

01 a 04 de outubro de 2018

Evento: XXIII Jornada de Pesquisa

**O PERFIL E PERSPECTIVAS DA GERAÇÃO Z NO MERCADO DE
TRABALHO NA CIDADE DE IJUÍ/RS¹**
**THE PROFILE AND PERSPECTIVES OF GENERATION Z IN THE LABOR
MARKET IN THE CITY OF IJUÍ/RS**

**Maiquel Silva Kelm², Laura Milena Vercelino Rorrato³, Celisia Liane Ziotti
Bohn⁴, Márcia Regina Conceição De Almeida⁵, Jorge Oneide Sausen⁶,
Martinho Luís Kelm⁷**

¹ Trabalho de Conclusão do Curso de Graduação em Administração pela Faculdade América Latina- Ijuí/RS.

² Professor do Curso de Administração na Faculdade América Latina de Ijuí

³ Acadêmica de Administração na Faculdade América Latina de Ijuí

⁴ Professora do Curso de Administração na Faculdade América Latina de Ijuí

⁵ Professora do Curso de Administração na Faculdade América Latina de Ijuí

⁶ Professor do Programa de Mestrado e Doutorado em Desenvolvimento na UNIJUI.

⁷ Professor do Programa de Mestrado e Doutorado em Desenvolvimento na UNIJUI.

RESUMO

É de conhecimento geral que pessoas possuem características individuais que traçam seus perfis de comportamento em virtude do meio em que vivem e através das experiências que vivenciam. Estas características podem ser encontradas em diferentes Gerações, pois, atualmente, o comportamento de um jovem é diferente do perfil de jovens que vivenciaram outras décadas. Deste modo, hoje em dia as pessoas e seus respectivos comportamentos são diferenciados e divididos pelas Gerações. O presente trabalho teve como objetivo principal identificar as características e as perspectivas dos jovens da Geração Z em relação ao mercado de trabalho e a escolha de suas profissões, levando em consideração que o mundo organizacional atual vive um período histórico: mais de uma Geração está ocupando o mesmo mercado de trabalho e dividindo espaços profissionais com diferentes visões. O trabalho apresenta as Gerações estudadas e a relação das mesmas com o mercado de trabalho. A proposição do trabalho foi baseada em um estudo aplicado, exploratório e descritivo, de natureza qualitativa e quantitativa, cujo o universo de estudo foram jovens característicos da Geração Z, com idade entre 17 e 22 anos, residentes da cidade de Ijuí/RS. Avaliado o comportamento da Geração Z, observa-se uma característica marcante destes jovens no âmbito profissional: a flexibilidade, a adaptabilidade e a facilidade em relacionar-se de forma horizontalizada, estando os mesmos totalmente conectados às novas tecnologias.

Palavras chave: Gerações; Geração Z; Mercado; Profissionais.

01 a 04 de outubro de 2018

Evento: XXIII Jornada de Pesquisa

ABSTRACT

It is common knowledge that people have individual characteristics that shape their behavioral patterns by virtue of the environment in which they live and through the experiences they experience. These characteristics can be found in different generations, because today, the behavior of a young person has characteristics different from the characteristics of young people of other decades. In this way, today people and their respective behaviors are differentiated and divided by Generations. The main objective of the present work was to identify the characteristics and perspectives of Generation Z young people in relation to the labor market and the choices of their professions, taking into account that the current organizational world lives a historical period: more than one Generation is occupying the same labor market and dividing professional spaces with different views. The study presents the Generations studied and their relationship with the labor market. The research proposal was based on an applied, exploratory and descriptive study, the nature of the research is qualitative and quantitative, whose universe of study were characteristic youngsters of Generation Z, aged between 17 and 22 years, residents of the city of Ijuí/RS. Evaluating the behavior of Generation Z, a striking feature is observed in the professional scope: they have the ability to change quickly, they are easy to relate horizontally and are totally connected to the new technologies.

Keywords: Generations; Generation Z; Marketplace; Professionals.

1. INTRODUÇÃO

É de conhecimento geral que ambientes organizacionais encontram-se em constantes mudanças sociais, culturais e econômicas, visto que a globalização crescente tende a influenciar na procura de novas rotas e novos modelos de gestão, desafiando Gestores e fazendo com que os mesmos reflitam sobre importantes reformulações (SANTOS, A. L, 2011). A partir disso, é importante que Gestores compreendam as características das Gerações de profissionais que compõem suas equipes, para que assim, possam ter uma atuação eficaz nas tomadas de decisão e no clima organizacional alinhado às metas, com o objetivo de acompanhar o crescimento da empresa e também das pessoas (LADEIRA, 2013).

Segundo Martins; Flink (2013), nas organizações encontram-se equipes heterogêneas, ou seja, profissionais de diferentes Gerações atuando juntos. O ambiente pode ser influenciado pelo choque destas Gerações trabalhando pelo mesmo objetivo, sendo muitas vezes, afetado por conflitos entre profissionais de diferentes idades e perspectivas em relação ao trabalho. Gerenciar pessoas torna-se um desafio, quando estas, vindas de Gerações diferentes, estão inseridas em uma organização que possui objetivos em comum, passam a decidir e compartilhar decisões para a empresa. Zemke (2008) destaca que em um mesmo ambiente de trabalho pode-se encontrar diferentes experiências, vivências, crenças e visões.

01 a 04 de outubro de 2018

Evento: XXIII Jornada de Pesquisa

As análises identificam a presença nas organizações da Geração de veteranos (nascidos antes e durante a II guerra mundial), a Geração dos *Baby Boomers* (Geração pós-guerra), a Geração X (buscam a liderança pela competência), a Geração Y, nascida a partir de 1978 (MENETTI, 2013) e a Geração Z, que são os nascidos em meados da década de 90 (MARTINS; FLINK, 2013). A Geração Z está entrando no mercado profissional e apresenta-se sobre uma perspectiva de trabalho menos hierárquica e mais horizontal, sempre conectados às novas tecnologias, que trabalham exatamente com o que gostam de fazer (TIBA, 2009).

Partindo de todos estes pressupostos, a presente pesquisa destaca-se pela importância de conhecer as principais características de cada Geração, e principalmente, identificar o perfil e as perspectivas da Geração Z no mercado de trabalho, o que esta Geração está pensando em relação ao futuro, relações interpessoais e ao mercado profissional que pretender atuar.

2. METODOLOGIA

Considerando um trabalho científico, devem-se observar os vários tipos de pesquisa. Segundo os autores pesquisados e citados na sequência, a pesquisa pode ser classificada quanto a sua natureza, quanto aos seus objetivos e quanto aos procedimentos técnicos.

Quanto a sua natureza o presente trabalho foi caracterizado de natureza aplicada, tendo como objetivo contextualizar ideias através de referenciais teóricos e de natureza aplicada e valeu-se de utilização destes conhecimentos teóricos para aplicação na prática com a finalidade de interpretar o objeto de estudo através de informações.

Em relação a sua abordagem é adequado classificar a pesquisa de natureza quantitativa. Dentro deste viés, Fonseca apud Gerhardt; Silveira (2009) afirma que “os resultados podem ser quantificados. Como as amostras geralmente são grandes e consideradas representativas da população, os resultados são tomados como se constituíssem um retrato real de toda a população alvo da pesquisa”.

Em relação aos objetivos, o estudo foi realizado através de pesquisa exploratória, uma vez que utilizou referenciais para desenvolver o embasamento teórico para posterior análise dos dados. O trabalho valeu-se de caráter descritivo, pois teve como finalidade principal a descrição de determinadas Gerações e suas principais características.

É adequado a classificação do estudo através de pesquisa bibliográfica, onde Gil (2006, p. 65) conceitua ser “desenvolvida a partir de material já elaborado, constituído principalmente de livros e artigos científicos”.

A pesquisa também foi realizada através do procedimento técnico de levantamento, conforme Gil (2006) o levantamento pode ser caracterizado pela interrogação de um grupo de pessoas, com o objetivo de conhecer certos comportamentos.

01 a 04 de outubro de 2018

Evento: XXIII Jornada de Pesquisa

A coleta de dados com a Geração Z foi realizada através do método de Questionário, onde Gil (2006, p. 128) conceitua questionário como sendo “técnica de investigação composta por um número mais ou menos elevado de questões apresentadas por escrito às pessoas, tendo como objetivo o conhecimento de opiniões, crenças, sentimentos, interesses, expectativas, situações vivenciadas”. A pesquisa utilizou-se de amostragem estratificada, onde “caracteriza-se pela seleção de uma amostra de cada subgrupo da população considerada.

O fundamento para delimitar os subgrupos ou estratos pode ser encontrado em propriedades como sexo, idade ou classe social” (GIL, 2006, p. 102). A pesquisa foi realizada com um público de faixa etária entre 17 e 22 anos, da cidade de Ijuí/RS, que caracteriza a Geração Z, objeto principal do estudo.

A coleta de dados com os Gestores valeu-se através de aplicação de entrevista, a fim de investigar o que estes profissionais percebem como perfil da Geração Z no mercado de trabalho e na escolha de profissões. Desta forma, Gil (2006, p. 117) considera a entrevista uma “técnica em que o investigador se apresenta frente ao investigado e lhe formula perguntas, com o objetivo de obtenção dos dados que interessam à investigação”.

Tendo posse dos dados coletados e do material teórico construído através de fontes bibliográficas, realizou-se uma criteriosa análise dos dados com vistas à identificação das principais características da Geração Z e o perfil deste grupo quando relacionado ao mercado de trabalho e a escolhas das profissões, visando capturar seus perfis e percepções em relação ao que acreditam para si no contexto das profissões e do mercado de trabalho.

Através da aplicação do questionário realizado com os Gestores, foi identificada a visão dos mesmos em relação ao perfil dos jovens da Geração Z que estão iniciando a carreira profissional. Ou seja, qual a visão dos Gestores sobre o perfil da Geração Z no mercado de trabalho.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Foram aplicados 100 questionários para jovens de distintos contextos, característicos da Geração Z e moradores da cidade de Ijuí/RS. O questionário com a Geração Z e as entrevistas realizadas com os gestores foi desenvolvido com base no que o autor tinha como objetivos da pesquisa, onde busca a compreensão do perfil de jovens da Geração Z sobre o mercado de trabalho e a escolha de suas profissões e a visão de Gestores característicos das demais Gerações em relação ao perfil destes jovens que estão entrando no mercado de trabalho recentemente.

Através de perguntas de múltipla escolha no questionário aplicado à Geração Z e na entrevista realizada com os Gestores, é possível observar a importância do processo de agregar, aplicar e desenvolver pessoas, onde Gestores precisam buscar como desafio a preparação e a inovação para então manter a motivação e a fidelidade desta nova Geração de profissionais.

3.1 O Perfil da Geração Z no município de Ijuí/RS

01 a 04 de outubro de 2018

Evento: XXIII Jornada de Pesquisa

O questionário foi estruturado com perguntas de múltipla escolha e aplicado com 100 jovens característicos da Geração Z, moradores da cidade de Ijuí/RS, e atuantes no mercado de trabalho. Buscou-se aplicar o questionário com jovens de distintos contextos de vida, no que tange às condições econômicas de cada respondente. Foram entregues 100 questionários, do qual os 100 foram respondidos, totalizando 100% de sucesso nas respostas.

A pesquisa limitou-se a analisar jovens da Geração Z, nascidos entre os anos de 1995 e 2000, conforme os estudos realizados pelos autores Martins & Flink (2013). Deste modo, obrigatoriamente os entrevistados deveriam ter como requisito entre 17 e 22 anos para responder.

3.2 Quanto ao fator levado em consideração no momento da escolha da profissão/empresa para trabalhar

A questão em análise refere-se a qual fator o jovem característico da Geração Z considera mais importante no momento em que está realizando a escolha da sua profissão e/ou da empresa em que deseja fazer parte.

As respostas apontam que a maior parte, ou seja, 43% dos jovens levam em consideração que a valorização pessoal é o fator mais importante para determinar sua escolha no âmbito profissional. Logo após, o fator “boa remuneração” vem sendo considerado ponto importante no momento de escolha, com 40% dos respondentes.

Neste viés, Sutto (2017) afirma que quando estes jovens chegam ao mercado de trabalho, buscam suporte para integrar o sucesso da vida profissional com a vida pessoal e bons salários. Observa-se que apesar de uma Geração com características de liberdade de escolha e visão de mundo diferente das demais Gerações (MARTINS; FLINK, 2013), os fatores mais importantes para a escolha de suas carreiras profissionais possuem similaridade com as escolhas das Gerações anteriores no que se diz respeito à valorização pessoal, qualidade de vida e boa remuneração.

Ainda convém lembrar que a análise dos dados aponta que 8% dos respondentes avaliam como um fator importante o respeito às diferenças, enquanto 9% dos respondentes consideram responsabilidade social e ambiental pontos importantes para a escolha de profissões e empresas para trabalhar. Em virtude destes fatos, é importante destacar que a Geração Z chega ao mercado de trabalho mais preocupada com ética, honestidade, mudanças climáticas e igualdade (VERDÚ, 2015), procuram estar ligados à relevantes assuntos da sociedade.

3.3 Quanto ao sentimento de estarem preparados para os desafios profissionais

A questão refere-se a quanto esta Geração se sente preparada, ou não, para assumir compromissos e desafios profissionais. Na pesquisa foram citados exemplos como: Entrevistas de emprego, vestibular, metas de trabalho, prazos a cumprir, assumir um novo cargo, projetos da empresa, iniciar a profissão.

01 a 04 de outubro de 2018

Evento: XXIII Jornada de Pesquisa

Dado o exposto, observa-se que 60%, ou seja, 60 respondentes da pesquisa sentem-se totalmente preparados para assumir desafios no âmbito profissional, isso demonstra confiança e dificuldade de entender que as Gerações anteriores podem contribuir. Neste sentido, Pereira; Blanes (2014) afirmam que essa Geração não admite falhar e também não gostam quando são contrariados por outras pessoas.

Cabe salientar que a crença dos jovens da Geração Z em estar totalmente preparados para o mercado de trabalho e para assumir as responsabilidades de uma atividade profissional poderá provocar uma dificuldade de relacionamento interpessoal em aceitar e ouvir as demais Gerações. Como esse jovem irá se relacionar com os demais se ele acredita estar totalmente preparado?

A questão também expressa que 30% dos respondentes ainda não se sentem preparados para os desafios da carreira profissional. Conforme Verdú (2015) a Geração Z é uma Geração que costuma pensar estar preparada para salvar o mundo, porém ainda não sabe muito bem como realizar isso. Também complementa dizendo que é uma Geração que não possui medo do futuro no que se diz respeito ao contexto profissional e de grandes corporações.

Cabe ressaltar que Telles (2009) apud Souza (2011, p. 70) afirmam que “esta Geração demonstra maior liberdade de escolha”, bem como, possuem mais liberdade para decidir sobre suas vocações profissionais. Assim, por possuírem acesso fácil e rápido às informações e uma liberdade de escolha abrangente, considera-se uma Geração impulsionada a acreditar que podem e estão preparados para tudo.

Ainda convém destacar que 10% dos respondentes, ou seja, 10 respondentes sentem-se indiferentes em relação à questão levantada durante a pesquisa.

3.4 A Geração Z e os ambientes de trabalho

O mercado de trabalho pode ter ambientes que variam entre aqueles em que as pessoas trabalham juntas, ou aqueles onde as pessoas possuem preferência em trabalhar individualmente. A questão a seguir, evidencia a preferência da Geração Z em ambientes de trabalho em grupos ou individual.

Os dados apresentados demonstram as preferências da Geração Z por ambientes de trabalho junto de outros profissionais ou individualmente. Na análise, destaca-se que 46% dos jovens consideram a preferência de trabalhos em ambientes com grupos de pessoas, enquanto 54% dos respondentes consideram a preferência por trabalhos em ambientes individuais, ou seja, sozinhos.

Nota-se que na amostragem dos 100 jovens entrevistados há um quase empate entre os percentuais de respostas, mesmo assim, a maioria dos jovens onde a pesquisa foi aplicada possui a preferência por ambientes de trabalho onde possam exercer suas atividades individualmente.

Conforme Pereira; Blanes (2014) a Geração Z possui perfil individualista e, portanto, preferem trabalhar e resolver problemas sozinhos, ainda complementam afirmando que no meio

01 a 04 de outubro de 2018

Evento: XXIII Jornada de Pesquisa

organizacional, um líder deve ter a habilidade de identificar o melhor de cada profissional que compõe a sua equipe e oferecer treinamentos para aprimorar essas habilidades.

Dentro deste viés, esta forma de tentar solucionar os problemas sozinhos, sem comunicação com a equipe e superiores, pode levar a outros problemas que não tinham antes, devido à pouca experiência e ao perfil impulsivo em querer resolver situações instantaneamente.

3.5 Quanto ao interesse em empreender e abrir o próprio negócio

Muito se tem discutido acerca do interesse de jovens pelo empreendedorismo, o gráfico a seguir visa identificar qual a perspectiva dos jovens da geração Z em empreender e ter sua própria empresa. Através dos dados, verifica-se um maior interesse na perspectiva de futuramente abrir o próprio negócio para mais da metade dos respondentes, ou seja, 56% dos jovens entrevistados têm interesse no empreendedorismo, enquanto 12% dos respondentes não possuem este interesse e 32% dos respondentes foram indiferentes à pergunta.

Neste viés, Sanchez (2017) considera em seu trabalho que a Geração Z possui um perfil mais empreendedor e se interessa em conhecer a razão de desempenharem suas atividades, ou seja, precisam de um sentido para o trabalho. Entretanto, Pereira; Blanes (2014) afirmam que em razão da gama de opções em relação às profissões, os jovens tanto da Geração Z como da Geração Y, possuem dificuldade em fazer escolhas, o que pode ser evidenciado através dos 32% dos respondentes, que estavam indiferentes frente à pergunta realizada, caracterizando um sentimento de dúvida em relação à profissão a se seguir.

Também é visível que, apesar da dificuldade destes jovens em escolher um caminho profissional a seguir, os mesmos estão buscando por formação e conhecimento (PEREIRA; BLANES, 2014).

A Geração Z está se desenvolvendo na era da tecnologia e da comunicação, onde possuem uma gama de informações que as demais Gerações não tinham para fazer suas escolhas pessoais e profissionais. Pode-se analisar, dentro deste viés, que a era das abrangentes informações e opções de vida seja um fator que colabore para que estes jovens demorem a ingressar na profissão realmente desejada, pois possuem mais tempo e liberdade para realizarem a “escolha certa”.

É considerável identificar que a Geração Z vem com um perfil mais autossuficiente e foram criados acreditando que podem tudo. São jovens que tendem a administrar suas próprias carreiras, são criativos e possuem iniciativa empreendedora e desejam ser donos do próprio futuro.

3.6 A Geração Z e os modelos de trabalho

Tem-se avaliado que a Geração Z traz em seu perfil a flexibilidade de adaptar-se a vários modelos de trabalho e às constantes mudanças do mundo globalizados, dentro deste contexto, o mundo organizacional passou a compor novos ambientes de trabalho, mais flexíveis, abertos e criativos,

01 a 04 de outubro de 2018

Evento: XXIII Jornada de Pesquisa

com o objetivo de reter os novos talentos da era digital e fazê-los produzir da maneira como gostam. A questão expressa a seguir possui o objetivo de identificar a preferência dos jovens da Geração Z em relação aos modelos de trabalho.

A partir dos dados analisados, 57% dos respondentes se sentiriam mais realizados e confortáveis se pudessem compor ambientes de trabalho abertos, onde trabalhariam em casa em horários flexíveis, 31% dos respondentes consideram que ambientes fechados e com horários definidos (como os ambientes atuais, na sua maioria) os mais confortáveis para trabalhar, 8% dos respondentes gostariam de compor ambientes de trabalho criativos, onde poderiam se inspirar para produzir, enquanto apenas 4% dos respondentes foram indiferentes à pergunta realizada.

O que também é enfatizado por Sanchez (2017) que acredita que os jovens da Geração Z preferem os trabalhos onde possam produzir de casa, pois com a utilização das ferramentas da tecnologia, o trabalho e as tarefas poderiam ser executadas de qualquer lugar.

Por ser uma Geração bastante ligada à utilização das tecnologias e à flexibilidade em mudanças constantes, é considerável que ambientes de trabalho mais abertos/flexíveis atraem este perfil, pois se adaptariam facilmente à comunicação de casa ou de qualquer lugar do mundo via aplicativos e programas de computador. Sanchez (2017) destaca que a Geração Z se tornaria muito mais produtiva podendo trabalhar em casa, perto de seus familiares.

Apesar de já existirem corporações com este novo modelo de trabalho, ainda não é tão fácil encontrar empresas que se adequem a este novo perfil, muitas vezes porque o segmento da empresa não possibilita esta mudança. Neste mesmo viés, ainda há desconfiança neste tipo de modelo, pois as grandes corporações e os Gestores característicos das demais Gerações ainda são muito céticos em relação ao comprometimento dos jovens da Geração Y e Z em trabalhos muito flexíveis e externos à organização.

Pode-se verificar que as empresas que estão aderindo a este modelo aberto e flexível geralmente estão no seguimento de tecnologias e publicidade e propaganda, visto que a flexibilidade e a criatividade são fatores importantes para a produtividade e atraem o interesse dos jovens profissionais.

Conforme Dalapria et al. (2015) afirma que a entrada da Geração Z como uma nova força de trabalho no mercado está exigindo das empresas uma readequação de formas e metodologias de desenvolvimento e monitoramento das pessoas, onde Gestores devem saber equilibrar o ambiente organizacional e identificar habilidades de cada indivíduo de forma que otimize resultados e consequentemente o desempenho da organização.

Portanto, pode-se relacionar que a Geração caracterizada pela letra Z de “zapear”, é uma Geração que muda de forma ágil, rápida e repetidas vezes (MAETINS; FLINK, 2013) tornando o processo de mudança (em todos os contextos) mais fácil e flexível.

01 a 04 de outubro de 2018

Evento: XXIII Jornada de Pesquisa

3.7 A visão dos Gestores do município de Ijuí/RS a respeito da Geração Z no mercado de trabalho

A entrevista foi estruturada com 7 perguntas e aplicada com 3 Gestores que atuam em organizações situadas na cidade de Ijuí/RS, a ferramenta utilizada para a organização das perguntas foi o Word, onde o pesquisador agendou horário com cada um dos Gestores para desenvolver a aplicação entre os dias 25/09/2017 a 23/10/2017.

Em relação ao perfil dos gestores entrevistados, o Gestor é graduado em Ciências Contábeis e Fisioterapia, tem 58 anos e atua na área de Gestão Hospitalar há 29 anos. O Gestor B é graduada em Psicologia, tem 25 anos, é empreendedora na área de Consultoria de RH para empresas há 3 anos. O Gestor C é graduado em Administração, tem 36 anos e atua na área de Administração Financeira Hospitalar há 11 anos.

Quando perguntado aos Gestores em relação às suas percepções quando recebem um jovem da Geração Z, se acreditam que estes estão preparados para os desafios do mercado de trabalho, os Gestores dizem que estes jovens ainda não estão preparados para os desafios do mercado de trabalho, porém acreditam no potencial da Geração Z, principalmente pela característica de facilidade na utilização de mídias e tecnologias, porém entendem que os mesmos não se preparam consistentemente para momentos importantes. Complementam dizendo que de um modo geral a Geração Z se sente preparada por que acredita que pode tudo, porém na prática não se encontram assim.

Vindo ao encontro dos fatos evidenciados na entrevista com os Gestores, cabe destacar que no questionário aplicado com os jovens da Geração Z, evidencia-se que 60% dos jovens respondentes, ou seja, a maior parte dos respondentes do questionário acredita estar preparada para os desafios do mercado de trabalho.

Esta autoconfiança caracterizada na Geração Z conduz a um possível conflito de relações dentro das empresas e em equipes de trabalho heterogêneas, podendo haver dificuldade destes jovens em ouvir e aceitar *feedbacks* e oportunidades de melhoria perante as demais Gerações. Partindo do princípio desta autoconfiança, Pereira; Blanes (2014) afirmam que essa Geração não admite falhas e também não gosta de ser contrariada. Deste modo, a Geração Z chega ao mercado de trabalho autoconfiante, enquanto Gestores devem estar preparados para desenvolver estrategicamente este novo perfil de profissionais.

Ainda neste contexto, observa-se a importância da compreensão de Gestores e empresas sobre este novo perfil, trabalhando continuamente o processo de desenvolvimento desta nova Geração, com o objetivo de formação de futuros líderes, incentivando tanto o empreendedorismo interno (pessoas que trabalham em uma organização e empreendem dentro dela, trazendo a inovação) como o empreendedorismo externo (profissionais que desejam abrir e gerenciar a própria empresa).

01 a 04 de outubro de 2018

Evento: XXIII Jornada de Pesquisa

Quando perguntado como tem sido o processo de ambientação destes jovens durante a rotina de trabalho e se há algum conflito entre as Gerações, os Gestores avaliam que há um choque positivo entre Gerações, pois a Geração Z entra no mercado de trabalho com um espírito de inovação e conectividade, sendo um ponto positivo para o restante da equipe. O que foi enfatizado que pode ocorrer, na visão dos Gestores, é uma dificuldade da Geração Z em compreender a importância do cumprimento de normas e regras que as outras Gerações já cumprem e buscam que sejam cumpridas.

Neste mesmo viés, outro ponto importante em destaque pelos Gestores é a dificuldade da Geração Z em prestar contas das atividades que fizeram ou deixaram de fazer, o que, por vezes, pode gerar quebra em processos importantes de trabalho, sobretudo nos setores em que deve haver uma comunicação ativa e eficaz.

Esta forma de agir individualmente é característica da Geração e pode levar a falhas em importantes nas atividades de trabalho, principalmente quando não há experiência da Geração Z em assuntos relacionados à própria organização, ao trato com o cliente, as normas e funcionalidades. Momentos em que a experiência de um profissional com mais tempo de empresa possa ser importante. Assim, Pereira; Blanes (2014) complementam que, apesar da facilidade em relacionar-se com os demais, a Geração Z gosta de resolver as situações do trabalho e buscar resultados de forma individual, conduzindo a um possível conflito ou erros de comunicação entre o grupo e descumprimento de regras importantes. Equívocos estes que poderiam ser solucionados se houvesse um trabalho mais harmonioso entre as gerações.

Os Gestores também avaliam que em áreas onde há a utilização de tecnologias a ambientação torna-se mais fácil e se dá em uma velocidade maior, pois a Geração Z é colaborativa e se adapta rapidamente à rotina de trabalho comparado aos demais profissionais do grupo.

Neste viés, Souza (2011) destaca que o uso imediato de tantas tecnologias pela Geração Z tem por consequência a agilidade desta Geração em obter informações e habilidade de desenvolver várias tarefas ao mesmo tempo. Portanto, apesar da forte característica de impaciência da Geração Z, os jovens podem colaborar no ambiente de trabalho auxiliando as outras Gerações na utilização integralizada de ferramentas tecnológicas e inovadoras, podendo agregar uma conectividade interessante ao grupo.

A Geração Z mostra-se como a Geração que valoriza o trabalho em empresas que possuem hierarquias horizontalizadas de trabalho, onde possuem facilidade em relacionar-se com todos e principalmente com pessoas características da mesma Geração, facilitando a rotina de trabalho e adaptando-se a trabalhar com pessoas de qualquer idade. Conforme Dalapria et al. (2015), a Geração Z possui facilidade em se relacionar principalmente de forma horizontalizada, onde sentem-se à vontade para questionar e trocar ideias e experiências.

Quando questionados sobre qual é a maior dificuldade que enfrentam ao contratar funcionários da Geração Z, os mesmos respondem que, na verdade, existe uma dificuldade maior por parte de

01 a 04 de outubro de 2018

Evento: XXIII Jornada de Pesquisa

Gestores do que por parte dos jovens, isto por que os Gestores esperam por respostas imediatas e de alto nível e desempenho, sem passar o jovem candidato a um bom processo de ambientação, ou seja, não é proporcionado ao jovem apoio suficiente durante o aprendizado das tarefas, colocando expectativas excessivamente elevadas para o nível de experiência da Geração.

Para que a adaptação deste jovem na empresa e nas tarefas que executa seja eficaz, é necessário que Gestores estejam preparados para receber uma Geração que precisa entender o sentido do que está executando, pode-se analisar que os jovens da Geração Z desempenham bem suas funções quando compreendem o motivo e objetivo delas. Desta forma, Dalapria et al. (2015) afirma que a entrada da Geração Z como uma nova força de trabalho no mercado está exigindo das empresas uma readequação de formas e metodologias de desenvolvimento e monitoramento das pessoas, esta nova gestão deve equilibrar o ambiente organizacional e identificar habilidades de cada indivíduo de forma que otimize resultados e desempenhos.

Por outro lado, os Gestores também afirmam que os jovens da Geração Z encontram-se ansiosos e impacientes para que as conquistas profissionais aconteçam rapidamente, diferentemente das Gerações anteriores, onde é possível encontrar profissionais que trabalham por muitos anos para conquistar objetivos.

É de conhecimento geral que estamos vivenciando um momento diferenciado na sociedade, onde a era das informações traz em si uma característica muito forte: a agilidade com que tudo pode acontecer em todos os contextos da sociedade e a gama de informações e possibilidades que as pessoas têm com acesso fácil e rápido, tudo isso reflete no comportamento e no perfil das novas Gerações, que se tornam impacientes, esperando que tudo aconteça de forma veloz. A partir disto, Pereira; Blanes (2014) destacam a Geração Z como impaciente e que não consegue esperar, onde tudo ao redor deve acontecer ligeiramente.

Quando perguntado aos Gestores se acreditam que estes jovens estão buscando formação acadêmica, os mesmos são unânimes em responder que uma boa parte dos jovens continuam os estudos, porém afirmam que é perceptível que muitos optam por cursos abrangentes como Administração, ou trocam de curso durante o semestre, pois tendem a ter dificuldade em buscar suas verdadeiras vocações, muitas vezes pela pouca idade e por que possuem uma vasta possibilidade de escolha.

Outro ponto importante destacado pelos Gestores nesta questão é que apesar de uma boa parte da Geração Z estar se preparando através da busca de uma formação, o grupo que se apresenta de forma diferenciada é o menor, ou seja, poucos jovens são diferenciados, e estes, quando estão em uma entrevista, chamam a atenção dos entrevistadores.

Estes jovens encontram-se na transição entre a adolescência e a vida adulta, onde identificam inúmeras futuras possibilidades que podem conduzir a um sentimento de confusão em suas escolhas. Deste modo, os Gestores podem auxiliar a Geração Z no encontro de suas verdadeiras vocações, do que estes realmente gostam e sentem prazer em exercer, pois a mudança repentina

01 a 04 de outubro de 2018

Evento: XXIII Jornada de Pesquisa

de cursos e de profissão, aliada às escolhas impulsivas dos jovens podem vir a acarretar em futuros conflitos dentro das empresas, como por exemplo, o abandono de cargos e responsabilidades para a realização de um novo começo profissional, impactando negativamente nos objetivos dos Gestores e das organizações.

Dentro deste contexto, Martins; Flink (2013) afirmam que a Geração Z possui liberdade de escolha diferente de outras Gerações, enquanto Verdú (2015) complementa que é uma Geração que pensa estar preparada para salvar o mundo, porém ainda não sabe muito bem como realizar isso.

Quando questionados sobre a percepção em relação ao que a Geração Z espera das empresas e da profissão escolhida, os Gestores responderam que acreditam que estes jovens estão mais preocupados com suas vocações do que com ganhar dinheiro, pois se existe um interesse nato por qualquer que seja a profissão, o indivíduo irá se realizar. Os mesmos destacam que ao buscar o melhor dentro da profissão escolhida o tornará uma referência de sucesso, e que para a Geração Z o sucesso não está totalmente ligado a dinheiro.

Entretanto, os Gestores enfatizam que os jovens que sabem realmente o que querem em uma empresa ou na profissão escolhida são a minoria, o restante precisa “acordar” para as exigências do mercado, buscar formação em áreas que realmente gostam, se profissionalizar continuamente e posicionar-se no mundo profissional para alcançar o êxito que buscam, seja ele financeiro ou não.

Vindo ao encontro da visão dos Gestores, conforme análise realizada através do questionário aplicado com os jovens característicos da Geração Z, sob o ponto de vista destes em relação às empresas e profissões escolhidas para exercer suas funções, 45% dos jovens considera importante e 30% dos respondentes considera fundamental uma escolha baseada em valores e princípios da empresa/profissão alinhados aos valores pessoais.

Entende-se que atualmente Gestores e suas organizações devem estar atentos a todas as subjetividades, vivências, crenças e experiências que os profissionais carregam em si, podendo assim, influenciar na cultura organizacional e no alcance de sua produtividade. Deste modo, Chiavenato (2003) complementa que antes havia uma preocupação maior em máquinas e métodos para a realização de tarefas, passando hoje para uma preocupação com as pessoas que operam estas máquinas e executam as tarefas, e também uma preocupação focada nos grupos sociais.

Quando questionados sobre quais as características mais importantes o mercado de trabalho está procurando nos jovens profissionais, os Gestores afirmam que vai depender muito do segmento da organização, ou seja, uma empresa voltada à publicidade deve procurar por jovens com perfil criativo e inovador, enquanto uma indústria tradicional procura por jovens com perfis comprometidos, conservadores e com senso de trabalho coletivo. Deste modo, segundo a opinião dos Gestores, há espaço no mercado de trabalho para todos os estilos e perfis profissionais. Complementam que é importante o Gestor aprender a alinhar estes diferentes perfis com a cultura e identidade de cada empresa, neste momento, a vocação do indivíduo irá auxiliar em sua melhor

01 a 04 de outubro de 2018

Evento: XXIII Jornada de Pesquisa

escolha.

A Geração Z chega ao mercado de trabalho com o perfil comportamental em construção, baseado nas experiências e vivências em que estão inseridos, portanto, é importante salientar que esta Geração ainda não pode ser totalmente caracterizada, pois está em fase de desenvolvimento no mundo organizacional. Desta forma, é importante que as empresas e Gestores saibam acolher e desenvolver este jovem, alinhando seu perfil ao perfil de trabalho que a empresa precisa.

Os Gestores também enfatizam como características importantes os profissionais responsáveis, que desenvolvam sua autonomia para o trabalho e saibam entregar resultados qualitativos e quantitativos. Sobre tudo, Pereira; Blanes (2014) afirmam que a geração Z ativa no mercado profissional hoje, demonstra um perfil que não leva muito a sério as responsabilidades do ambiente de trabalho, pois são jovens distraídos e conectados a um mundo virtual paralelo ao mundo real.

Esta divergência no perfil da Geração Z, exposto por Pereira; Blanes (2014) conduz a uma possível desconfiança dos Gestores em relação à capacidade de desenvolvimento de responsabilidades pelos jovens. Esta desconfiança deve ser trabalhada aos poucos pela Gestão da empresa, principalmente no que consiste na delegação de tarefas simples até as mais complexas e no monitoramento da execução destas tarefas por parte do jovem, assim, cria-se aos poucos, uma relação de credibilidade e confiança entre Gestor e funcionário e a identificação de novos talentos.

Quando perguntados se acreditam que os jovens da Geração Z são menos “leais” às empresas comparadas às demais Gerações, identificou-se a unanimidade nas respostas. Todos os Gestores acreditam que a Geração Z gosta da mudança simplesmente pelo fato de mudar, vindo de encontro pensamento de Martins; Flink (2013) onde afirmam que a Geração Z é caracterizada pelo verbo “zapear”, ou seja, mudam rápida e repetidas vezes, seja essa mudança uma peça de roupa, uma frequência de rádio ou um programa de televisão.

Os Gestores complementam que a Geração Z não “se apegam” às coisas e aos objetivos de uma empresa, pois tudo deve fazer sentido, se não fizer mais sentido, haverá mudança. Conforme Oliveira (2009) os jovens dessa Geração são mais leais a si mesmos do que à organização, contrariando a característica de lealdade de Gerações antecessoras.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Após a teorização de diversos conceitos das Gerações atuantes no mercado de trabalho, aliado ao resultado da aplicação do questionário com os jovens da Geração Z e da entrevista com os Gestores organizacionais, têm-se de forma muito clara a importância da identificação e compreensão do novo perfil dos jovens característicos da Geração Z em relação ao mercado de trabalho e a escolha de suas profissões.

01 a 04 de outubro de 2018

Evento: XXIII Jornada de Pesquisa

Diante de organizações compostas por diversas Gerações em um mesmo ambiente de trabalho competitivo, encontra-se uma diferenciação do novo perfil da Geração Z em relação ao perfil profissional das demais Gerações. A Geração Z chega ao mercado de trabalho mais leal a si mesmo e aos seus objetivos, autoconfiante, com a perspectiva de exercer suas funções em ambientes de trabalho mais flexíveis com o espírito de empreendedorismo aguçado.

Embora os Gestores já compreendam que a Geração Z está chegando ao mercado de trabalho com um novo perfil profissional, é necessário que estes identifiquem novas possibilidades de gerenciar os processos de gestão de pessoas de forma eficaz e estratégica, a fim de adaptar a Geração Z à rotina de trabalho e envolvê-los de forma produtiva com os demais profissionais da organização.

A Geração Z mostra-se como uma Geração que está mais preocupada com sua carreira do que com as responsabilidades das empresas em que fazem parte, possuem a característica de mudança e são flexíveis, adaptando-se facilmente com o grupo de trabalho, independentemente da idade dos demais profissionais. A Geração se caracteriza como uma Geração que se relaciona de forma horizontalizada, tanto com colegas de trabalho da mesma função como com seus superiores, preferem líderes amigos à chefes autoritários e gostam de exercer suas funções de forma independentes e livre, muitas vezes causando possíveis conflitos ou erros por falta de comunicação com a equipe.

É possível observar que a Geração Z possui uma liberdade de escolha muito mais abrangente que as demais Gerações, pois vivenciamos um momento onde a sociedade está diante de muitas informações disponíveis e de uma gama de opções profissionais, por este motivo, a Geração Z pode vir a demorar mais tempo para tomar decisões em relação à escolha de suas profissões. Entretanto, considera-se como uma Geração que chega ao mercado de trabalho mais preocupada em exercer suas atividades em empresas e profissões que possuam valores e princípios parecidos com os seus.

A preferência por formas de trabalho em modelos mais abertos e flexíveis é um desejo da nova Geração, que tem como característica o trabalho de forma mais horizontalizada, porém, é uma Geração que demonstra facilidade em adaptar-se a todos os tipos de trabalho, desde que compreenda o sentido e o significado do trabalho que está exercendo e que este satisfaça suas subjetividades e desejos pessoais.

A pesquisa também demonstrou que a Geração Z possui interesse em empreender e abrir o próprio negócio, isto mostra que os desejos e a forma de construir uma carreira podem mudar ao longo do tempo, a Geração Z se apresenta como uma Geração que gosta de exercer suas atividades de forma independente e chegam ao mercado de trabalho com o espírito de autoconfiança, estas características conduzem a Geração ao desejo de gerenciar o próprio negócio. É importante que estes jovens característicos da Geração Z sejam continuamente incentivados desde cedo a possuírem interesse ao empreendedorismo.

Este estudo limitou-se a compreender o perfil e as perspectivas da Geração Z em relação ao

01 a 04 de outubro de 2018

Evento: XXIII Jornada de Pesquisa

mercado de trabalho e a escolha de profissões, realizando uma pesquisa através de questionário aplicado com uma amostragem de 100 jovens de 17 a 22 anos, residentes na cidade de Ijuí/RS.

Cabe destacar que há uma limitação de referências bibliográficas no que se diz respeito às características e ao perfil da Geração Z, por se tratar de uma Geração que ainda está em processo de formação e construção, portanto, a presente pesquisa se propõe a complementar o referencial do objeto de estudo. Esse grupo de limitações abre caminho para novas possibilidades de futuras pesquisas, sendo este o interesse do autor.

REFERÊNCIAS

CHIAVENATO, Idalberto. **Introdução à teoria geral da administração**: uma visão abrangente e moderna na administração das organizações / Idalberto Chiavenato - 7. ed. rev. e atual. - Rio de Janeiro: Elsevier, 2003 - 12ª Reimpressão.

DALAPRIA, Noemi Thomaz et al. **A inserção da Geração Z no Mercado de Trabalho e o impacto causado nas organizações**. Congresso Internacional de Administração. Set. de 2015, ISSN: 1983-6791 Paraná.

GERHARDT, Tatiana Engel. Silveira, Denise Tolfo. **Métodos de Pesquisa** / Tatiana Engel Gerhardt e Denise Tolfo Silveira; coordenado pela Universidade Aberta do Brasil - UAB/UFRGS e pelo curso de Graduação Tecnológica - Planejamento e Gestão para o Desenvolvimento Rural da SEAD/UFRGS. - Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social** / Antônio Carlos Gil. - 5. Ed. 7. Reimpressão - São Paulo: Atlas, 2006.

GIL, Antonio Carlos, 1946 - **Como elaborar projetos de pesquisa** / Antonio Carlos Gil. - 5. Ed. - São Paulo: Atlas, 2010.

LADEIRA; Lílían Bonsanto et al. O conflito de Gerações e o impacto no ambiente de trabalho. **IX Congresso Nacional de Excelência em Gestão**, jun. de 2013, ISSN 1984-9354 Rio de Janeiro.

MARTINS, Thiago Hamilton; FLINK, Richard. Competências para Gerenciar Diferentes Gerações. **VII Congresso Virtual Brasileiro - Administração**. Disponível em: <http://www.convibra.com.br/artigo.asp?ev=22&id=7412>. Acesso em: 2 jun. 2017.

MENETTI, Sandra Aparecida Pagliaci Pulino. **O comprometimento organizacional da Geração Y no Setor de Conhecimento Intensivo** / Sandra Aparecida Pagliaci Pulino Menetti. São Caetano do Sul: USCS / Universidade Municipal de São Caetano do Sul, 2013.

NOMURA, Maria Carolina. **Conheça a Geração Z**. Economia.ig, 2010. Disponível em:

01 a 04 de outubro de 2018

Evento: XXIII Jornada de Pesquisa

<http://economia.ig.com.br/carreiras/conheca-a-geracao-z/n1237745110115.html>. Acesso em: 5 set. 2017.

OLIVEIRA, S. **Geração Y: A era das conexões - tempo dos relacionamentos**. São Paulo : Clube dos Autores, 2009.

PEREIRA, Claudio dos Santos. BLANES, Maria Lopes Barbosa. **Choque de Gerações no Ambiente de Trabalho**. Faculdade de Pindamonhangaba, 2014. Disponível em: <http://www.bibliotecadigital.funvicpinda.org.br:8080/jspui/bitstream/123456789/297/1/PereiraBlanes.pdf>. Acesso em: 6 set. 2017.

SANCHEZ, Hector. **A geração Z deve transformar o mundo dos negócios**, 07/06/2017. Disponível em: <http://www.inova.jor.br/2017/06/07/geracao-z-negocios/>. Acesso em: 01 set. 2017.

SANTOS, A. L; **A Geração Y nas organizações modernas**: um estudo exploratório sobre a gestão dos jovens nas organizações. Dissertação de Mestrado em Administração. FEA/USP, São Paulo. 2011.

SANTOS, Cristiane Ferreira et al. **O processo Evolutivo Entre as Gerações X, Y, Baby Boomers**. XIV SemeAd Seminário de Administração, Out. de 2011, ISSN 2177-3866 São Paulo.

SOUZA, Sérgio Luiz Baena de. **Fatores Que Influenciam Os Consumidores Da Geração "Z" Na Compra De Produtos Eletrônicos**. 2011. 189 f. Dissertação (Mestrado em Administração) - Pró-Reitoria de Pesquisa, Extensão e Pós-Graduação, Universidade Potiguar, Natal, 2011. Disponível em: <http://portal.unp.br/arquivos/pdf/cursos/posgraduacao/administracao/dissertacoes/2011/sergio-baene.pdf>. Acesso em: 17 jun. 2017.

SUTTO, Giovana. **O que a chegada da Geração Z vai mudar no mercado de trabalho**. Infomoney, 2017. Disponível em: <http://www.infomoney.com.br/carreira/emprego/noticia/6849392/que-chegada-geracao-vai-mudar-mercado-trabalho>. Acesso em: 29 ago. 2017.

TIBA, Içami. **Conheça a Geração Z**. Portal Carreira & Sucesso, 2009. Disponível em <http://www.catho.com.br/carreira-sucesso/noticias/tendencias/conheca-a-geracao-z>. Acesso em: 17 jun. 2017.

VERDÚ, DANIEL. **Geração Z mudará o mundo**. El País, 2015. Disponível em: brasil.elpais.com/brasil/2015/05/02/sociedad/1430576024_684493.html. Acesso em: 3 set. 2017.

ZEMKE, R.O.; **Respeito às Gerações**. In: MARIANO, S.R.H.; MAYER, V.F. (Org.). Modernas Práticas na Gestão de Pessoas. Rio de Janeiro, 2008.