia e diversidade de tarefas. Eles valorizam reconhecimento, oportunidades de crescimento, progresso justo, benefícios, comunicação eficaz e justiça no sistema de recompensas. Diferentemente das gerações anteriores, preferem empresas tecnologicamente avançadas, com valores alinhados aos seus, que promovam impacto social e estejam dispostos a ouvir suas ideias. Embora o salário seja importante, essa geração prioriza o desenvolvimento profissional e manter uma relação positiva com a comunidade na qual está inserida.

As organizações que queiram ser bem-sucedidas em seus esforços voltados para a atração e retenção dos profissionais que pertencem à geração Z devem demonstrar um comprometimento genuíno com o tripé ASG (ambiental, social e governança), dado que esse grupo geracional nutre, de modo geral, uma preocupação considerável com o impacto que seu trabalho acarreta sobre a sociedade e com seu prestígio profissional, que tende a ser maior caso a empresa usufrua de uma imagem positiva diante de seus diversos stakeholders (Ceribeli et al. 2023).

2.3 As empresas estão preparadas para essa geração?

Os autores da Silva Dias et al. (2023) chegaram à conclusão de que diante do perfil do trabalhador da geração Z, compete às organizações promover adaptações em inúmeras ferramentas gerenciais, tais como políticas de

REVISTA TÓPICOS

recrutamento e seleção; educação e aprendizagem corporativas; gestão de carreiras e talentos; qualidade de vida no trabalho; delegação e etc.

Para Xavier (2021), as organizações terão que repensar alguns conceitos e deverão seguir algumas trilhas, dentre elas, a política de remuneração, a motivação e a liderança:

- Liderança aprovada com os valores da Geração Z: Os líderes devem ser confiáveis, íntegros e capazes de promover o aprendizado contínuo. É necessário que inspire confiança e incentive a colaboração e o desenvolvimento pessoal e profissional dos colaboradores;
- Propósito e motivação: A Geração Z valoriza trabalhos que tenham propósito e impacto. Demonstrar o porquê das ações e reflexão dos esforços realizados é crucial para engajar esses jovens;
- Políticas de remuneração inteligentes: Embora valorizem o bom progresso, a Geração Z dá mais importância às recompensas não financeiras, como oportunidades de aprendizagem, crescimento pessoal e um ambiente de trabalho agradável. As empresas que oferecem essas condições têm mais chances de atrair e reter esses talentos.

Essas configurações são questões de sobrevivência no mercado atual, visto que a Geração Z já representa uma parcela significativa da força de trabalho e do consumo global. Esta geração assumirá gradualmente posições de liderança, logo, as empresas devem estar prontas para um ritmo

REVISTA TÓPICOS

acelerado de transformações no ambiente de trabalho, investindo em estratégias para direcionar objetivos organizacionais e interesses pessoais dessa geração.

3 Considerações Finais

A análise realizada ao longo deste trabalho destaca a singularidade da geração Z e os desafios que ela apresenta para as empresas no cenário contemporâneo. Esses jovens, nativos digitais e socialmente engajados, trazem características únicas, como pragmatismo, fluidez de identidade, comunicação eficaz e busca por qualidade de vida. Para atrair e reter esses profissionais, as organizações precisam reconfigurar suas práticas de gestão, oferecendo flexibilidade, propósito e um ambiente de trabalho que reflita valores alinhados com a diversidade, a inovação e a responsabilidade social. Além disso, é essencial que as lideranças sejam qualificadas para adotar uma abordagem inclusiva e colaborativa, promovendo um equilíbrio entre os objetivos organizacionais e as aspirações individuais da geração Z.

Diante disso, conclui-se que a preparação das empresas para essa nova força de trabalho deve ser estratégica e proativa. Investir em políticas que priorizem a qualidade de vida, o aprendizado contínuo e a justiça organizacional é vital para se manter competitivo em um mercado em constante transformação. Além de promover mudanças internas, as organizações que se alinham às expectativas dos jovens da geração Z têm o potencial de se destacar como líderes no mercado, construindo uma força de trabalho engajada, produtiva e preparada para enfrentar os desafios do mercado de trabalho.

REVISTA TÓPICOS

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Ceribeli, H. B., Rocha, M. N., Maciel, G. N., & Inácio, R. D. O. (2023). VALORES DA GERAÇÃO Z NO TRABALHO. *Gestão & Planejamento-G&P*, 24.

Colet, D. S., & Mozzato, A. R. (2019). “Nativos digitais”: características atribuídas por gestores à Geração Z. *Desenvolve Revista de Gestão do Unilasalle*, 8(2), 25-40.

da Matta, L. H., de Carvalho Neto, A. M., & Diniz, D. M. (2024). RAZÕES DA ROTATIVIDADE VOLUNTÁRIA: UM ESTUDO COM JOVENS DA GERAÇÃO Z. *Revista de Administração, Contabilidade e Economia da Fundace*, 15(2).

Neto, N. J. C. (2022). Geração Z e o mercado de trabalho: atração e retenção/Generation Z and the job market: attraction and retention. *Brazilian Journal of Development*, [S. l.], 8(3), 20603-20612.

Pontotel (2020). Quais são as características da Geração Z? São Paulo. Disponível em: <https://www.pontotel.com.br/como-e-a-geracao-z/>. Acesso em: 19 nov. 2024

da Silva Dias, J. E., Santos, N. O. S., & da Costa Souza, F. F. (2023). A Geração Z como fator estratégico de vantagem competitiva. *Revista Ibero-Americana de Humanidades, Ciências e Educação*, 9(3), 81-90

REVISTA TÓPICOS

Verde, N. A. M. (2021). Desafios para liderar a geração z no ambiente Corporativo. VI Seminário Internacional da Must University. Disponível em: <https://www.even3.com.br/anais/seminariomustuniversity/448769-DESAFIOS-PARA-LIDERAR-A-GERACAO-Z-NO-AMBIENTE-CORPORATIVO>. Acesso em: 20/11/2024

Xavier, L. P. (2021). Gestão de equipes: o almejado enlace harmonioso entre as organizações e a geração z. In: Anais do Seminário Internacional da MUST University: As formações dos profissionais digitais, liderança e gestão de equipes. Anais.Campinas(SP) MUST UNIVERSITY. Disponível em: <https://www.even3.com.br/anais/seminariomustuniversity/443780-GESTAO-DE-EQUIPES-O-ALMEJADO-ENLACE-HARMONIOSO-ENTRE-AS-ORGANIZACOES-E-A-GERACAO-Z>. Acesso em: 25/11/2024

¹ Graduação em Odontologia. Especialização em Administração Pública. Mestranda em Administração pela Must University. E-mail: renatasilva13243@student.mustedu.com.