

REVISTA TÓPICOS

GERAÇÃO Z: PERSPECTIVA NO MERCADO DE TRABALHO

DOI: 10.5281/zenodo.14408025

Jessyca Cavalcante da Costa¹

RESUMO

As empresas estão inseridas em um cenário cada vez mais diversificado e complexo, assim requer administração e gerência das diferentes gerações que estão alocadas no ambiente empresarial. A inserção e interação de convivência das gerações Baby Boomers, X, Y e Z no mesmo ambiente empresarial, podem ocasionar conflitos devido a dinâmica e característica de cada geração. A última geração inserida no mercado de trabalho é a Z, cresceu no meio da tecnologia e conectividade, conhecida por ser inclusiva e socialmente consciente com uma maior preocupação com a justiça social, diversidade, equidade de gênero e mudanças climáticas. Atrair essa geração para o mercado de trabalho não é tarefa fácil para gestão empresarial, mas é necessário para o cenário cada vez mais tecnológico como um diferencial. A metodologia aplicada foi a pesquisa bibliográfica com a revisão de literatura e o objetivo do trabalho é descrever os conceitos da diversificação das gerações e as características da geração Z no mercado de trabalho e os desafios da gestão empresarial em mantê-los. Com esse novo perfil de empregado o líder precisa entender como recrutar e manter esses

REVISTA TÓPICOS - ISSN: 2965-6672

REVISTA TÓPICOS

recursos humanos e encontrar soluções para motivar, inspirar, desenvolver e atualizar as políticas empresariais para recebê-los. Portanto, inserir a geração Z no mercado de trabalho não é fácil, mas é preciso para o desenvolvimento empresarial, desta forma a liderança precisa promover ferramentas gerenciais na busca em promover um bom clima organizacional para crescimento organizacional.

Palavras-chave: Geração Z. Tecnologia. Líder. Características, Mercado de trabalho.

ABSTRACT

O Companies are inserted in an increasingly diverse and complex scenario to manage and manage the different generations that are allocated in the business environment. The insertion and coexistence interaction of the Baby Boomers, X, Y and Z generations in the same business environment can cause conflicts due to the dynamics and characteristics of each generation. Gen Z grew up amid technology and connectivity, known for being inclusive and socially conscious with a greater concern for social justice, diversity, gender equity and climate change. Attracting this generation to the job market is not an easy task for business management, but it is necessary for the increasingly technological scenario as a differentiator. The methodology applied was bibliographical research with literature review and the objective of the work is to describe the concepts of generational diversification and the characteristics of generation Z in the job market and the challenges of business management in maintaining them. With this new employee profile, the leader needs to understand how to recruit and maintain these human resources and find solutions to

REVISTA TÓPICOS - ISSN: 2965-6672

REVISTA TÓPICOS

motivate, inspire, develop and update business policies to welcome them. Therefore, inserting generation Z into the job market is not easy, but it is necessary for business development, so leadership needs to promote management tools in the quest to promote a good organizational climate and business growth.

Keywords: Generation Z. Technology. Leader. Characteristics, Job market.

1 INTRODUÇÃO

As empresas estão inseridas em um cenário cada vez mais diversificado e complexo para administrar e gerir as diferentes gerações que estão alocadas no ambiente empresarial. A uma maior diversidade de gerações marcada por características distintas, expectativas e necessidades de acordo com o contexto de cada geração, mesclando a juventude com a experiência. Conforme o Nascimento et al (2016) a diversidade de gerações proporciona ao ambiente organizacional com potencial de criação, empenho, empreendedorismo e agregação de conhecimento.

A inserção de diferentes gerações é uma realidade para as empresas, e um desafio para a liderança de suprir a expectativa de distintas gerações para adequar na dinâmica organizacional. A mais recente inserida no mercado de trabalho é a geração Z conhecida como nativos digitais, são os nascidos entre meados de 1995 e 2010 vindas na maior expansão tecnológica e o meio digital. A entrada desses jovens no mercado de trabalho é uma dificuldade para as empresas, pois tem o perfil desafiador e dinâmico diferentes das gerações anteriores.

REVISTA TÓPICOS

A inserção e interação de convivência das gerações Baby Boomers, X, Y e Z no mesmo ambiente empresarial, podem ocasionar conflitos devido a dinâmica e característica de cada geração. A gestão empresarial tem o grande desafio de equilibrar e harmonizar essas diferentes gerações de profissionais, para que os objetivos em comuns da empresa sejam alcançados. Para que em um mesmo ambiente de trabalho possam ter vantagem competitiva, já que cada um tem características distintas. Assim as organizações precisam buscar estratégias para entender as diferentes características em um mesmo ambiente de trabalho para que possam ter vantagem competitiva.

Diante do cenário, o objetivo do trabalho é descrever os conceitos da diversificação das gerações e descrever as características da geração Z no mercado de trabalho e os desafios da gestão empresarial em mantê-los. A metodologia aplicada foi a pesquisa bibliográfica com a revisão de literatura com a utilização de diversas fontes, como livros, artigo, teses e sites para a exploração do tema da geração Z. Conforme afirmado por Pizzani et al. (2012), a pesquisa bibliográfica é caracterizada pela revisão de literatura e constitui uma etapa fundamental para a obtenção de embasamento teórico consistente.

2 REVISÃO DA LITERATURA

2.1 A DIVERSIFICAÇÃO DE GERAÇÕES

O conceito da palavra geração pode ter diversos significados dependendo do contexto utilizado, para a maioria dos autores são de indivíduos que

REVISTA TÓPICOS

nasceram no mesmo período e viveram a influência dos mesmos acontecimentos. Para Viana et.al (2013) apresenta que o conceito de geração foi introduzido na teoria sociológica em 1950, e que ele define uma geração como sendo o grupo de pessoas que vivenciou os mesmos momentos culturais e histórico-sociais. Para o Mannheim (1993), que não seria o ano do nascimento, mas sim o processo histórico vivenciaram, assim indivíduos de idades iguais possam ter características de gerações diferentes.

Conforme destaca Maciel (2010) afirmar que geração seria definida como um grupo de pessoas nascidas na mesma época e que, por este motivo, apresentam vivência e cultura semelhantes, e por conseguinte, valores, conceitos que acabam influenciando o comportamento destas pessoas durante a sua vida. Assim cada geração tem suas perspectivas sobre o mercado de trabalho que atuam estabelecendo um diferencial de acordo com cada indivíduo com referencial do seu nascimento e contexto inserido.

Desta forma, múltiplas gerações podem está presente no ambiente organizacional com características diferentes, podendo resultar em conflitos intergeracionais. Nos dias atuais temos as seguintes gerações inseridas no mercado de trabalho que estão divididas de acordo com as escalas de tempo e com identidade própria como os Baby Boomers, geração X, Y e Z, cada uma com a cronologia e características distintas.

A geração nascida entre 1945 e 1964 conhecida como Baby Boomers, são os nascidos pós-guerra. Valorizam o trabalho e tem os valores conservadores ou paternalistas e são leais a organização na qual atuam,

REVISTA TÓPICOS - ISSN: 2965-6672

REVISTA TÓPICOS

pois presam que o trabalho é para vida toda. Tem habilidades em trabalhar em equipe com abordagem convencional e tradicional além de terem forte compromisso com a organização.

A geração X são os nascidos no período entre 1964 e 1977, conhecida como geração sem identidade. Buscam oportunidades e avanço profissional, não tem uma fidelidade com a organização e estão dispostos a mudanças de trabalho e além de valorizar o equilíbrio entre a vida pessoal e profissional. O autor Carrara et al. (2013, p. 5) afirmam que os membros da geração X vivenciaram tempos de grandes dificuldades de ordem econômica, que os tornaram mais práticos e focados em resultados individuais que lhes garantissem uma vida equilibrada, através de uma busca contínua pela estabilidade financeira. Já para o Oliveira (2012) corrobora afirmando que os profissionais dessa geração possuem afeto a títulos e cargos, e procuram promover na sociedade o status profissional que ocupa dentro das empresas. O cargo, então, torna-se uma referência de reconhecimento pelo esforço e dedicação ao trabalho.

Já a geração conhecida Millennials, a geração Y são os nascidos entre 1980 a 1994. Para Oliveira (2010) reforça que os millenials trazem para o mercado de trabalho uma nova cultura e um novo conjunto de padrões de comportamento. São conhecidos como ambiciosos, individualistas e instáveis, estão sempre buscando realizar os seus anseios com dedicação. conforme afirma o Tapscott (2010), o qual aponta que essa geração é marcada por ideais de liberdade, inovação, colaboração, velocidade nas ações.

REVISTA TÓPICOS

Em seguida surge a geração Z, conhecida como geração digital nascidos entre 1995 a 2010. Diversas nomenclaturas para esse grupo por exemplo Gen Z, Post-Millennials, iGeneration , iGen, Generation i, Digital Native, Founders ou Centennials, a mais popular é, Geração Z (SILVA, 2020). Para Emmanuel (2020) afirma que essa geração foi a primeira a mergulhar totalmente num mundo digital, também chamados de nativos digitais, assim a tecnologia faz parte de suas vidas. São tolerantes, menos focados no dinheiro e prezam pela qualidade de vida e são multitarefas. Uma geração marcada pela forte presença da tecnologia, estão sempre preocupados com a diversidade e inclusão.

Essas diferentes gerações inseridas no mercado de trabalho com atividades em conjunto e convivência são um desafio para os gestores. Segundo Chiavenato (2010), as organizações devem aprender a partir de pessoas, valores e sistemas, que permitem mudar e melhorar continuamente seu desempenho. As empresas devem está em constante adaptação com as novas situações inclusive liderar essas múltiplas gerações em um só espaço. Portanto, é complexa o convívio entre diferentes gerações no mercado empresarial, porém é importante pensar em formas do melhor convívio do que fazer comparações entre as mesmas.

2.2. GERAÇÃO Z

A geração Z cresceu no meio da tecnologia e conectividade, no contexto do uso de inovação e tecnologia continua com acesso à internet, redes sociais e aparelhos móveis que cada dia mais estão atrelados a alta tecnologia. Conhecida por ser inclusiva e socialmente consciente com uma maior

REVISTA TÓPICOS

preocupação com a justiça social, diversidade, equidade de gênero e mudanças climáticas.

A tecnologia é um elemento central dessa geração, pois nasceram em meio a expansão tecnológica e são hiperconectados e expostos a plataformas digitais, jogos, redes sociais e smartphones. Isso impacta a forma de comunicação, aprendizado e consumo. Esses fatores moldam o posicionamento e a maneira de interação com o mercado de trabalho.

Para Santos e Lisboa (2013) a geração Z possuem mais naturalidade ao lidar com as novas tecnologias, assim, como consequência, desenvolvem capacidades e características específicas, como a execução de multitarefas e a velocidade na captação de conteúdo. Na área profissional são inteligentes, multitarefas, flexibilidade qualidade de vida e valorizam empresas socialmente responsáveis e com um bom clima organizacional.

O mesmo autor afirma que esses profissionais buscam constante autonomia e tendem a recuar ao ato de autoridade vertical. No entanto, este “uso corriqueiro de tais ferramentas, a velocidade no trânsito das informações, a interatividade proporcionada e as múltiplas formas de mídia disponíveis influenciaram algumas das características comportamentais desses indivíduos” (LISBOA; SANTOS, 2013, p. 06).

Os jovens dessa geração buscam alinhar os objetivos organizacionais e pessoais para o seu desenvolvimento com a perspectiva de um futuro com otimismo. Por terem uma gama de dados e informações, são mais críticos para fazerem avaliações e emitir suas opiniões. De acordo com Inácio

REVISTA TÓPICOS

(2014) a velocidade com que conseguem informações levou a uma grande ansiedade relativa às atividades profissionais, assim são vistos como impacientes e querem uma ascensão profissional de forma rápida e precipitada, mas são fáceis em adaptar as mudanças.

Geração pautada com a conectividade e a tecnologia com rápida comunicação nos dispositivos tecnológicos, valorizam a independência e tem um lado empreendedor e priorizam a saúde mental e o bem-estar. Traços marcantes dessa geração que são desafiadoras para as empresas.

2.3. GERAÇÃO Z NO MERCADO DE TRABALHO

Atrair essa geração para o mercado de trabalho não é tarefa fácil para gestão empresarial, mas é necessário para o cenário cada vez mais tecnológico como um diferencial. Segundo Randstad (2018, p. 13) os Zs apresentam uma diversidade maior de fatores para escolha de emprego em relação aos Ys, geração anterior, destacando causas sociais, inclusão, diversidade e progressão de carreira. Para Tiba (2009):

(...) essa geração apresenta uma perspectiva diferente de como enxergar e encarar o mundo, porque eles pensam de um modo diferente das gerações anteriores. Não são adeptos da hierarquia verticalizada convencional entre

REVISTA TÓPICOS

chefes e subalternos. São jovens que conversam com o superior, chefe, do mesmo modo como se fosse com o subordinado. (TIBA, 2009 apud MARTINS e FLINK, 2013, p. 6)

A geração digital adentra ao mercado de trabalho com exigências peculiares para as empresas e trazem grandes mudanças para o mundo empresarial. Buscam organizações que valorizem as características não somente as profissionais e técnicas, mais as demais características pessoais como dinamismo, comunicação e a conectividade. De acordo com Lima (2021) são jovens com habilidades promissoras como agilidade, praticidade, técnicas, criatividade e multitarefa.

As características da geração Z e bem diferentes das anteriores, a integração entre elas é um desafio dentro das organizações. Além de terem características diferentes das anteriores é uma geração ímpar e sem barreiras de informações no mercado hiperconectado. Assim a uma necessidade das empresas em adequarem para reter esses jovens talentos, proporcionando um ambiente corporativo motivado e seguro para tomada de decisões.

Com esse novo perfil de empregado o líder precisa entender como recrutar e manter esses recursos humanos e encontrar soluções para motivar,

REVISTA TÓPICOS - ISSN: 2965-6672

REVISTA TÓPICOS

inspirar, desenvolver e atualizar as políticas empresariais para recebê-los. Com isso a gestão organizacional precisa buscar adequar-se a nova geração. Segundo o Bahia e Barbosa (2014), manter e reter profissionais conectados com os mesmos objetivos empresariais no mundo globalizado é cada dia mais difícil.

A geração Z trouxe impactos para a cultura organizacional de diversas empresas, pois é um desafio para comunicar, reter e contratar. A forma de relacionar é bem diferente das gerações anteriores com habilidades multitarefas. São profissionais que possuem soft skills, ou seja, são características comportamentais que impactam a rotina do trabalho como o pensamento rápido.

Segundo a Lima (2021), os jovens da geração Z no mercado de trabalho possuem algumas características, sendo elas: Nômades digitais; Imediatistas; Multitarefa; Comunicação virtual; Interativos; Forte tendência ao empreendedorismo; Independentes; Capazes de absorver múltiplas informações; Desapegados e individualistas. Tem como diferencial das demais gerações a conectividade da alta tecnologia e além de terem uma maior agilidade em desenvolver mais de uma tarefa.

A geração Z tem mudanças no comportamento e também instigam as organizações a inovarem os seus produtos e serviços por meio da alta conectividade das tecnologias como exemplos temos a revolução dos bancos digitais, sendo um diferencial para as organizações. O jovem da Geração Z não tem medo de arriscar e de buscar organizações que se

REVISTA TÓPICOS

adaptem e tenham uma linguagem mais simples e com valores semelhantes aos seus (TAPSCOTT, 2010)

Os profissionais dessa geração buscam desafios constantes, com isso podem mudar de emprego a qualquer tempo. Tornando para as empresas uma dificuldade manter essa geração, com isso, o dinamismo para atraí-los é o uso de tecnologias no ambiente empresarial e como a ferramenta do Home Office, isto é, traz para os nativos digitais a liberdade e o conforto e que os motivam. Porém, a maioria tem dificuldade interpessoais, pois estão acostumados ao mundo virtual do que a vida real.

De acordo com Green (2018), os gestores que liderarão essa nova geração dentro das organizações devem estar sempre atentos com seus liderados para entender como incentivá-los, e adotarem um estilo de liderança de acordo com a necessidade interna, e ter uma boa comunicação com os colaboradores, sempre utilizando o feedback para orientar, desenvolver e incentivar sua equipe. As organizações devem ter uma postura proativa para que no processo de inserir gerações distintas, assim possam contornar as adversidades.

Para atrair e reter a geração iGen é necessário ter política empresarial com um leque de compensações não-financeira como programas de benefícios e remuneração estratégica. Além da busca constante dessa geração por qualidade de vida no trabalho, o gestor deve ter um bom posicionamento de estratégias gerenciais e inovações para tornar o ambiente profissional mais atrativo, não deixando de considerar a produtividade e o bem-estar dos trabalhadores.

REVISTA TÓPICOS - ISSN: 2965-6672

REVISTA TÓPICOS

Desta forma, a organização deve analisar o perfil e características das diferentes gerações inseridas no mesmo ambiente e ter estratégias de gestão de pessoas para alinhar os interesses de diferentes gerações. Além de inserir na cultura organizacional os feedbacks construtivos pela gestão com os seus colaboradores da geração Z, treinamento diferenciado com a utilização da alta tecnologia e programas de benefícios.

3 CONCLUSÃO/CONSIDERAÇÕES FINAIS

As adversidades entre gerações são questões contemporâneas, é fundamental a valorização do potencial de cada geração para garantir um ambiente organizacional inclusivo e produtivo. A geração Z pode contribuir para o crescimento organizacional, por terem habilidade com tecnologia e fazerem diversas tarefas ao mesmo tempo. Porém, a geração dos nativos digitais tem a necessidade de mudanças constantes sendo rotativos dentro das organizações, assim, a gestão precisa adequar os negócios com formas de liderança e motivação para que todas as gerações possam está contribuindo para o crescimento e inovação organizacional. Com esse novo perfil de empregado o líder precisa entender como recrutar e manter esses recursos humanos e encontrar soluções para motivar, inspirar, desenvolver e atualizar as políticas empresariais para recebê-los.

Portanto, inserir a geração Z no mercado de trabalho não é fácil, mas necessário para o desenvolvimento empresarial, assim a liderança precisa promover ferramentas gerenciais na busca em promover um bom clima organizacional e crescimento empresarial. A liderança precisa promover políticas gerenciais como aprendizagem corporativa, recrutamento,

REVISTA TÓPICOS

seleção, qualidade de vida e comunicação eficaz para atrair e reter a geração Z e valorizar o potencial de todos da equipe e fazer a integração entre eles para obter os melhores resultados para a empresa.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BAHIA, A. P. M. BARBOSA, R. W. Gestão de Pessoas nas Organizações do Século XXI. [S.l]. Disponível em: <http://www.techoje.com.br/site/techoje/categoria/detalhe_artigo/606>.

Acesso em: 03 dez.2024.

CARRARA, Tânia Maria Paiva; NUNES, Simone Costa; SARSUR, Amyra Moyzes. Retenção de talentos de diversas gerações em um mesmo contexto organizacional. Encontro em Gestão de Pessoas e Relações de Trabalho-ANPAD. Anais... Brasília, 2013.

CHIAVENATO, Idalberto. Idalberto. Comportamento organizacional. 2010.

DO NASCIMENTO, Natália Marinho et al. O estudo das gerações e a inteligência competitiva em ambientes organizacionais. Perspectivas em Gestão & Conhecimento, v. 6, p. 16-28, 2016.

EMMANUEL, Simone. Geração Z: quem são e como se comportam os jovens nascidos na era digital. Rio de Janeiro: Independente, 2020.

GREEN, D. Inspiring Generation Z with transformational leadership [em linha]. 2018.

REVISTA TÓPICOS - ISSN: 2965-6672

REVISTA TÓPICOS

Inácio, Allan Esron Pereira. Os desafios da nova gestão diante a geração Z. Disponível em: <<https://www.gazetadopovo.com.br/opiniao/artigos/os-desafios-da-nova-gestao-diante-da-geracao-z-92z44knckqb9eov910dkestou/>>. Acesso em: 03 dez.2024.

LIMA, Dailson José de Queiroz. A Geração Z: Suas características e motivações voltadas ao mundo organizacional. Em Anais do Seminário Internacional da MUST University: As formações dos profissionais digitais, liderança e gestão de equipes. MUST UNIVERSITY. 2021.

LIMA, Emily Thomaz et al. Geração Z no mercado de trabalho: Fatores que incentivam a motivação dos jovens nas organizações. REVISTA CIENTÍFICA ACERTTE-ISSN 2763-8928, v. 2, n. 6, p. e2677-e2677, 2022.

MACIEL, Natália Bertuol. Valores que influenciam a retenção dos profissionais da geração Y nas organizações. 2010.

MANNHEIM, Karl; DE LA YNCERA, Ignacio Sánchez. El problema de las generaciones. reis, n. 62, p. 193-242, 1993.

MARTINS, Thiago Hamilton; FLINK, Richard. Competências para gerenciar diferentes gerações. 2015.

PIZZANI, Luciana et al. A arte da pesquisa bibliográfica na busca do conhecimento. RDBCI: Revista Digital de Biblioteconomia e Ciência da Informação, v. 10, n. 2, p. 53-66, 2012.

REVISTA TÓPICOS - ISSN: 2965-6672

REVISTA TÓPICOS

RANDSTAD. Employer Brand Research - Global Report 2008. Randstad. 2018.

ROCHA-DE-OLIVEIRA, Sidinei; PICCININI, Valmiria Carolina; BITENCOURT, Betina Magalhães. Juventudes, gerações e trabalho: é possível falar em geração Y no Brasil?. Organizações & Sociedade, v. 19, p. 551-558, 2012.

SANTOS, W. P. dos; LISBOA, W. T. Tendências Psicossociais e de Consumo da Geração Z e as Inuências dos “nativos digitais” na Comunicação Organizacional. Congresso Internacional de Consumo e Comunicação. São Paulo, 2013.

SANTOS, W. D., & LISBOA, W. T. (2013). Tendências Psicossociais e de Consumo da Geração Z e as Influências dos “nativos digitais” na Comunicação Organizacional. In Congresso Internacional de Consumo e Comunicação. São Paulo, 2013.

SILVA, Paulo Duque Pereira da. " Sinto que nossa geração precisa repensar o trabalho": processo de significação do trabalho para a geração Z no Brasil. 2020.

TTAPSCOTT, Don. A hora da geração digital: como os jovens que cresceram usando a internet estão mudando tudo. Tradução de: Marcello Lino. Rio de Janeiro: Agir, 2010.

VIANA, M. A. et al. Grupos geracionais e comprometimento: discussões e descobertas em uma Universidade Pública Federal. GPR ANPAD-IV

REVISTA TÓPICOS - ISSN: 2965-6672

REVISTA TÓPICOS

Encontro de Gestão de Pessoas e Relações de Trabalho. Brasília, DF, Brasil, 2013.

¹ Graduação em Ciências Contábeis (UFPI). Especialização em Gestão Pública (UESPI). Mestrando em Administração pela Must University. E-mail: jessycacavalcantec@hotmail.com

REVISTA TÓPICOS - ISSN: 2965-6672