

REVISTA TÓPICOS

DIFERENTES GERAÇÕES NO MERCADO DE TRABALHO: RETENÇÃO E ATRAÇÃO DA GERAÇÃO Z

DOI: 10.5281/zenodo.14626792

Rayanna da Silva Siqueira¹

RESUMO

O processo de retenção e atração de talentos da geração Z só poderá ser realizado com eficácia e houver um conhecimento pelo setor de Recursos Humanos e lideranças de um modo geral sobre as particularidades desta geração. Sabendo que o mercado de trabalho vem mudando diariamente, observa-se que atualmente existem pelo menos quatro gerações convivendo ao longo do tempo, sendo elas: baby boomers, geração X, geração Y e geração Z. Por isso, conhecer as características de cada grupo de indivíduos permite compreender as motivações que os levam a se interessar pela empresa e permanecer nela, bem como quais situações levariam a seu desligamento e busca por outras oportunidades. Visando esclarecer o conceito de geração, detalhar as diferenças entre cada grupo de indivíduos e apresentar melhores formas de atração e retenção da geração Z, o presente artigo tem por objetivo, através de pesquisa bibliográfica, ser um documento esclarecedor sobre como buscar processos seletivos mais assertivos e como reter os indivíduos nascidos entre 1995 e 2010. Com base no estudo, concluiu-se que o desenvolvimento contínuo e a autonomia são

REVISTA TÓPICOS - ISSN: 2965-6672

REVISTA TÓPICOS

pontos valorizados pela geração Z e devem ser trabalhados pelo RH após a contratação e que é possível e viável possuir diferentes gerações trabalhando na empresa, visando o crescimento e a integração.

Palavras-chave: Gerações. Recursos Humanos. Motivação. Geração Z.

ABSTRACT

The process of retaining and attracting talent from Generation Z can only be carried out effectively if the Human Resources department and leaders in general are aware of the particularities of this generation. Knowing that the job market is changing daily, it is observed that there are currently at least four generations coexisting over time, namely: baby boomers, generation X, generation Y and generation Z. Therefore, knowing the characteristics of each group of individuals allows us to understand the motivations that lead them to be interested in the company and remain there, as well as which situations would lead them to leave and seek other opportunities. Aiming to clarify the concept of generation, detail the differences between each group of individuals and present better ways of attracting and retaining generation Z, this article aims, through bibliographic research, to be an enlightening document on how to seek more assertive selection processes and how to retain individuals born between 1995 and 2010. Based on the study, it was concluded that continuous development and autonomy are points valued by generation Z and should be worked on by HR after hiring, and that it is possible and viable to have different generations working in the company, aiming at growth and integration.

Keywords: Generations. Human Resources. Motivation. Generation Z.

REVISTA TÓPICOS - ISSN: 2965-6672

REVISTA TÓPICOS

1 Introdução

Existem diferentes gerações que, com as mudanças do mundo de um modo geral, atualmente convivem nas organizações, sendo a força que move o mercado de trabalho. Diante deste fato, entende-se que há colaboradores de 18 a 65 anos, por exemplo, trabalhando numa mesma empresa, onde o trabalho do setor de recursos humanos (RH) se faz extremamente necessário para, além de conhecer as características de cada grupo, criar ações que possam favorecer a retenção dos talentos nas empresas, reconhecendo suas particularidades e principalmente diferentes motivações, com ênfase no relacionamento interpessoal e evitar conflitos (Silva et. al., 2021).

A geração em que o indivíduo faz parte é um fator que influencia diretamente na percepção de valor do que a empresa oferece ao colaborador, devendo então haver um trabalho contínuo e direcionado do RH inclusive na atração dos candidatos de acordo com as expectativas da empresa e a expertise que buscam de acordo com a vaga (A. C. G. Luchiari, 2020).

Além disso, trata-se de um desafio realizar as atividades dentro da empresa, desde à divisão de tarefas, plano de carreira até o feedback, visando garantir a satisfação dos colaboradores das diferentes gerações, com ênfase na geração Z que está atualmente entrando no mercado de trabalho (N. J. Coelho, 2022).

REVISTA TÓPICOS

Diante do exposto, o artigo se propõe, através da análise por pesquisa bibliográfica de diferentes autores, a apresentar em sua primeira seção as particularidades das diferentes gerações dentro do contexto organizacional, seguido pelo detalhamento sobre a geração Z, para, por fim, orientar como as empresas devem se preparar para atração e retenção de talentos da geração Z.

2 As diferentes gerações no contexto organizacional

Entende-se por geração um grupo de pessoas que, além de possuírem uma faixa etária comum, passaram pela mesma situação histórica que influencia seu comportamento e decisões, envolvendo valores, aspirações de vida e aspectos sociais divergentes de demais gerações (Flach et. al., 2022).

Portanto, podem ser citadas 4 (quatro) principais gerações que marcam o mercado de trabalho atualmente:

- Baby boomers (1946 – 1964): estruturados e focados no trabalho, sendo chamados de “workaholics” determinados momentos; só tiveram acesso a computadores e internet na fase adulta e prezam pelo sucesso material. Apresentam lealdade à empresa.
- Geração X (1965 – 1978): tolerantes, equilibrados em relação ao trabalho; tiveram acesso a computadores e internet na juventude para a fase adulta; buscam estabilidade e focam na satisfação das necessidades pessoais, com ênfase na qualidade de vida, apresentando um maior individualismo no ambiente de trabalho.

REVISTA TÓPICOS

- Geração Y (1979 – 1994): contestadores, decididos, conhecidos como Millennials; tiveram acesso a computadores desde a infância, assim como internet; valorizam remuneração e flexibilidade junto a seus objetivos pessoais, não são leais à empresa, mas sim às suas carreiras. Possuem mais habilidades com o uso de tecnologia que as gerações anteriores;
- Geração Z (1995 – 2010): conectados; conhecidos como nativos digitais, que nasceram com a tecnologia na palma da mão; valorizam aspectos sociais do trabalho, liberdade de expressão e de carreira, fiéis a seus princípios e objetivos. São multitarefa independente do uso da tecnologia, se caracterizam pela inquietude com senso de urgência sobre os resultados que espera, não valorizando o formato tradicional de hierarquia das empresas (Silva et. al., 2021).

Dadas as características apresentadas acima, observa-se que há diferenças que podem influenciar no trabalho conjunto de acordo com os objetivos da organização, visto que alguns tem facilidade com tecnologia e outros não, alguns podem apresentar maior resistência a mudanças, entre outros (M. H.B. Junqueira, 2020).

2. 1 Geração Z: estratégias de atração e retenção de talentos

Por ser uma geração que valoriza a diversidade e está atualmente entrando no mercado de trabalho, a geração Z merece a atenção e estudos do RH e líderes de modo geral, a fim de compreenderem como lidar com os anseios

REVISTA TÓPICOS

das pessoas nascidas entre 1995 e 2010, para integra-los às atividades da empresa.

Dentre as características já citadas, os indivíduos da geração Z dentro da empresa, conforme N. J. Coelho (2022), buscam qualidade de vida acima de salário, desejando se sentir útil para a função, sempre se envolvendo por inteiro no que executa por acreditar nos seus ideais, com uma visão de transformação através da inovação, por terem nascido num mundo sob essa influência da tecnologia, redes e da aceleração de um modo mais amplo.

Essa geração possui a tendência a, se não vislumbrar um encaixe satisfatório dentro de uma organização, abrir seu próprio negócio (N. J. Coelho (2022)).

Desde o processo de seleção até a efetiva admissão, o RH precisa estabelecer uma comunicação clara e assertiva, que forneça segurança aos indivíduos sobre os objetivos e acordos que serão realizados.

Vale ressaltar que a importância da estruturação dos processos de RH para atração e retenção desses candidatos se dá devido à necessidade das empresas se alinharem com as transformações dos indivíduos ao longo das gerações, com um foco em adaptação constante, visando gerenciar melhor as relações entre seus clientes internos e externos, fortalecendo uma cultura dinâmica de acordo com o mercado de trabalho e suas características (I. Chiavenato, 2020).

REVISTA TÓPICOS

Para que a geração Z se sinta atraída para trabalhar em determinada empresa, a divulgação de suas vagas deve ocorrer majoritariamente de modo online, que é onde estão conectados, com informações claras que possam despertar o interesse, como objetivos do cargo, valores da empresa, escala de trabalho. Além disso, o processo seletivo precisa ser estruturado com atividades dinâmicas que permitam que o indivíduo se expresse e possa mostrar sua capacidade de comunicação e inovação, fugindo ao tradicionalismo (Flach et. al., 2022).

Após contratação, a empresa necessita de atenção contínua à motivação e satisfação deste novo colaborador, principalmente em decorrência à sua experiência com a interação com outras gerações após sua entrada na empresa. As interações podem servir para motivar ou desmotivar o profissional, visto que o choque de gerações e cultura pode intervir negativamente no processo de integração. Por isso, é importante que a empresa mantenha o acompanhamento do novo colaborador, com comunicação clara, sempre buscando obter e dar feedbacks que direcionem a evolução ao que se espera no cargo (M. H.B. Junqueira, 2020).

Para favorecer a retenção do novo talento contratado, de acordo com a característica da geração Z, faz-se necessário que haja o incentivo ao desenvolvimento pessoal e profissional contínuo, fornecendo oportunidades de aprendizagem por meio de universidades corporativas, cursos livres, investindo assim na educação continuada, reforçando os princípios e objetivos da empresa e favorecendo a conexão com o colaborador, desde que seja claramente demonstrada a usabilidade do conteúdo aprendido para

REVISTA TÓPICOS

dentro do ambiente de trabalho e da função exercida, para que não seja um conhecimento julgado como inútil, que favorecerá a desmotivação em aprender (J. Silva, 2024).

Para se sentir mais à vontade na função, o colaborador da geração Z precisa conhecer seu líder e receber tarefas para que possa executar com autonomia, sem se sentir engessado e constantemente controlado em suas atividades, exercendo uma função de parceria junto à liderança para atingir os objetivos comuns (O. Silva, 2024).

3 Considerações Finais

Diante do exposto no presente estudo, observa-se que os objetivos estabelecidos foram cumpridos: apresentou-se o conceito de geração, as particularidades de cada geração, desde baby boomers até a geração Z e informações relevantes ao RH sobre atração e retenção dessa última geração.

Por fim, ressalta-se que a divergência de gerações dentro de uma organização é enriquecedora, pois cada um com suas características pode fazer o negócio prosperar por meio da inovação e uso das experiências dos mais sêniores. Ao mesmo tempo, a fim de que não haja conflitos e problemas gerais de relacionamento que impactem no trabalho, é necessário que o RH esteja sempre atento às motivações de cada grupo ou indivíduo, trabalhando as ações que mais possam surtir efeito ao que se deseja que cada um realize. Para atrair e reter a geração Z, observou-se a necessidade de processos seletivos dinâmicos e versáteis, assim como o

REVISTA TÓPICOS

regime de trabalho, favorecendo a autonomia e o desenvolvimento contínuo, valorizando os indivíduos da geração.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

A. C. G. Luchiari (2020). Estudo sobre a influência de diferentes gerações para aplicar a gestão adequada na equipe. XI FATECLOG – Os desafios da logística real no universo virtual. FATEC jornalista Omair Fagundes de Oliveira. Governo do Estado de São Paulo. Disponível em: https://ric.cps.sp.gov.br/bitstream/123456789/4937/1/1S2020_Andr%C3%A Acesso em 01 Dez. 2024.

Flach et. al. (2022). Mercado de Trabalho Multigeracional: Um estudo sobre as Especificidades e Percepções das Gerações. Revista Conexão, n. 10, 2022. ISSN 2357-9196. Disponível em: <https://revistas.uceff.edu.br/conexao/article/download/54/249/604>. Acesso em 02 Dez. 2024

I. Chiavenato (2020). Administração nos novos tempos – os novos horizontes em administração. São Paulo: Atlas.

J. Silva (2024). A INFLUÊNCIA DA GERAÇÃO Z NAS ORGANIZAÇÕES. Revista Tópicos, v. 2, n. 11, 2024. ISSN: 2965-6672. Disponível em: <https://revistatopicos.com.br/artigos/a-influencia-da-geracao-z-nas-organizacoes>. Acesso em 01 Dez. 2024.

M. H. B. Junqueira (2020). Os impactos das diferentes gerações na gestão de talentos. Revista Científica Semana Acadêmica. Fortaleza - CE.

REVISTA TÓPICOS - ISSN: 2965-6672

REVISTA TÓPICOS

EDIÇÃO 199. V.1. ISSN 2236-6717. Disponível em:
https://semanaacademica.org.br/system/files/artigos/35_mariah_os_impacto
Acesso em 02 Dez. 2024

N. J. Coelho (2022). Geração Z e o mercado de trabalho: atração e retenção. Brazilian Journal of Development. Curitiba, v.8, n.3, p.20603-20612. Disponível em:
<https://ojs.brazilianjournals.com.br/ojs/index.php/BRJD/article/view/45556>
Acesso em 01 Dez. 2024.

O. Silva (2024). A GERAÇÃO Z E O CONTEXTO ORGANIZACIONAL. Revista Tópicos, v. 2, n. 9, 2024. ISSN: 2965-6672. Disponível em:
<https://revistatopicos.com.br/artigos/a-geracao-z-e-o-contexto-organizacional>. Acesso em 01 Dez. 2024.

Silva et. al. (2021). Gerações no mercado de trabalho: um estudo das características e comportamentos das diferentes gerações no ambiente de trabalho em uma organização do terceiro setor. E-Locução. Revista Científica da FAEX - Edição 20 – Volume 10 – ISSN 2238-1899. Disponível em:
<https://periodicos.faex.edu.br/index.php/e-Locucão/article/download/391/263/>. Acesso em 02 Dez. 2024.

¹ Engenharia de Petróleo. MBA em Gestão de Projetos. Mestrando em Administração pela Must University. rayssiqueira@gmail.com.