
Faculdade de Tecnologia de Americana – Ministro Ralph Biasi
Curso Superior de Tecnologia em Gestão Empresarial

Suelem de Freitas

**DESAFIO EMPRESARIAL: COMO AS EMPRESAS PODEM RETER O
TALENTO DA GERAÇÃO Z**

Faculdade de Tecnologia de Americana – Ministro Ralph Biasi
Curso Superior de Tecnologia em Gestão Empresarial

Suelem de Freitas – RA 004064151030

**DESAFIO EMPRESARIAL: COMO AS EMPRESAS PODEM RETER O TALENTO
DA GERAÇÃO Z**

Trabalho de graduação apresentado como exigência parcial para obtenção do título de Tecnólogo em Gestão Empresarial pelo CEETEPS/Faculdade de Tecnologia – FATEC/ Americana sob a orientação do Ms. Sergio Luiz Cabrini
Área de concentração: Gestão de pessoas.

FICHA CATALOGRÁFICA – Biblioteca Fatec Americana - CEETEPS
Dados Internacionais de Catalogação-na-fonte

F988d FREITAS, Suelem de

Desafio empresarial: como as empresas podem reter o talento da geração Z. / Suelem de Freitas. – Americana, 2019.

39f.

Monografia (Curso Superior de Tecnologia em Gestão Empresarial) - -
Faculdade de Tecnologia de Americana – Centro Estadual de Educação
Tecnológica Paula Souza

Orientador: Prof. Ms. Sérgio Luiz Cabrini

1 Administração de recursos humanos I. CABRINI, Sérgio Luiz II. Centro
Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza – Faculdade de Tecnologia de
Americana

CDU: 658.3

Faculdade de Tecnologia de Americana – Ministro Ralph Biasi

Suelem de Freitas

DESAFIO EMPRESARIAL: COMO AS EMPRESAS PODEM RETER O TALENTO DA GERAÇÃO Z

Trabalho de graduação apresentado como exigência parcial para obtenção do título de Tecnólogo em Gestão Empresarial pelo CEETEPS/Faculdade de Tecnologia – FATEC/Americana.

Área de concentração: Gestão de pessoas

Americana, 05 de dezembro de 2019.

Banca Examinadora:



Sérgio Luiz Cabrini
Mestre
Faculdade de Tecnologia de Americana



Silvia Aparecida José e Silva
Mestre
Faculdade de Tecnologia de Americana



Edison Valentim Monteiro
Mestre
Faculdade de Tecnologia de Americana

RESUMO

Este trabalho de conclusão de curso, pretende mostrar as diferenças entre as gerações baby boomers, x, y e z, com foco na geração z que está começando a ingressar no mercado de trabalho, e tem características bem distintas das outras gerações. Serão apresentadas as características de todas as gerações citadas, bem como o conceito de talentos. A proposta é auxiliar as organizações a entender e otimizar o relacionamento com esses novos e futuros colaboradores, a fim de compreendê-los e diminuir a rotatividade de capital humano. Ao final do trabalho estão os resultados do questionário que foi aplicado para entender o que motiva os colaboradores, e o que os jovens da nova geração estão buscando em um emprego.

Palavras chaves: Gerações, geração Z, rotatividade, colaboradores

ABSTRACT

This undergraduate thesis is intended to show the differences between the baby boomer, x, y, and z generations, with a focus on generation z that is just entering the job market, and has very distinct characteristics from other generations. The characteristics of all generations mentioned will be presented, as well as the concept of talents. The purpose is to help organizations understand and optimize the relationship with these new and future employees, in order to understand them and reduce the turnover of human capital. At the end of the paper are the results of the questionnaire that was applied to understand what motivates employees, and what young people of the new generation are looking for in a job.

Key words: Generations, generation Z, turnover, employees.

LISTA DE TABELAS

Tabela 1: Os novos paradigmas do século XXI.....	11
Tabela 2: Características das gerações X,Y e Z.	20
Tabela 3: Pessoas como recursos versus pessoas como colaboradoras e parceiras das organizações.	22
Tabela 4: As bases estruturais do talento humano.	24
Tabela 5: As 10 empresas dos sonhos que os jovens desejam trabalhar.....	24

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Idade.....	27
Gráfico 2: O que é mais importante no mercado de trabalho?	27
Gráfico 3: Onde você mais gostaria de trabalhar?	28
Gráfico 4: Qual o principal fator que te faria trocar de emprego?.....	29

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	10
1.1 Justificativa	11
1.2 Situação problema	12
1.3 Objetivos	13
1.3.1 Objetivo geral.....	13
1.3.2 Objetivo específico.....	13
1.4 Metodologia	13
2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	15
2.1 O que são as gerações	15
2.1.1 Baby Boomers	15
2.1.2 Geração X.....	16
2.1.3 Geração Y.....	16
2.1.4 Geração Z.....	17
2.2 Características das gerações.....	17
2.3 As mudanças na cultura empresarial	21
2.3.1 Talento nas organizações.....	22
2.4 Os desafios em trabalhar com a Geração Z	24
2.5 O que a Geração Z procura nas empresas.....	26
2.5.1 Como reter e motivar os jovens da Geração Z	28
3. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	30
REFERÊNCIA	31
APÊNDICE A.....	35
APÊNDICE B.....	37

1. INTRODUÇÃO

A literatura aponta que as diferenças de idade classificam as diferentes gerações e suas respectivas características, de acordo com o cenário de cada época em que os seres humanos nascem e são criados. De acordo com Veloso, Dutra e Nakata (2016), essas gerações apresentam diferentes atitudes perante a vida e o trabalho, classificando as gerações de profissionais ativos como Baby Boomers, Geração X, Geração Y e Geração Z.

Tais mudanças de características entre as gerações também causam grandes impactos nas organizações, afetando em diversos sentidos a relação entre as empresas e seus colaboradores. Por este motivo, é crucial a adaptação do modo empresarial de pensar e agir com seus funcionários, respeitando as peculiaridades comportamentais de cada geração.

Chiavenato (2014), buscou demonstrar, como no Quadro 1, algumas mudanças do atual mercado, separando as informações em século XX (Baby Boomers, Geração X e Y) e século XXI (geração Z). Como se pode observar, no século XX, o método de trabalho era mais voltado para a estabilidade/previsibilidade, havia um controle por meio de regras e hierarquias, rigidez organizacional, entre outras coisas. No século XXI, o foco mudou, pois nos dias atuais busca-se melhorias contínuas, o controle por meio da visão e dos valores, organizações virtuais e flexibilidade permanente. Observando o quadro, é possível visualizar de maneira mais clara tais mudanças.

Tabela 1: Os novos paradigmas do século XXI.

Século XX	Século XXI
<ul style="list-style-type: none"> • Estabilidade, previsibilidade • Porte e escala de produção • Comando e controle de cima para baixo • Rigidez organizacional • Controle por meio de regras e hierarquia • Informações em segredo • Racionalidade e análise quantitativa • Necessidade de certeza • Reativo e avesso ao risco • Orientado para o processo • Autonomia e independência corporativa • Foco na organização inteira • Busca de consenso • Orientação para o mercado nacional • Vantagem competitiva sustentável • Competição por mercados atuais 	<ul style="list-style-type: none"> • Melhoria contínua, descontinuidade da mudança • <i>Empowerment</i> e liderança de todos • Organizações virtuais e flexibilidade permanente • Controle por meio da visão e dos valores • Informações compartilhadas • Criatividade e intuição • Tolerância à ambiguidade • Proativo e empreendedor • Orientado para os resultados • Interdependência e alianças estratégicas • Integração virtual • Foco no ambiente competitivo • Contenção competitiva • Foco internacional • Vantagem colaborativa e reinvenção da vantagem • Hiperconcorrência por mercados futuros

Fonte: CHIAVENATO (2014, p.36)

O presente estudo fará, inicialmente, uma abordagem das principais gerações e suas características, mostrando que existem diferenças específicas entre elas.

Posteriormente, será estudada mais detalhadamente a Geração Z, caracterizando quem a forma, quais as vantagens e desvantagens do comportamento dessa geração no sentido empregatício, como essa geração se comporta em relação ao seu futuro profissional, quais são seus anseios e principais características.

Através do entendimento de tais questões, procuraremos demonstrar que a Geração Z pode contribuir muito para as organizações, desde que essas aprofundem seu entendimento sobre o perfil da Geração Z.

1.1 Justificativa

O motivo do presente estudo é desenvolver percepções sobre as dificuldades em pertencer à geração Z e inserir-se no mercado de trabalho.

De acordo com observações pessoais da autora, os jovens da geração Z, apesar de inconstantes, possuem grande acesso à informações por conta da globalização digital que vivem todos os dias, também observa-se uma mudança na

percepção de sucesso que as antigas gerações possuíam, pois atualmente acredita-se que encontrar prazer no que se faz é mais importante do que quanto se recebe por isso. A Geração Z também é motivada constantemente por novos desafios, por isso, alguns dizem que eles são desprezados com as organizações.

Na área social, este tema mostra que é relevante a partir do momento que as organizações passam a buscar novos talentos no mercado, se deparando com a inserção das características dos profissionais da Geração Z, e o desafio de despertar os talentos deste público.

Academicamente, o estudo pode auxiliar a universidade a discutir questões muito importantes, considerando que grande parte do público estudantil é composto pelos jovens da geração Z.

1.2 Situação problema

Com o decorrer dos anos, as pessoas e o ambiente que as cercam sofreu diversas mudanças, e, com isso, suas peculiaridades de comportamento também foram modificadas. Tais alterações nas características das pessoas de uma determinada idade, são denominadas como geração. Cada geração possui traços de personalidade própria, ocasionando a necessidade de que as empresas se adaptem a esse novo grupo de pessoas.

As gerações da atualidade são bastante distintas daquelas de nossos pais e avós, afinal, já nascem com o fácil acesso à informações e tecnologia. Portanto, o grande desafio das empresas têm sido acompanhar todo o fluxo de mudança, em especial, as alterações comportamentais que impactam diretamente a “fidelidade” e lealdade dos colaboradores com as companhias.

As pessoas mais antigas, viam como sucesso entrar em uma empresa e fazer carreira nela, portanto as organizações conseguiam manter o talento delas por um longo período de tempo. Mas as gerações da atualidade, sendo mais específica a Z, pensa diferente, ela é motivada por novos desafios, para eles é mais importante de se ter prazer no que faz, do que o dinheiro recebido por isso.

Então a situação problema por trás deste trabalho, é o desafio empresarial, como as empresas irão conseguir manter o talento desses funcionários novos na organização, evitando a rotatividade dos mesmos.

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo geral

Esse trabalho tem como objetivo geral demonstrar a importância da utilização da mão de obra da geração Z pelas organizações.

1.3.2 Objetivo específico

Visando atingir o objetivo proposto por esse trabalho definiu-se os seguintes objetivos:

- Apresentar as diferentes gerações, mostrando suas características e peculiaridades.
- Definir os talentos e os tipos de talentos.
- Mostrar os problemas da geração Z nas organizações
- Demonstrar como a geração Z pode auxiliar a organização a melhorar a sua competitividade.

1.4 Metodologia

A pesquisa realizada será de natureza exploratória, pois tem como objetivo esclarecer o problema da pesquisa e demonstrar suas principais características (MALHOTRA, 2012).

A fonte de dados utilizadas no trabalho será a pesquisa bibliográfica, buscando em livros de autores renomados como Chiavenato, Marras, entre outros. Assim como a exploração artigos acadêmicos e sites na internet que apresentem o assunto proposto.

A pesquisa bibliográfica é desenvolvida a partir de material já elaborado, constituído principalmente de livros e artigos científicos [...] A principal vantagem da pesquisa bibliográfica reside no fato de permitir ao investigador a cobertura de uma gama de fenômenos muito mais ampla do que aquela que poderia pesquisar diretamente. (GIL, 2008, p.50)

A utilização do estudo de caso, através da pesquisa de campo com os jovens dessa atual geração, vem com o intuito de analisar e observar o que eles consideram importante para se manter nas organizações.

O estudo de caso é caracterizado pelo estudo profundo e exaustivo de um ou de poucos objetos, de maneira a permitir o seu conhecimento amplo e detalhado, tarefa praticamente impossível mediante os outros tipos de delineamentos considerados (GIL, 2008, p.57-58).

Para a aplicação da pesquisa de campo, será utilizado um questionário, o qual deverá ser aplicado a jovens estudantes pertencentes a Geração Z, e a apresentação dos dados recolhidos será feita através de gráficos e texto.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 O que são as gerações

De acordo com Forquin (2003), o termo “geração” se destina à especificação de uma classe ou categoria de idade característica. Histórica e sociologicamente, se trata de um conjunto de pessoas nascidas na mesma época (entre um espaço de tempo), com semelhanças culturais e/ou experiências históricas equivalentes.

Antigamente, uma geração costumava ser formada a cada 25 anos, porém, atualmente, este período foi modificado, e já não se espera tanto tempo para definir uma nova classe genealógica. Nos últimos anos, estudiosos passaram a classificar uma nova geração a cada dez anos, aproximadamente.

Para as empresas, este fato significa uma necessidade latente de lidar com pessoas de diferentes idades, com alguns costumes e culturas distintos e convivendo juntas em um mesmo ambiente, trocando experiências e, com certa frequência, vivenciando conflitos.

2.1.1 Baby Boomers

Os Baby Boomers são considerados os filhos da guerra, pois foi a partir de 1946, ao final da segunda guerra, que ocorreu uma explosão de natalidade e vários bebês nasceram. Este movimento apelidou a geração nascida entre 1946 e 1964, por conta do “boom” (explosão) de bebês.

São as pessoas que vivenciaram uma época de guerras (como a Guerra Fria e a Guerra do Vietnã) e movimentos dos mais diversos tipos, em especial, os movimentos que idealizavam a liberdade, como o feminismo e outros grupos de apoio à negros e homossexuais, além do movimento hippie.

Foram pessoas educadas com rigidez, ensinadas a seguir as regras com obediência e disciplinadamente. É uma geração que sempre foi induzida ao questionamento e ao estudo aprofundado das coisas. São consideradas pessoas extremamente ativas e otimistas, apesar de terem vivido em uma época conturbada, acreditavam, e ainda acreditam, que podem mudar o mundo.

2.1.2 Geração X

A Geração X é aquela que nasceu em meados de 1965 e 1978, também vivenciando um período de guerras, a queda do muro de Berlim e o surgimento da AIDS. Os Xs cresceram em um período de muitas mudanças conceituais, e acompanharam, durante grande parte de suas vidas, a busca constante pela tecnologia que possuímos hoje. São considerados filhos dos Baby Boomers, e pais dos Y.

Apesar de ainda possuírem algumas atitudes e ideias bastante conservadoras, a mudança de conceitos vividos por eles rompeu com muitos paradigmas da geração anterior. A Geração X passou a conviver, por exemplo, com famílias de pais separados e que trabalhavam fora. No Brasil, nasceram na época da ditadura militar e presenciaram a “Diretas já”.

Essa geração viu o surgimento e a criação do computador pessoal, da internet, da impressora, celular, e outro eletrônicos, tendo que se empenhar para aprender a mexer e conseguir acompanhar todas essas novidades que não existiam quando nasceram, para eles, era algo completamente novo e fantástico.

2.1.3 Geração Y

Os jovens da Geração Y, são os nascidos no início da década de 80, até os primeiros anos da década de 90. Também chamados de Millenials, estes são consideradas os filhos da Geração X, e foram os primeiros a se beneficiar com a tecnologia e internet.

Essa geração faz parte do primeiro grupo de pessoas verdadeiramente globalizadas, que cresceu e acompanhou o avanço das tecnologias, o que proporcionou a eles uma comunicação entre si como nenhuma outra geração havia conseguido antes.

É neste grupo que começa a conceitualização de priorizar a qualidade de vida acima de qualquer outra coisa. Por isso, são as pessoas que começaram a “curtir a vida” com mais intensidade, saindo do padrão visto nas gerações anteriores.

2.1.4 Geração Z

Os jovens da Geração Z, são os que nasceram depois da metade dos anos 90 até os dias atuais. Estes jovens crescem na era do *World Wide Web*, o conhecido “*www*”. Essa geração é apelidada pela letra Z de “zapear”. Segundo o site Catho (2011), “zapear” é o ato de trocar de canal de TV constantemente pelo controle remoto, ou seja, essa noção de troca rápida e constante batizou esse grupo etário.

Diferentemente das demais gerações, que tiveram que aprender como lidar com a tecnologia, a Z já nasce com ela na mão, seja através das televisões, smartphones, tablets e etc. São usuários cotidianos e assíduos da tecnologia, seja para estudar, trabalhar, se relacionar com pessoas (amigos e famílias) ou se divertir. A praticidade e a velocidade de toda essa informação é algo natural para eles.

Segundo alguns profissionais, como Dado Schneider para o site El País, essa geração tem tudo para ser revolucionária, pois a relação deles com o tempo é outra, é tudo extremamente rápido, instantâneo. Schneider também diz que eles já sabem o que querem, e quando querem.

2.2 Características das gerações

Como já abordado anteriormente, estes grupos de pessoas nascidas em determinada faixa de tempo acabam por criar características comum entre eles, ocasionadas, principalmente, pelo ambiente e contexto histórico em que são nascidos e crescem.

Estudos ao redor de todo o mundo e voltados à diferentes áreas, mostram características bastante comuns entre as pessoas desses grupos, as quais afetam não somente seu comportamento pessoal, como também a realidade e abordagem dentro do ambiente empresarial, alterando, por exemplo, as percepções do que seria um trabalho ideal ou a percepção de “carreira” destes jovens.

Por exemplo, a geração de Baby Boomers encara com mais compreensão fatores como a disciplina e a obediência, facilitando o trabalho de maneira hierárquica. Um fator que enfrenta resistência por parte de todas as demais gerações. Além disso, os Boomers aprenderam e exercitaram o que é trabalho de equipe, tanto na escola quanto nos empregos.

Esta também é a geração que “veste a camisa”, pois são pessoas totalmente dedicadas ao trabalho, que é frequentemente tratado como prioridade, podendo, até mesmo, colocar muitos outros fatores à frente sua qualidade de vida. Este fato também os torna mais competitivos e voltados a resultados concretos e palpáveis.

Enquanto isso, os Xs são aqueles que carregam muitas características da geração anterior, mas com sinais característicos das gerações mais modernas. Apesar de também “vestirem a camisa” das empresas, passam a ser mais resistentes à ideia de autoridade e hierarquia. Além disso, o trabalho começa a ser um pouco menos priorizado, apesar de ainda estar no topo. Essa geração dá um passo à frente na busca pelo equilíbrio entre a vida profissional e pessoal.

Apesar de gostarem das coisas feitas de maneira correta e de sentirem a sensação de pertencimento de uma empresa como família, começam a preferir algumas informalidades do ambiente de trabalho.

Este grupo passa a ter contato com a tecnologia quando ainda jovens, se adaptando a essas mudanças de maneira lenta, porém mais habilidosa do que seus pais. Costumam ser pessoas dedicadas e experientes em seus trabalhos e com ritmo mais acelerado, o que, frequentemente, causa stress.

De acordo com Oliveira (2011), os nascidos da Geração Y são curiosos, hiperativos, possuem menos preconceitos do que as antigas gerações, são comunicativos e na maioria das vezes ambiciosos. São pessoas que tendem a serem imediatistas, querem tudo para ontem, e também autoconfiantes em excesso, acreditam serem os melhores em tudo, correndo o risco de se tornarem superficiais e arrogantes (Oliveira, 2011, p.14).

A Geração Y passa a apresentar características que são mais semelhantes à Geração Z, do que com as gerações anteriores. Foram as primeiras crianças que, em grande parte, foram criadas com as mães trabalhando fora de casa. Por isso, passam a ser a geração que pouco aceita ordens, e enfrentam com coragem posições de poder. Assim como a próxima, são fascinados por desafios, mas gostam que as coisas sejam feitas do seu jeito.

No emprego, os Millenials mostram-se desejosos de trabalhar e aprender, com forte adaptação às atividades “multitarefa”, afinal, já nasceram em uma era de mudanças constantes, considerados “nativos digitais”. Além disso, passam a ter um compromisso determinado com seus valores em relação aos valores das empresas.

Por fim, a Geração Z, ainda considerados uma incógnita, por serem pessoas relativamente jovens, são mais conhecidos por serem críticos, dinâmicos, individualistas, exigentes, autodidatas e pouco suscetíveis a críticas. São os colaboradores que não gostam de hierarquias e nem de horários pouco flexíveis, podem chegar a serem considerados pessoas de personalidade forte.

Essa geração nunca viveu em um mundo sem computador, e, por isso, são considerados desapegados das fronteiras geográficas. Para eles, a globalização é algo tão natural, que eles já aprenderam a conviver com ela desde a infância. No quesito informação, eles estão um passo à frente dos mais velhos, que estão concentrados em se adaptar aos novos tempos (Meyer, 2017).

No mercado de trabalho, passamos a encontrar com raridade Baby Boomers, pois são as pessoas que já se aposentaram e finalizaram seu dever com o trabalho. Os X são, com frequência, as pessoas que estão nos maiores cargos, por conta de sua bagagem de experiência. Mas isso não é uma regra, visto que os Y têm, cada vez mais, dominado com força posições de liderança dentro das organizações. Já os Zs são os novos entrantes do mercado, e, com frequência, considerados um desafio para as empresas.

Olhando para o mercado de trabalho, algumas características mais marcantes de cada geração para fatores importantes no ambiente empresarial foram listadas, como demonstra o Quadro 2, baseado em estudos de Meyer (2017). Neste quadro, é possível observar que, para a Geração X, por exemplo, o valor do trabalho é tratado como uma obrigação, a qual é considerada importante para se ter uma vida estável. Por outro lado, a Geração Z enxerga isso de outra forma, e consideram o valor do trabalho como uma forma de satisfação, pois o trabalho deve algo que gera felicidade através da satisfação profissional. Sobre a comunicação, a Geração Z prefere os meios eletrônicos, como, por exemplo, e-mail e mensagens de texto, que já são utilizadas em seu cotidiano, enquanto a Geração X prefere o contato pessoal e a Geração Y opta pelo meio termo, podendo ser tanto presencial quanto eletrônico.

Tabela 2: Características das gerações X,Y e Z.

	Geração X	Geração Y	Geração Z
Valor do trabalho	<i>Obrigação, para se ter uma vida estável.</i>	<i>Dinheiro, sem meu trabalho não venço.</i>	<i>Satisfação, meu trabalho deve me deixar feliz.</i>
Hierarquia	<i>Total Obediência, se ele está em cima merece.</i>	<i>Respeito, não merece, porém respeito o cargo.</i>	<i>Legitimação, mostre que você merece ser líder</i>
Velocidade	<i>Muito tempo, tudo é demorado e burocrático.</i>	<i>Profundidade, tudo é visto em detalhes.</i>	<i>Imediatismo, tudo é muito rápido.</i>
Comunicação	<i>Pessoal, converse comigo pessoalmente.</i>	<i>Meio Termo, pessoal ou eletrônico.</i>	<i>Eletrônico, tudo por e-mail, sms e outros.</i>

Fonte: Meyer (2017), para o site Oficina da Net.

De acordo com o site Catho (2011) uma nova conduta de carreira está sendo formada, pois os profissionais da Geração Z não pretendem trabalhar em uma única empresa por anos, como acontecia na Geração X. Para essa nova Geração, o segredo do sucesso é fazer o que gosta, pois acreditam que o prazer no que se faz é muito mais importante do que o dinheiro recebido por isso. O fato de serem apaixonados por novos desafios e difíceis de convencer os tornam um desafio não somente para seus pais, como para seus superiores hierárquicos nas empresas.

Por estar em constante mudanças e querer desafios constantes, reter esses talentos será um desafio para as empresas. A permanência durante muitos anos em uma mesma empresa será algo raro, e as corporações terão que saber extrair o melhor desses profissionais enquanto estiverem atuando na companhia. (WIESEL, Gilberto para o site Catho, 2011.)

Uma reportagem realizada pelo site G1 em 2014, mostrou o resultado de uma pesquisa que traça o perfil da Geração Z e mostra características de jovens no Rio Grande do Sul. Segundo a autora da pesquisa, Luciana de Moraes, essas pessoas já não fazem distinção nenhuma do mundo online e off-line. De acordo com os pesquisadores, a realidade da Geração Z é uma soma de fatores variáveis, como por exemplo: os pais fora de casa, a sensação de insegurança e o maior acesso ao mundo através da internet. Os pais dessa geração normalmente se comportam mais como amigos de seus filhos do que pais, e isso agrava a imposição de limites aos jovens.

Após os resultados desta pesquisa realizada no Rio Grande do Sul, pode-se dizer também que esta é uma geração precoce, pois os jovens estão começando a ter experiências mais cedo do que seria o adequado. Dos 400 jovens que responderam às perguntas, 61% afirmaram que consomem bebidas alcoólicas e 27% disseram que fumam maconha. Vale ressaltar que os jovens que responderam essa pesquisa possuíam de 13 a 18 anos.

Tais fatores tornam os desafios de lidar com a Geração Z uma questão problemática para muitos gestores, que, além de lidar com as mudanças ambientais pelas quais as empresas passam com frequência cada vez maior, também têm que investir muita energia em atender os trabalhadores desta nova geração.

2.3 As mudanças na cultura empresarial

Em um mundo cada vez mais globalizado, as mudanças nos ambientes empresariais são mais desafiadoras. As organizações, além de lidar com o capital humano, também passam pelo desafio de se manterem dentro de um mercado que inova e se altera incessantemente.

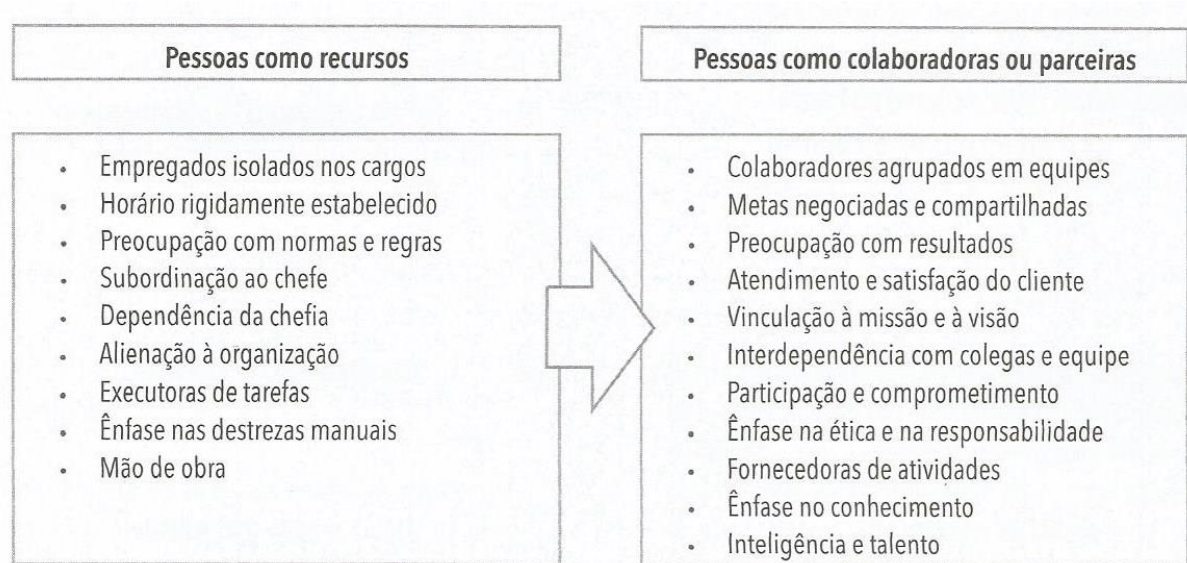
Algumas mudanças pontuais vêm acontecendo no âmbito empresarial, como a transferência do emprego para o setor de serviços. Além disso, a mudança dos bens tangíveis, como meios de produção e matéria prima deixará de ser considerada um recurso principal, dando espaço aos bens intangíveis, como conhecimento, criatividade, informações e etc. Teixeira e Zaccareli, 2008.

Chiavenato (2014), diz que: “o capital financeiro deixou de ser o recurso mais importante, cedendo o lugar ao capital intelectual.” Frisando que:

Na era da informação, o emprego passou a migrar do setor industrial para o setor de serviços, o trabalho manual substituído pelo trabalho mental, indicando o caminho para uma era da pós industrialização baseada no conhecimento e no setor terciário. (CHIAVENATO, Idalberto, 2014 p.34).

Segundo o autor, por conta das mudanças entre as gerações, as próprias empresas também estão adaptando a forma de ver e tratar seus funcionários. Há alguns anos, as organizações viam as pessoas como meros recursos, mas, com o passar do tempo, até mesmo o termo “trabalhador” passou a ser deixado de lado, dando lugar à visão destas pessoas como colaboradores ou parceiros. No quadro abaixo, retirado de Chiavenato (2014, p.03), é possível observar melhor tais mudança de tratamento.

Tabela 3: Pessoas como recursos *versus* pessoas como colaboradoras e parceiras das organizações.



Fonte: CHIAVENATO, Idalberto. 2014 (p. 03)

De acordo com Lazer (1990) *apud* Teixeira e Zaccareli (2008), na era da informação surgiu um novo modelo de consumidor e trabalhador, um modelo mais informado, com um discernimento e conhecimento maior sobre variados assuntos, e o livre arbítrio para poder agir independentemente e de acordo com o seu próprio interesse. Essas pessoas descritas tendem a viver do seu próprio jeito, fazendo o que lhes dá prazer, buscando se sentir bem consigo mesmos, mas sem excluir a opinião do outro.

Diogo Forghieri, gerente da Randstad empresa de recrutamento e seleção, também ressalta uma outra mudança, em entrevista para o site El País (2015), dizendo que, antigamente, as empresas que prestavam consultoria de recrutamento e seleção, não gostavam de contratar profissionais com passagens de curto período de tempo em diversas empresas, porém, hoje em dia, a tendência é desmistificar este preconceito e aceitar o currículo desses profissionais.

2.3.1 Talento nas organizações.

Ocorreram algumas mudanças no âmbito empresarial, houve a transferência do emprego para o setor de serviços, e a mudança dos bens tangíveis como meios de produção e matéria prima, deixaram de ser considerados recursos principais,

dando espaço aos bens intangíveis, como por exemplo, conhecimento, criatividade, informações, etc (Teixeira e Zaccareli, 2008).

De acordo com Lazer (1990) apud Teixeira e Zaccareli (2008), na era da informação surgiu um novo modelo de consumidor e trabalhador, um modelo mais informado, com um discernimento e conhecimento maior sobre variados assuntos, e o livre árbitro para poder agir independentemente e de acordo com o seu próprio interesse. Essas pessoas descritas tendem a viver do seu próprio jeito, fazendo o que lhes dá prazer, buscando se sentir bem consigo mesma, mas sem excluir a opinião do outro.

Para Oliveira (2011, p.51), um profissional talentoso é aquele que consegue estabelecer uma trajetória bem-sucedida para as perspectivas pessoais, procurando se desenvolver e constantemente buscando desafios, expondo suas habilidades e interesses.

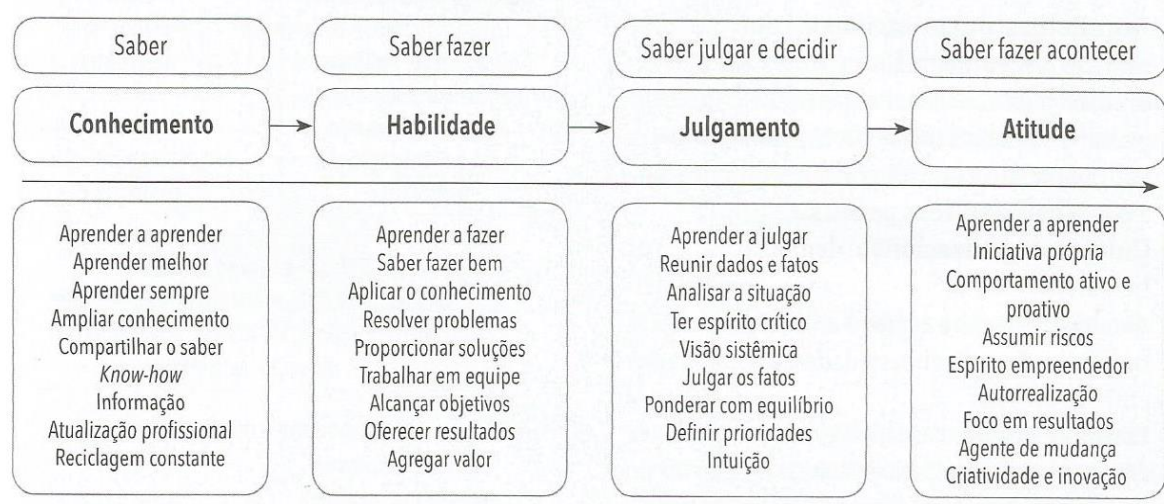
Ter pessoas trabalhando em uma organização, não significa necessariamente obter talentos, pois de acordo com Chiavenato (2014, p.46), “um talento é sempre um tipo especial de pessoa: aquela que possui competências” e o mesmo diz que existem 4 aspectos essenciais para obter uma competência individual.

Esses quatro aspectos são: conhecimento, habilidade, julgamento e atitude, que basicamente significam:

- Conhecimento: saber
- Habilidade: saber fazer
- Julgamento: saber analisar e decidir
- Atitude: saber fazer acontecer

No quadro abaixo, Chiavenato 2014 (p.47), segue uma melhor explicação sobre esses quatro aspectos do talento.

Tabela 4: As bases estruturais do talento humano.



Fonte: CHIAVENATO, Idalberto. 2014 (p.47)

2.4 Os desafios em trabalhar com a Geração Z

Para acompanhar a atual mudança de geração, as empresas estão reformulando seus processos seletivos para os ingressantes em estágio e *trainee*. Elaborando mais processos, e uma maior divisão de áreas que eles podem conhecer e trabalhar. Os jovens da Z possuem certo destemor em mudanças, isso pode aumentar a rotatividade dos mesmos até eles se identificarem com a empresa.

Uma pesquisa elaborada pela Cia de talentos, constatou as 10 empresas dos sonhos para se trabalhar de acordo com os jovens, foram entrevistados mais de 75 mil jovens brasileiros de 17 a 27 anos. Na figura abaixo pode se visualizar o ranking dessas empresas.

Tabela 5: As 10 empresas dos sonhos que os jovens desejam trabalhar.



Fonte: Carreira dos sonhos, Cia de Talentos 2019.

Com esse estudo o site Cia de Talentos (2019) chegou à conclusão de que os jovens não possuem apego a cargos e empresas, e buscam cada vez mais autonomia e novas experiências. O principal foco dele é encontrar um trabalho que traga um propósito de vida e carreira.

Ainda segundo essa pesquisa, grande parte dos jovens estão optando pelo ambiente inovador das *startups*, além da parcela que opta por empreender. O número de *startups* aumentou 146% desde 2017, segundo a Associação Brasileira de *Startups* para o site Exame (2019), e pela primeira vez o Nubank, empresa brasileira entrou no ranking das empresas dos sonhos. O Google lidera essa pesquisa desde 2014.

De acordo com Paula Englet, presidente da Box1824, para o site Exame (2019), “a geração Z trabalha mais com projetos pontuais e precisa entender os valores das empresas, com a qual se engaja”. Os Zs possuem menos apego a uma identidade, tendo uma visão mais inclusiva e coletiva.

O mercado está exigindo cada vez mais desses jovens com espírito empreendedor, que busca inovações e desafios, mas para atrair os mesmos estão tendo que se adaptar nos processos. De acordo com Daniela Galdini, para o grupo Cia de Talentos (2019), “Eles querem proximidade com sua equipe, liberdade para expressar seus anseios profissionais e velocidade na ascensão da carreira.”

A nova geração procura compreender a relação entre satisfação no trabalho e comprometimento organizacional, por isso como citado na pesquisa de 2019 da Cia de Talentos, os jovens estão buscando empresas mais transparentes para se trabalhar, para que possam confiar e contribuir para resultados positivos.

Os benefícios trazidos pelos jovens da Z são o dinamismo, flexibilidade e interatividade que contribuem para o aumento da produtividade, além da intimidade com a tecnologia que tende a otimizar o trabalho e a comunicação.

Porém o principal desafio em se trabalhar com eles, é a característica da constante busca pelo novo, e de adequar o trabalho ao seu estilo de vida, ou seja, se eles não se identificarem com a empresa, ou surgir uma proposta melhor, eles mudam de empresa, o que gera a possibilidade do aumento de rotatividade e custos mais altos à organização, pois há investimento de tempo e dinheiro nos processos de recrutamento, seleção e treinamento.

Alguns profissionais, como o professor da FGV, Ademar Bueno, para o site Exame (2018), diz que a principal falha na formação desses jovens, é comportamental, pois como estão acostumados a receber recompensas, se frustram muito rápido. Ele cita “a infantilização do ambiente e das relações de trabalho... algumas organizações adotam um ambiente que reflete a casa dos pais, com sofás para sonecas e videogame.”

O principal desafio para as organizações com a geração Z é atribuir a liberdade e autonomia com responsabilidade e foco na excelência do trabalho.

2.5 O que a Geração Z procura nas empresas

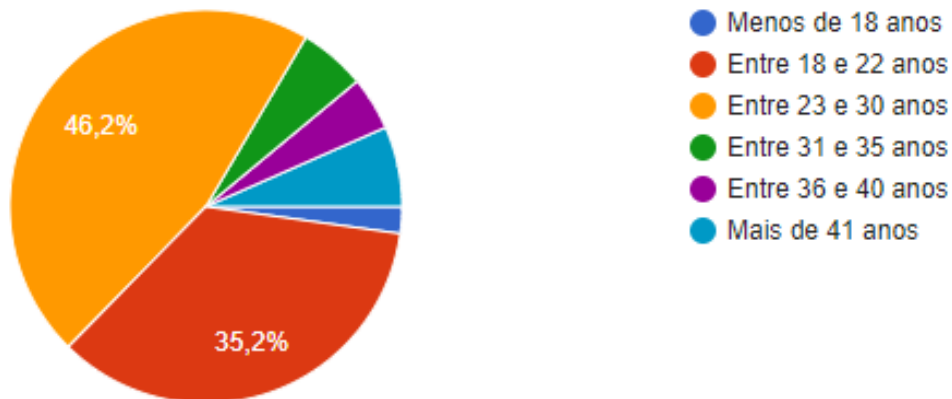
A geração Z pode ser classificada como uma geração ansiosa, que anseia atingir resultados rapidamente. Por isso é importante que cada sucesso seja marcado, visto que podem se desmotivar e não ver os resultados a longo prazo. Para evitar que isso aconteça, os gestores podem criar pequenas metas de um grande objetivo, pois dessa forma eles conseguem visualizar melhor a evolução, e desenvolver um plano estruturado, com feedbacks constantes, para se manterem com foco no objetivo.

O *feedback* é importante pois apesar da ousadia, esses jovens são inseguros e a comunicação é o melhor caminho pra lidar com essa geração.

A autora do presente trabalho, elaborou pelo Google forms um questionário (apêndice A), para auxiliar no entendimento do mesmo. O questionário foi respondido via online por 92 pessoas, que abrange as 4 gerações, baby boomers, geração X, Y e Z, as idades variam de menores de 18 anos até mais de 41 anos.

Como pode se observar no gráfico abaixo, 46,2% dos participantes pertencem a geração Y (entre 23 e 30 anos), e 37,4% pertence a geração Z (menores de 18 anos 2,2% e entre 18 a 22 anos 35,2%).

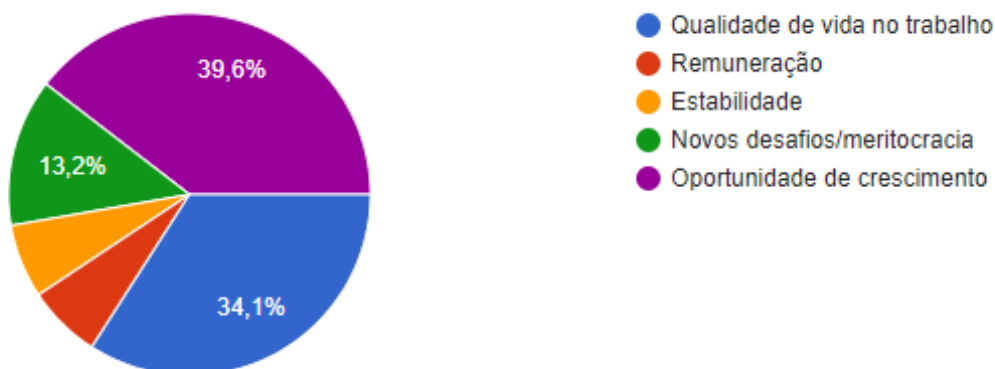
Gráfico 1: Idade



Fonte: Apêndice A.

Esses participantes também responderam o que eles consideram mais importante no mercado de trabalho, e as respostas que lideraram foram oportunidade de crescimento com quase 40% dos votos, seguida por qualidade de vida no trabalho com 34,1% dos votos. Novos desafios/meritocracia em terceiro lugar com 13,2% dos votos, e estabilidade juntamente com remuneração ficaram empatados com 6,6% dos votos cada. Observe o gráfico abaixo para analisar esses resultados.

Gráfico 2: O que é mais importante no mercado de trabalho?



Fonte: Apêndice A.

Na pesquisa também foi perguntado aos colaboradores, em uma pergunta aberta, o que eles buscam em um emprego, e apesar dos resultados do gráfico acima, as principais respostas foram estabilidade, reconhecimento, novas oportunidades e

boa remuneração, mas também foram citados tópicos importantes como saúde mental e qualidade de vida.

Portanto analisando as respostas dessas duas perguntas, podemos concluir, que ainda, a remuneração é um fator importante, porém acompanhada da qualidade de vida e oportunidades de crescimento no trabalho.

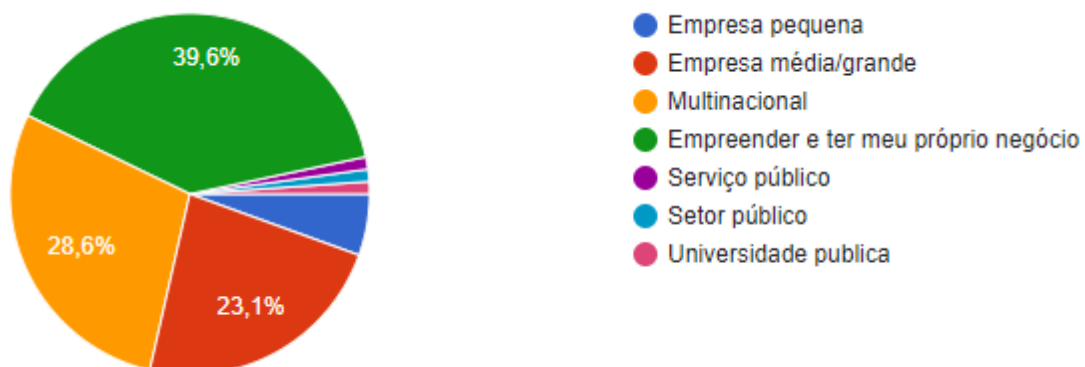
2.5.1 Como reter e motivar os jovens da Geração Z

Motivação é um assunto muito citado nos dias de hoje, que já foi estudado por diversos administradores e psicólogos como Maslow, Herzberg, Mc Gregor, existem várias teorias que buscam justificar o que é, mas ainda assim é um conceito vago, que pode ter diversas interpretações.

Robbins (p.132, 2012) define “motivação como o processo responsável pela intensidade, direção e persistência dos esforços de uma pessoa para o alcance de uma determinada meta.”

No questionário aplicado (apêndice A), foi perguntado as pessoas onde elas prefeririam trabalhar, e 39,6% votaram que gostariam de empreender e ter o próprio negócio, seguido pela multinacional com 28,6% dos votos. Além das alternativas propostas pela escritora, na questão também tinha uma opção aberta, onde duas pessoas citaram o setor público como local onde gostaria de trabalhar. Segue abaixo o gráfico para análise.

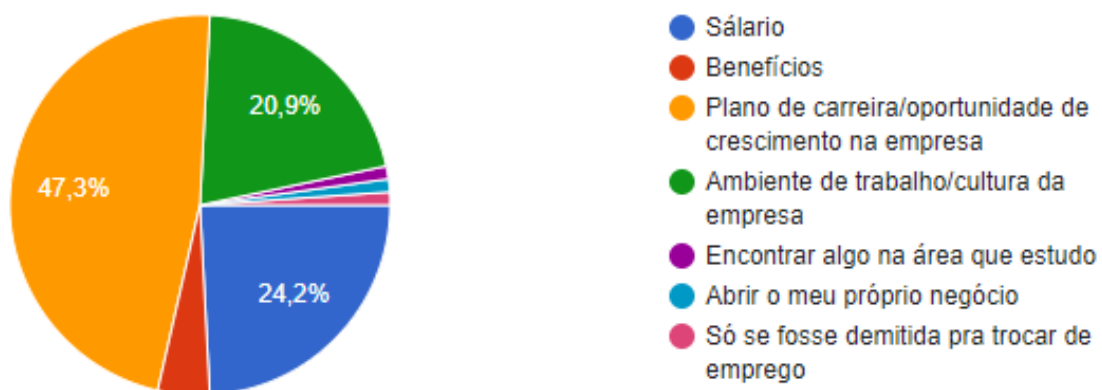
Gráfico 3: Onde você mais gostaria de trabalhar?



Fonte: Apêndice A.

Perguntou-se também qual o principal fator que levaria os colaboradores a trocarem de emprego. A principal resposta foi plano de carreira e oportunidades com 47,3% dos votos, seguido por salário 24,2% e ambiente de trabalho/cultura da empresa 20,9%. No gráfico a seguir, além dessas informações também consta a informação da opção aberta, onde um participante respondeu que só trocaria de trabalho caso fosse demitido.

Gráfico 4: Qual o principal fator que te faria trocar de emprego?



Fonte: Apêndice A.

Para reter os talentos da nova geração, as empresas devem unir os modos de motivação que funcionaram com as outras gerações, porém adaptando à nova, seja com feedbacks frequentes para manter os objetivos alinhados, com mais flexibilidade, e transparência nos processos, pois os novos colaboradores que estão entrando iniciando no mercado de trabalho busca sim a remuneração, porém não é o único fator que os motiva.

3. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Atualmente as empresas estão trabalhando com até 4 tipos diferentes de gerações, baby boomers, x, y e z, e por conta disso estão passando por uma transformação de cultura, e modificando a forma de atrair, selecionar candidatos e principalmente mantê-los.

No trabalho, foram abordadas as características de cada geração, e o que as motiva, o que elas buscam no emprego, se o fator mais importante é o dinheiro ou bem estar.

Através do questionário, podemos perceber que os jovens buscam sim sua saúde mental no local de trabalho, mas que o fator remuneração ainda é muito importante na escolha.

Também foi visto que alguns gestores não concordam com os modelos novos de empresa, que fazem com que o local de trabalho se pareça com a casa dos colaboradores, segundo alguns, faz com que os jovens se mantenham mais infantis e sem responsabilidades.

A principal dificuldade no desenvolvimento do trabalho, foi encontrar embasamento teórico confiável para a elaboração do mesmo, já que a entrada da geração Z no mercado de trabalho ainda é muito recente.

Portanto podemos concluir que a geração Z, apesar de muito nova e com aspectos distintos, ainda possui traços das gerações antigas, seja por conta da criação dos pais, ou até mesmo do treinamento feito pelos gestores de outras gerações.

REFERÊNCIA

- AMARO, Mariana. **Geração z chega ao mercado de trabalho**. Disponível em: <<https://exame.abril.com.br/negocios/geracao-z-chega-ao-mercado-de-trabalho/>> Acesso em 13/10/2019.
- APRIGIO, Bruna Tábata. **GERAÇÕES NO MERCADO DE TRABALHO: Geração Y**. Revista de Administração do Unisal, [S.l.], v. 3, n. 3, maio 2013. ISSN 1806-5961. Disponível em: <<http://www.revista.unisal.br/sj/index.php/RevAdministracao/article/view/232>>. Acesso em 18/05/2019.
- BOMFIM, Murilo. **A geração Z quer mais que um emprego**. Disponível em: <<https://exame.abril.com.br/revista-exame/eles-querem-mais-que-um-emprego/>> Acesso em 12/10/2019.
- BOTTONI, Fernanda. **7 insights sobre a geração z**. Disponível em: <<http://www.vagas.com.br/profissoes/dicas/7-insights-sobre-geracao-z/>> Acesso em: 27/05/2017.
- CARVALHO, Anderson. **As gerações baby boomer, x, y e z**. Disponível em: <<http://www.coisaetale.com.br/2012/04/as-geracoes-baby-boomer-x-y-e-z/>> Acesso em: 30/05/2017.
- CASTRO, Danielle de Rosa. **O desafio de atrair e reter talentos em organizações na contemporaneidade**. Disponível em: <http://www.inovarse.org/sites/default/files/T11_0452_2145.pdf> Acesso em 06/09/2019.
- CATHO. **A chegada da geração Z no mercado de trabalho**. Disponível em: <<http://www.catho.com.br/carreira-sucesso/noticias/a-chegada-da-geracao-z-no-mercado-de-trabalho>> Acesso em: 26/05/2017.
- CHIAVENATO, Idalberto. **Gestão de pessoas: O novo papel dos recursos humanos nas organizações**. Barueri, SP: Manole, 2014. 4º ed. Parte 1, cap. 1,2 e 3.
- CIRIACO, Douglas. **O que é a geração Z?** Disponível em: <<https://www.tecmundo.com.br/curiosidade/2391-o-que-e-a-geracao-z-.htm>> Acesso em: 25/05/2017.
- DELOITTE. **Millennial Survey 2019**. Disponível em: <<https://www2.deloitte.com/br/pt/pages/human-capital/articles/millennials-survey.html#>> Acesso em 18/05/2019.
- DUTRA, Joel S.; NAKATA, Lina E.; VELOSO, Elza F. R. **Percepção sobre carreiras inteligentes: diferenças entre as gerações y, x e baby boomers**. REGE- Revista de gestão. FEA USP. 24 de maio de 2016.
- FACCO, Ana Luiza Rossato; OBREGON, Sandra Leonara; RODRIGUES, Glauco Oliveira; MARCONATTO, Diego Antônio Bittencourt. **Geração Z: Compreendendo**

as aspirações de carreira de estudantes de escolas públicas e privadas.

Disponível em:

<<http://www.revistas.fw.uri.br/index.php/revistadeadm/article/view/2443>> Acesso em 06/09/2019.

FANTINI, Carolina Aude; SOUZA, Naiara Célida dos Santos. **Análise dos fatores motivacionais das gerações baby boomers, x, y e z e suas expectativas sobre carreira profissional.** Disponível em:

<<https://revista.ipecege.com/Revista/article/view/25>> Acesso em 06/09/2019.

FILIPPE, Marina. **Uma nova geração começa a bater na porta das empresas.**

Disponível em: <<https://exame.abril.com.br/revista-exame/a-vez-da-geracao-z/>>

Acesso em 12/10/2019.

FORQUIN, J. C. **Relações entre gerações e processos educativos: transmissões e transformações. Congresso Internacional Co-Educação de Gerações, São Paulo, SESC**, outubro de 2003. Disponível em: <

<https://pt.scribd.com/document/103191783/FORQUIN-Relacoes-entre-geracoes-e-processos-educativos-transmissoes-e-transformacoes>> Acesso em 18/05/2019.

G1 Rio Grande do Sul. **Pesquisa traça perfil da geração z e mostra prioridades de jovens no RS.** Disponível em: <<http://g1.globo.com/rs/rio-grande-do-sul/noticia/2014/12/pesquisa-traca-perfil-da-geracao-z-e-mostra-prioridades-de-jovens-no-rs.html>>

Acesso em: 26/05/2017.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social.** 6° ed. São Paulo: Editora Atlas, 2008. Cap. 6, 7 e 8.

GLOBO CIENCIA. **Veja as características que marcam as gerações ‘baby boomer’, x, y e z.** Disponível em:

<<http://redeglobo.globo.com/globociencia/noticia/2013/10/veja-caracteristicas-que-marcam-geracoes-baby-boomer-x-y-e-z.html>> Acesso em: 29/05/2017.

GOMES, Helton S. **“Geração z” envia 206 mensagens por dia e 25% já receberam “nudes”.** Disponível em:

<<http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2016/10/geracao-z-envia-206-mensagens-por-dia-e-25-ja-recebeu-nudes.html>> Acesso em: 26/05/2017.

GRUPO CIA DE TALENTOS. **Carreira dos sonhos 2019.** Disponível em:

<<https://www.carreiradossonhos.com.br/>> Acesso em 13/10/2019.

HANASHIRO, Darcy M. M.; TEIXEIRA, Maria Luisa M.; ZACCARELLI, Laura M.

Gestão do fator humano: uma visão baseada em stakeholders. São Paulo:

Saraiva, 2008. 2° ed. Cap. 1.

IVANCEVICH, John M. **Gestão de recursos humanos.** São Paulo: McGraw-Hill, 2008. 10° ed. Cap. 1.

KAMPF, Cristiane. **A geração Z e o papel das tecnologias digitais na construção do pensamento.** Disponível em:

<http://comciencia.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1519-76542011000700004&lng=en&nrm=iso> Acesso em 13/10/2019

MALHOTRA, Naresh K. **Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada**. Bookman, São Paulo, 2012. Cap. 2 e 7.

MEIR, Jacques. **As características fundamentais da geração z**. Disponível em: <<https://www.consumidormoderno.com.br/2017/09/22/caracteristicas-fundamentais-geracao-z/>> Acesso em 04/05/2019.

MENDONÇA, Heloísa. **Conheça a geração Z: nativos digitais que impõem desafios às empresas**. Disponível em: <http://brasil.elpais.com/brasil/2015/02/20/politica/1424439314_489517.html> Acesso em: 25/05/2017.

MEYER, Maximiliano. **Quais as diferenças entre as gerações x, y e z e como administrar os conflitos**. Disponível em: <<https://www.oficinadanet.com.br/post/13498-quais-as-diferencas-entre-as-geracoes-x-y-e-z-e-como-administrar-os-conflitos>> Acesso em: 29/05/2017.

MOREIRA, Maria Isabel. **10 dicas para integrar e motivar empregados das gerações y e z**. Disponível em: <<https://revistapegn.globo.com/Administracao-de-empresas/noticia/2018/08/10-dicas-para-integrar-e-motivar-empregados-das-geracoes-y-e-z.html>> Acesso em: 06/09/2019.

NONATO, Murillo N; PIMENTA, Thaís A. F.; PEREIRA, Francis J. **Geração Z: Os desafios da mídia tradicional**. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/nordeste2012/resumos/R32-1349-1.pdf>> Acesso em: 30/05/2017.

OLIVEIRA, Sidney. **Geração Y: ser potencial ou ser talento?** – São Paulo: Integrare Editora, 2011. 3º ed. Cap. 1 e 2.

PATI, Camila. **6 descobertas surpreendentes sobre a geração z no trabalho**. Disponível em: <<http://exame.abril.com.br/carreira/6-descobertas-surpreendentes-sobre-a-geracao-z-no-trabalho/>> Acesso em: 27/05/2017.

PATI, Camila. **Como se dar bem com diferentes gerações no ambiente de trabalho**. Disponível em: <<https://exame.abril.com.br/videos/sua-carreira/como-se-dar-bem-com-diferentes-geracoes-no-ambiente-de-trabalho/>> Acesso em 12/10/2019.

PATI, Camila. **Executivos podem aprender com os jovens?** Disponível em: <<https://exame.abril.com.br/videos/sua-carreira/executivos-podem-aprender-com-os-jovens-qual-processo-ideal/>> Acesso em 12/10/2019.

POSTIVO TECNOLOGIA. **Geração Z: Quem são e como recebe-los no mercado de trabalho?** Disponível em: <<https://www.meupositivo.com.br/panoramapositivo/geracao-z-quem-sao-e-como-recebe-los-no-mercado-de-trabalho/>> Acesso em 13/10/2019.

ROBBINS, Stephen P. **Comportamento organizacional**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2005. 11ªEd. Cap. 6.

SACILOTO, Evandro Busata; AGOSTINI, Marina D'; SARTOR, Rosa Maria; etc al. **Expectativa da geração Z na carreira profissional: um estudo em uma empresa de grande porte em Caxias do Sul.** Disponível em:

<http://www.convibra.com.br/upload/paper/2017/34/2017_34_13910.pdf> Acesso em: 18/05/2019.

SERRANO, Daniel P. **Geração x, Geração Y, Geração Z.** Disponível em:

<http://www.portaldomarketing.com.br/Artigos/Geracao_X_Geracao_Y_Geracao_Z.htm> Acesso em: 29/05/2017.

SERRANO, Daniel P. **Geração x.** Disponível em:

<http://www.portaldomarketing.com.br/Artigos3/Geracao_X.htm> Acesso em: 29/05/2017.

SILVA, Jefferson Pereira Barreto; ALTHEMAN, Edman. **Gestão de projetos em tempos de Geração Z: Desafios de liderança.** Disponível em:

<<http://revista.fatecsebrae.edu.br/index.php/em-debate/article/view/83>> Acesso em 06/09/2019.

STARTUP BASE. **Estatística.** Disponível em:

<<https://startupbase.com.br/home/stats>> Acesso em: 13/10/2019

SUCCESSO JOVEM. **As gerações x, y e z.** Disponível em:

<<http://sucessojovem.com.br/as-geracoes-x-y-e-z/>> Acesso em: 29/05/2017.

ZUANON, Fabiana. **4 formas de motivar a Geração Z no mercado de trabalho.**

Disponível em: <<https://portalnovarejo.com.br/2016/09/4-formas-de-motivar-geracao-z-no-trabalho/>> Acesso em: 18/05/2019.

APÊNDICE A**Questionário****1) IDADE**

- i) Menos de 18 anos
- ii) 18 a 22 anos
- iii) 23 a 30 anos
- iv) 30 a 35 anos
- v) Mais de 35 anos

2) SEXO

- i) Feminino
- ii) Masculino

3) Trabalha atualmente?

- i) Sim, registrado por CLT
- ii) Sim, como emprego informal
- iii) Não, estou desempregado

4) Com quantos anos você entrou no mercado de trabalho?

- i) Com menos de 16 anos
- ii) Entre 16 e 18 anos
- iii) 19 a 24 anos
- iv) 25 a 30 anos
- v) Mais de 31 anos
- vi) Ainda não entrei no mercado

5) Qual o maior período que você passou no mesmo emprego?

6) O que você considera mais importante no trabalho?

- i) Qualidade de vida no trabalho
- ii) Remuneração
- iii) Estabilidade
- iv) Novos desafios/meritocracia
- v) Oportunidade de crescimento

7) O que você busca em um emprego?

8) Onde você mais gostaria de trabalhar?

- i) Empresa pequena
- ii) Empresa média/grande
- iii) Multinacional
- iv) Empreender e ter meu próprio negócio
- v) Outro _____

9) Qual o principal fator que te levaria a trocar de emprego?

- i) Salário
- ii) Benefícios
- iii) Plano de carreira/oportunidade de crescimento na empresa

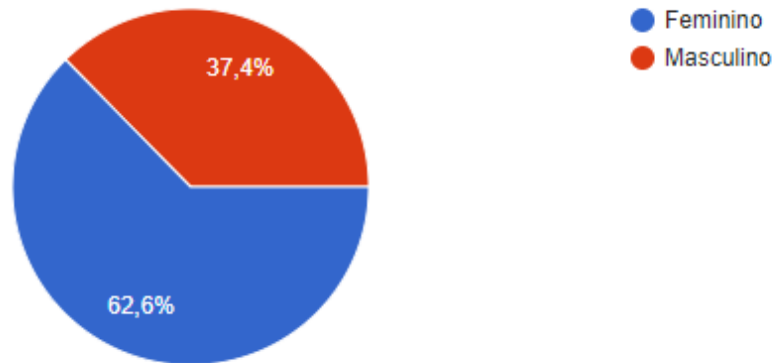
- iv) Ambiente de trabalho/cultura da empresa
- v) Outro _____

APÊNDICE B

Resultado do questionário

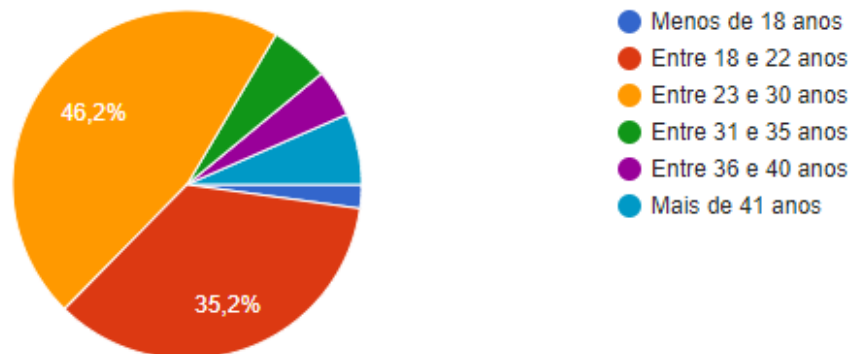
Sexo

91 respostas



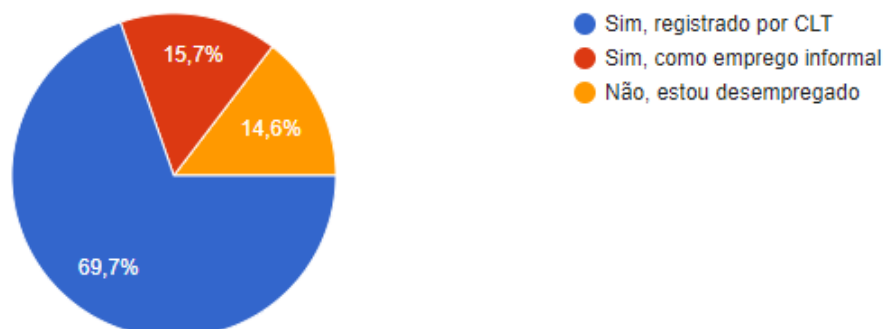
Idade

91 respostas



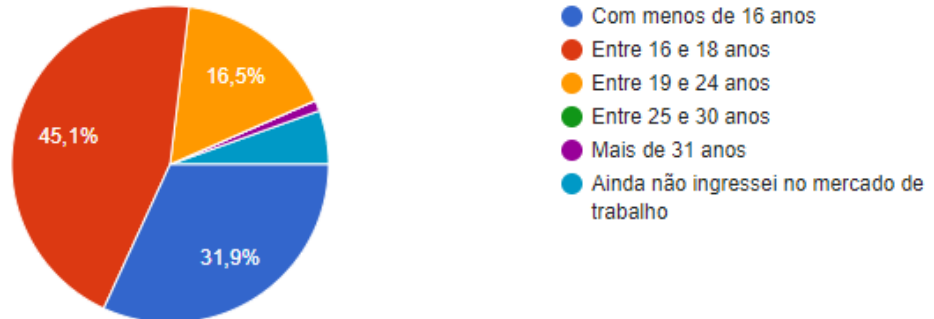
Trabalha atualmente?

89 respostas



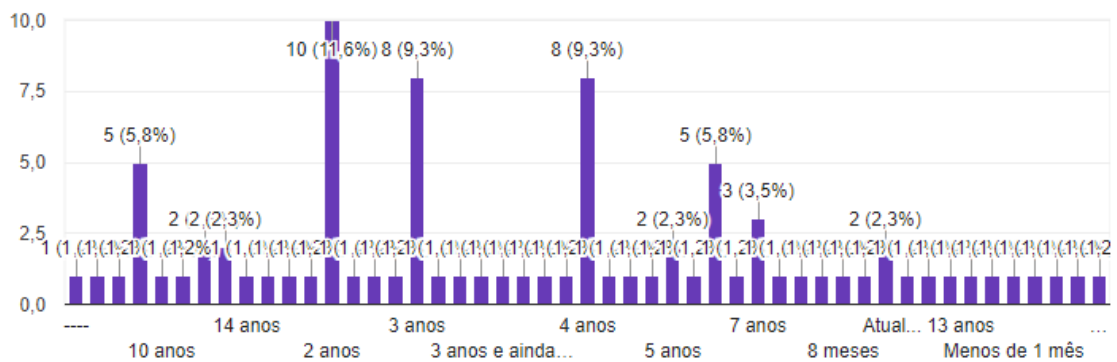
Com quantos anos você ingressou no mercado de trabalho?

91 respostas



Qual o maior período que você passou no mesmo emprego?

86 respostas



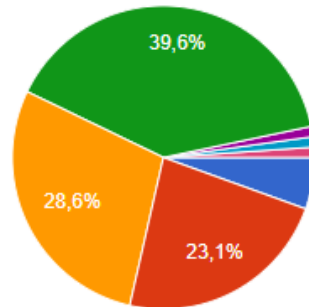
O que você busca em um emprego?

Pergunta aberta, e as principais respostas foram:

- Reconhecimento
- Estabilidade
- Oportunidade de crescimento
- Bom salário
- Aprendizado
- Qualidade de vida
- Satisfação profissional
- Novos desafios

Onde você mais gostaria de trabalhar?

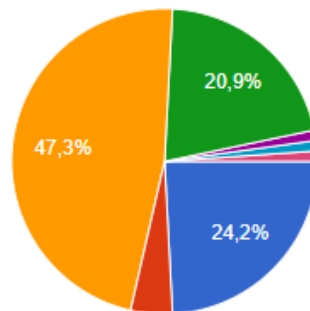
91 respostas



- Empresa pequena
- Empresa média/grande
- Multinacional
- Empreender e ter meu próprio negócio
- Serviço público
- Setor público
- Universidade pública

Qual o principal fator que te levaria a trocar de emprego?

91 respostas



- Salário
- Benefícios
- Plano de carreira/oportunidade de crescimento na empresa
- Ambiente de trabalho/cultura da empresa
- Encontrar algo na área que estudo
- Abrir o meu próprio negócio
- Só se fosse demitida pra trocar de emprego