

**CENTRO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA PAULA SOUZA
ESCOLA TÉCNICA ESTADUAL DE MONTE MOR**

**GERAÇÃO Z:
Os desafios da Geração Z no mercado de trabalho**

**Cícera Rayane Almeida de Souza
Flávia Cristine Caldas Gomes
Lívia da Silva Nascimento**

**Monte Mor
2024**

Cícera Rayane Almeida de Souza

Flávia Cristine Caldas Gomes

Lívia da Silva Nascimento

GERAÇÃO Z:

Os desafios da Geração Z no mercado de trabalho

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado ao Curso Técnico em
Recursos Humanos da Etec de Monte Mor,
orientado pelo Professor Jackson Wendell,
como requisito parcial para obtenção do
título de técnico em Recursos Humanos.

Monte Mor

2024

Dedicamos esse trabalho aos nossos familiares e amigos por todo apoio e compreensão. E aos nossos orientadores e professores que com toda a dedicação nos

AGRADECIMENTOS

Agradecemos em especial a Deus por nos dá força no decorrer do curso e nos capacitar no desenvolvimento desse trabalho.

Ao nosso professor coordenador Jackson Wendell Câmara pela orientação no desenvolvimento do presente trabalho.

Ao professor Roney Staianov Caum, que apesar de não termos o privilégio de tê-lo como professor na sala de aula, nos auxiliou durante o desenvolvimento de nosso projeto de pesquisa.

Aos nossos familiares por toda paciência, amor e compreensão nessa jornada acadêmica.

E por fim, a equipe pedagógica da Etec de Monte Mor, professores, orientadores, secretaria e todo corpo docente.

Obrigada a todos!!!

“É preciso investir tempo e energia em Recursos Humanos. Dar espaço de fala, engajar e ouvir. A preocupação com o sentir do outro pode ser decisiva numa relação profissional.”

Nelson Wilians

RESUMO

A Geração Z refere-se ao grupo demográfico nascido aproximadamente entre meados da década de 1990 e anos 2010. Também conhecidos como "Zoomers", são os jovens que cresceram imersos na tecnologia digital, internet e mídias sociais desde cedo. Dados do IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística) apontam que eles já são 47 milhões de pessoas e 48% destes estão economicamente ativos. O objetivo principal é entender o embate dos estudiosos referente a Geração Z, visto que cada um relata sua visão sobre o assunto, demonstrando suas opiniões individuais e um tanto coletiva sobre os "zoomers" que estão ou irão adentrar no mercado de trabalho e farão parte da grande maioria dentro das organizações no futuro não tão distante. É necessário também saber se o ambiente em que o jovem de 14 a 27 anos vive influencia nas suas escolhas e tomadas de decisão referente ao trabalho e o mundo a qual é inserido. Visto que com o avançar da tecnologia e com novas mudanças e escolhas disponíveis ao jovem, entender o que é necessário para a atração e retenção destes dentro das empresas fez com que nós desenvolvêssemos esse material de estudo com o intuito de compreender esses novos comportamentos e ajudar aos gestores e futuros gestores no enfrentamento comportamental dentro das organizações e por fim levar a um equilíbrio. O presente trabalho tem como objetivo abordar a temática da geração e seus desafios mediante as dificuldades na incorporação e permanência no mercado de trabalho, uma vez que o índice de turnover é algo que deve ser levado em consideração. Por intermédio de uma pesquisa quantitativa realizada com 60 alunos e uma entrevista com a coordenadora do programa de estágio da Etec de Monte Mor. Em suma, a geração Z está redefinindo as dinâmicas tradicionais do mercado de trabalho com suas expectativas e valores distintos. Compreender essas características é crucial para as organizações adaptarem suas políticas e práticas de gestão de pessoas, visando não apenas atrair, mas também reter talentos dessa geração tão peculiar.

PALAVRAS – CHAVES: Geração Z. Jovem. Mercado de Trabalho. Tecnologia. Zoomers.

ABSTRACT

Generation Z refers to the demographic group born roughly between the mid-1990s and the 2010s. Also known as "Zoomers", they are young people who grew up immersed in digital technology, the internet and social media from an early age. Data from IBGE (Brazilian Institute of Geography and Statistics) shows that there are already 47 million people and 48% of these are economically active. The main objective is to understand the debate between scholars regarding Generation Z, as each one reports their view on the subject, demonstrating their individual and somewhat collective opinions on the "zoomers" who are or will enter the job market and will be part of the vast majority within organizations in the not-so-distant future. It is also necessary to know whether the environment in which young people aged 14 to 27 live influences their choices and decision-making regarding work and the world in which they are inserted. Since with the advancement of technology and new changes and choices available to young people, understanding what is necessary to attract and retain them within companies meant that we developed this study material with the aim of understanding these new behaviors and helping managers and future managers in behavioral coping within organizations and ultimately lead to a balance. The present work aims to address the issue of generation and its challenges through difficulties in incorporating and remaining in the job market, since the turnover rate is something that must be taken into consideration. Through quantitative research carried out with 60 students and an interview with the coordinator of the internship program at Etec de Monte Mor. In short, Generation Z is redefining traditional job market dynamics with its distinct expectations and values. Understanding these characteristics is crucial for organizations to adapt their people management policies and practices, aiming not only to attract, but also to retain talent from this unique generation.

KEY WORDS: Generation Z. Job Market. Technology. Young. Zoomers

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	17
1.OBJETIVO.....	19
1.1Objetivo geral.....	19
1.2 Objetivo específico.....	19
2.FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	20
2.1. A Geração Z	20
3. A ESCOLA E A GERAÇÃO Z.....	22
4. A RELAÇÃO DA GERAÇÃO Z E O MERCADO DE TRABALHO	23
4.1 Turnover	25
4.2 Metodologia de pesquisa.....	26
4.2.1 IDADE	27
4.2.2 CURSOS	27
4.2.3 GÊNERO.....	28
4.2.4 COMO O ENTREVISTADO TRABALHA.....	29
4.2.5 DENTRE DAS ALTERNATIVAS, COM QUAIS O ENTREVISTADO SE IDENTIFICA	29
4.2.6 QUAL SERIA O TRABALHO IDEAL PARA O ENTREVISTADO	31
4.2.7 EM QUANTAS EMPRESAS O ENTREVISTADO JÁ TRABALHO	31
4.2.8 O QUE DESMOTIVA O ENTREVISTADO DENTRO DO SEU AMBIENTE DE TRABALHO	32
4.2.9 COMO A ESCOLA TEM PREPARADO O ENTREVISTADO PARA O MERCADO DE TRABALHO	32
5. DISCUSSÕES E RESULTADOS	34
6. CONCLUSÃO.....	36
REFERÊNCIAS.....	38

INTRODUÇÃO

As gerações são estudadas a muitos anos, já que seus comportamentos diferem-se muito umas das outras. O fato de nomear as gerações surgiu a partir do fotógrafo ROBERT CAPA (1960) quando evidenciou a expressão “geração X” para denominar um conjunto de pessoas que nasceram nos anos 60.

Em 50 anos essa geração X conviveu com três gerações diferentes: baby boomers, y e a geração Z. Mas para se saber de onde partiu a primícia de “Gerações”, é necessário entender quem interessou-se pelo estudo do tema.

Sabe-se que a teoria das gerações foi estudada por um importante e conhecido estudioso chamado Karl Mannheim num artigo publicado em 1923, intitulado “The Problem of Generation”. E de acordo com Pilcher (1994), Mannheim traz um olhar sociológico a temática das gerações, situando os grupos de acordo com os contextos socioculturais dominantes.

Quando se fala sobre gerações temos que ter em mente que diversas situações influenciam o contexto e ambiente social. Educação, família, comunidade, economia, são fundamentais para o crescimento e edificação do ser humano. Outrora as gerações demoravam em média 25 anos para se formar, mas com o passar dos anos e aceleração das informações a média passou a ser apenas 10 anos. O principal fator que levou as gerações a diminuição do tempo base das mudanças comportamentais é os acontecimentos passados e que permanecem atualmente, como a guerra fria (1947-1941), que apesar de seus conflitos políticos também demonstrou grande salto tecnológico.

Já com o passar dos anos e com a constante mudança de comportamentos e atitudes dessas pessoas no ambiente social e organizacional, foram nascendo novas gerações com característica em comum. Com isso, as gerações mais emblemáticas e que necessitam de novos estudos e aprofundamento são as que estão por vir e as que começaram a atuar no mercado de trabalho.

A geração Z, como são conhecidos, são os nascidos na era tecnológica em meio ao avanço da internet e do mundo digital, conhecidos por seu dinamismo, facilidade em aceitar mudanças e agilidade, os nascidos entre (1995 e 2010) de acordo com dados do IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística) e foram denominados pelos estudiosos como “Zappers”.

“Basicamente, a geração Z são as pessoas nascidas a partir de 1995, quando houve a grande popularização digital. Cresceram no mundo virtual e nunca viveram sem ele”. (EMMANUEL, 2020).

Segundo August Comte, “a mudança geracional é o motor por trás da mudança social”. Ele, de uma maneira implícita, diz que cada geração adentra em uma nova fase de vida tem-se o tempo em que se é criado uma nova história de uma nova sociedade.

Os nativos digitais, como são denominados também por nascerem em uma época em que a internet e televisão já fazia parte da rotina das pessoas, assistem de perto as mudanças sociais, climáticas, mudanças políticas, ambientais e econômicas.

Obtém esse nome proveniente da palavra “zapear”, porque seus representantes já nasceram na era dos controles remotos, das tecnologias digitais, da internet e seus cliques.

Segundo a ONU (Organização das Nações Unidas), eles correspondem a 32% da população mundial. Só aqui no Brasil, são 47 milhões de pessoas nessa faixa etária, conforme dados do IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística). Destes jovens, 48% são economicamente ativos.

No mercado de trabalho os “zoomers” tem características bem distintas das gerações anteriores que tem uma visão de estabilidade e carreira dentro das organizações. Percebe-se que os novos e futuros colaboradores tem uma grande facilidade em adaptação, mostram-se sempre atentos com a tecnologia, não se importam tanto com salário e mais com questões sociais e políticas, tem a saúde mental como principal fator de relevância dentro da organização em que trabalha, e a atenção ao meio ambiente e a influência dele no mundo em que vive.

A geração Z tem em suas características a alta rotatividade nas empresas, o chamado “Turnover”, que é um grande problema, pois o processo de contratação demanda custo e tempo para as organizações, e por conta da falta de atenção voltada para esses novos colaboradores, a fim de ouvir e entender suas necessidades, limites e pensamento, acaba gerando cada vez mais transtorno para a empresa.

Para se entender mais a fundo o que essa geração pensa, como age dentro das empresas e se suas características são tão ímpares, é necessário um estudo de campo. O questionamento levanta-se a partir da questão: O ambiente em que o jovem cresce influencia nos ideais e nas tomadas de decisão para a vida profissional? Na região de Monte Mor, as características desses indivíduos é o mesmo que em outra cidade ou

até mesmo outro país? Essas são questões que fez com que o grupo presente executasse um levantamento de caso.

A geração Z tem em suas características a alta rotatividade nas empresas, o chamado “Turnover”

Diante disso, os estudos abaixo nos demonstram a geração que está atuando e que atuará por bastante tempo no ambiente corporativo, levando em consideração suas características, relações e interesses.

1. OBJETIVO

1.1 Objetivo geral

Determinar os diferentes parâmetros da geração Z, o que leva ao desinteresse profissional dentro das organizações, a alta rotatividade e entender se o ambiente cultural influencia nessas escolhas e modo de vida.

1.2 Objetivo específico

- Entender o que a Geração Z espera encontrar e o que os mantém motivados a permanecer no trabalho.
- Descrever o papel da escola nesse primeiro contato dos jovens com o mercado de trabalho.
- Interpretar o perfil encontrado e como a região contribui para a formação do mesmo.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1. A Geração Z

Segundo Gonçalves (2021), a Geração Z já está impactando a cultura organizacional de diversas empresas. Ao observar seu comportamento, é possível detectar as pistas que se encaminham o futuro do trabalho. Cada nova geração que adentra ao mercado de trabalho, seja ela qual for traz consigo suas experiências, suas expectativas, aquelas características únicas que são só dela, e isso irá impactar diretamente no ambiente corporativo daquela organização, seja de forma benéfica e positiva ou não. (Bia Felix, Revista Exame) A geração Z, observando que esse movimento de priorizar o trabalho acima de tudo não adiantou para as gerações anteriores, está buscando redefinir valores. Existe uma preocupação dos membros da Gen Z a cerca de questões sociais e políticas, mudanças climáticas, consumo consciente e meio ambiente, desigualdade social e injustiça racial e questões relacionadas a saúde mental. SCHROEDER (2024) A Associação Americana de Psicologia entrevistou americanos com idades entre 15 e 21 anos para determinar os principais fatores de estresse, eventos da vida e estatísticas que afetam e definem esses jovens. O relatório concluiu que eles têm uma probabilidade significativamente maior (27%) do que outras gerações, incluindo os millennials (15%) e Geração X (13%), de classificar sua saúde mental como regular ou ruim.

A chegada da Geração Z ao mercado de trabalho, favorece e contribui para a criação de um ambiente multigeracional, o que tende a criar conflitos e desafios ao papel do líder. Conforme Wada e Carneiro (2010) “Há um conflito perceptível de ideias entre elas”. Aqui podemos pontuar que as características predefinidas como sendo precursoras de cada geração tende a criar um ambiente propício há disseminação de conflitos, dado ao fato de que as pessoas têm pontos de vistas e posicionamentos diferentes relacionados há um mesmo assunto, nesse ponto entra em cena o papel do líder como administrador e mediador de conflitos.

Por terem nascidos em um mundo parcial ou totalmente globalizado os representantes da Geração Z, trazem uma visão nova e uma perspectiva diferente (das outras gerações) ao abordarem um mesmo assunto ou problema, quando levadas ao ambiente de trabalho isso pode-se tornar um diferencial e fazê-los se destacarem.

Tendo como base a época em que nasceram, não conheceram um mundo sem internet, já inseridos nesse contexto de globalização e normalização da internet essa geração pode-se considerar sortuda e afortunados. Por terem mais espaço para explorar as possibilidades de escolha referente ao trabalho e o que desejam fazer com suas vidas, na busca por propósito que é uma característica dessa geração. E pode ser vista nos índices de rotatividade e turnover, onde buscam trabalhar visando um propósito, empresas ou organizações preocupadas com questões ambientais, que queiram inovar, e tenham uma cultura organizacional alinhada com aquilo que acreditam.

Sendo assim, a geração Z deu um grande salto de comportamento, uma vez que ainda crianças tiveram acesso aos “Smartphones” e toda facilidade gerada pela transformação dos celulares nestes computadores de mão. Por esse motivo, a geração apresenta mudanças expressivas se comparadas às transformações das gerações anteriores (EMANNUEL, 2020).

Devido as grandes mudanças no âmbito empresarial, diversas empresas que antes tinham uma forma de lidar e agir com seus empregados, gradualmente tiveram que reaver modos de condução de seus funcionários, pois um grande fator que leva as organizações ao sucesso é a gestão de pessoas, o ser humano. De acordo com Chiavenato (2014), as organizações podem ser definidas como são organismos vivos crescentes, em desenvolvimento contínuo e quando consideradas bem-sucedidas ou estão crescendo e mantendo-se.

Uma pesquisa do Nube (Núcleo Brasileiro de Estágios) questionou: “como você classifica a geração atual dos jovens brasileiros?”. Como resposta, obtivemos uma tendência. Para 42,9%, eles são viciados na Internet, 22,6% ressaltam a falta de engajamento com política e dilemas sociais, 19,7% pontuam como são modernos e comunicativos. Já para 5,8% são dependentes da família e preconceituosos, já 4% salientam como são envolvidos com problemas sociais e ambientais. Por fim, 4,3% dizem o quanto são solidários e sonhadores.

De acordo com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), a “Gen Z” já representa 23% da população brasileira e ocupa 23 milhões de postos de trabalho, em cargos operacionais, analíticos e estratégicos. A perspectiva é de um crescimento maior nesses números. (NUBE, 2023)

3. A ESCOLA E A GERAÇÃO Z

A escola tem um papel fundamental na preparação desses jovens para o mercado de trabalho, uma vez que além de prepará-los em sala de aula com a parte teórica, em alguns casos ela será a porta de entrada que irá mediar esse primeiro contato dos jovens com o mercado de trabalho. A Professora Samira de Lima, Coordenadora do Programa de Estágio da Etec de Monte Mor, proporcionou a visão da escola a respeito dos alunos Geração Z.

Existe uma parceria entre a escola e as empresas da nossa região, em que as empresas disponibilizam as vagas de estágios e jovem aprendiz e a escola faz a divulgação, a partir do momento em que o aluno é selecionado pela empresa, (seleção essa que ocorre por intermédio de uma entrevista de emprego mediada pela escola), ocorre a elaboração do contrato de estágio ou contrato de aprendiz, com assinatura pela empresa, escola e o estudante. Durante o vigor do contrato existe um processo de acompanhamento do aluno, que vai desde a assinatura do contrato até o seu encerramento. Esse acompanhamento é mensal com relatórios de frequência, das atividades realizadas e desempenho do aluno. Entretanto, diversos fatores devem ser levados em consideração, como por exemplo: o horário legalmente permitido para realização das atividades de aprendizagem nas empresas e escola, já que existe regras referentes ao tempo de trabalho do aprendiz e estagiário, o que por muitas vezes gera uma incompatibilidade de tempo, o que dificulta a contratação dos alunos, especialmente do período diurno. No caso de rescisão antecipada do contrato tanto de aprendiz e estágio, a escola recebe um relatório a respeito de como foi a jornada do aluno, pelo olhar da empresa, e a escola abre espaço para que o aluno possa fazer suas próprias colocações, sobre suas atividades diárias, suas dificuldades, para que a escola faça a intermediação necessária.

Geralmente não há interesse dos alunos pelas vagas ofertadas quando não são remuneradas. Eles optam pelas vagas que oferecem bolsa auxílio, benefícios ou salários. As vagas que oferecem melhor remuneração e mais benefícios são as mais procuradas, e alunos também preferem aquelas em que a distância entre a sua residência e escola é menor. A maioria das vagas são aproveitadas pelos alunos do ensino modular (noturno), uma vez que fica mais fácil de conciliar os horários.

A escola dispõe de uma grande quantidade de vagas, no entanto existe muita dificuldade por parte das empresas em encontrar alunos comprometidos e

interessados em seguir carreira após o término do contrato. Ainda assim 30% dos alunos que entram como aprendiz ou estagiários são efetivados após o término do contrato e seguem trabalhando.

Esse número dá-se em sua grande maioria ao interesse e dedicação do aluno, uma vez eles saem da Etec preparados e capacitados profissionalmente. A efetivação em muitos casos depende exclusivamente do desempenho deles no ambiente de trabalho e do engajamento ao desenvolver suas funções.

4. A RELAÇÃO DA GERAÇÃO Z E O MERCADO DE TRABALHO

Desde a época dos primórdios, todos os chefes e donos de terras utilizavam a mão de obra escrava, que obrigava ao servo um trabalho duro, longo, sem condições salúferas e com salários e benefícios inexistentes. Por conta disso, os empregados claramente nunca foram vistos com pessoas, seres humanos e trabalhadores que sem escalas de trabalho, folgas e férias atuavam incessantemente para manter toda a riqueza dos seus senhores.

Muitos processos se passaram dentro da história mundial para que as condições de trabalho que hoje operam nas empresas realmente funcionem.

Uma grande mudança no ambiente corporativo foi revolução industrial (1760) que causou uma grande mudança nas organizações referente ao trabalho e suas dinâmicas, já que a maior parte do sistema de produção foi alterado para máquinas no lugar da manufatura, que era o único meio de produção de bens e produtos anteriormente. Entretanto, referente aos cuidados com os colaboradores, quase não se existia na época pois o grande objetivo dos donos de empresas era o somente o lucro. Com condições sub-humanas os proletariados organizaram-se para realizar sindicatos em busca de melhores condições de trabalho.

Já no território brasileiro, as primeiras revoltas trabalhistas ocorreram por volta do século XIX, aonde o Brasil vinha de um contexto de escravidão que percorreu por muitos anos, teve a iniciativa de criar a CUT (Central Única do Trabalhador) onde seu objetivo era a realização de acordos entre funcionários e patrões. Apesar de luta por direitos, somente em 1943 na Era Vargas, foi criada a Consolidação das Leis Trabalhistas (CLT). Que perdura até hoje com direitos legais em que a empresa possui com o colaborador.

Diante das diversas mudanças no âmbito corporativo em prol do colaborador, algumas questões que antes não foram levadas em consideração pelas gerações passadas, hoje geram conflitos na geração Z. O grande impasse para os nativos digitais é a falta de um olhar mais “humano” das organizações para os trabalhadores, a falta de voz ativa e de uma boa política e cultura organizacional. Para a Gen’ Z um bom salário não é somente o que eles buscam. Existe uma constante busca por propósito de realização profissional e pessoal. Não há quem não almeje um emprego na qual se sinta acolhido, visto e ouvido, e por conta disso a Geração Z sempre está em uma incessante rotatividade, pois não suportam ficar em um ambiente onde sintam-se minimamente desconfortáveis.

Sabe-se que para uma organização ser uma organização, é necessário pessoas. Que de acordo com Chiavenato (2020) “As organizações ainda não funcionam por si mesma. Elas dependem de pessoas para dirigi-las e controlá-las e para fazê-las operar e funcionar”. Portanto é necessário criar um ambiente bom, saudável e organizado. Saber, entender e acolher o

4.1 Turnover

Atrair e reter talentos para as empresas nunca foi tão difícil quanto agora. Pois as gerações passadas tinham em seu objetivo traçar carreira dentro das empresas, o que hoje, de acordo com estudiosos que analisam os comportamentos geracionais, já não faz parte da característica predominante, principalmente quando falamos de geração Z, onde mudam constantemente de emprego a medida em que não se encontram em determinada função. O professor Marcelo Alves dos Santos, quando perguntado sobre a geração Z e a rotatividade diz que: "...A ideia é que a rotatividade da geração Z se dá pelo desapego a necessidade de permanecer na empresa".

O Turnover diz respeito a taxa de rotatividade dos funcionários de uma empresa. De maneira mais compreensível, ela calcula a quantidade de demissões e admissões de funcionários. Uma pesquisa realizada nos Estados Unidos com mais de 1 mil líderes e gerentes apontou que as demissões normalmente ocorrem antes do tempo de experiência; 20% demitiram um jovem da geração Z uma semana após a contratação e 27% dentro de um mês.

Entender os jovens que hoje compõe e que farão parte do time de colaboradores das empresas por alguns anos ainda é necessário para que a taxa de rotatividade diminua e faça com que cada o colaborador pertencente da geração Z

4.2 Metodologia de pesquisa

Diante das premissas acima que aborda a Geração Z e suas questões filosóficas e cotidianas, especialmente dentro das organizações, mas também fora, partimos para entender na prática como o assunto é abordado e se sua teoria faz parte da realidade do povo que habita na região de Monte Mor. (Como não existe um consenso a certa do ano de nascimento da Geração Z, optou-se por usar os dados do último censo demográfico do IBGE)

Foi realizada uma pesquisa quantitativa, a princípio, com os alunos da escola técnica de Monte Mor (Etec) das turmas de Mtec, Administração, Logística, Logística Reversa, Recursos Humanos e Informática, nas quais seus horários são noturnos.

A priori as questões abordadas pela pesquisa feita por um questionário no Microsoft Forms foram entender os seguintes fatores:

- Curso;
- Idade;
- Gênero;
- Se atualmente o entrevistado trabalha;
- Com quais características o entrevistado se identifica;
- O trabalho de ideal;
- Em quantas empresas o entrevistado já trabalhou;
- O que o desmotiva;
- E como a escola prepara o aluno para o mercado de trabalho;

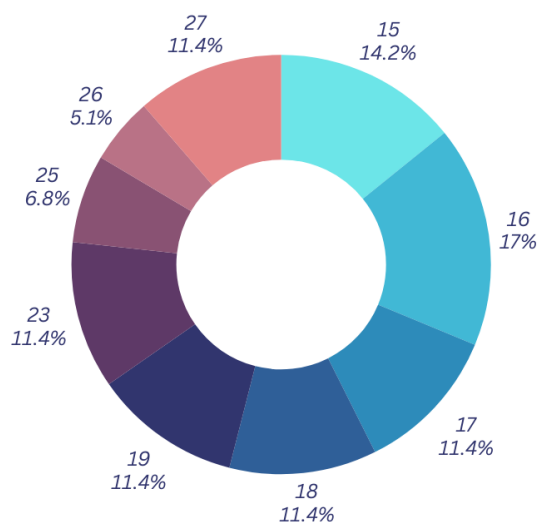
Com as perguntas feitas e respondidas por alguns dos alunos, resolver-se-á pela expansão do público-alvo da região, com as mesmas perguntas para se ter uma noção a mais da realidade dos chamados Geração Z. Com um número razoável de respostas que alcançou 60 pessoas, aqui abaixo lista-se os resultados mais frequentes e a resolução dos gráficos.

4.2.1 IDADE

De acordo com o gráfico, os resultados apontaram que 17% dos entrevistados possuem 16 anos e é a sua grande maioria nos resultados. Já em segundo lugar temos jovens de 15 anos que ocupam 14,2% das pesquisas. Também é notório a presença de jovens de 17, 18, 19, 23 e 27 que ocupam 11,4% nas pesquisas.

E por fim, é apresentado no gráfico os últimos rankings das principais idades que é composto por, 25 e 26 anos com o percentual de 6,8%.

Gráfico 1 - Idade

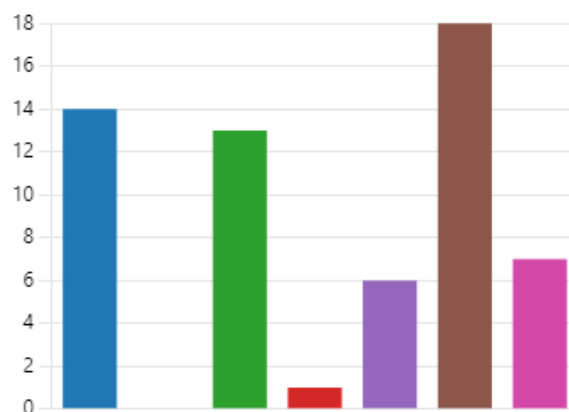
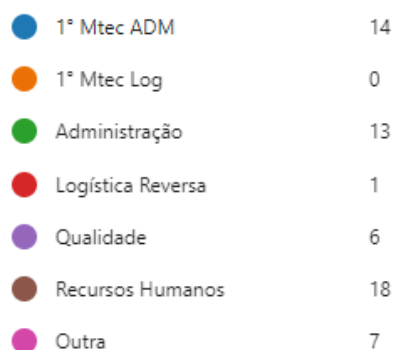


Fonte: Autoria própria

4.2.2 CURSOS

O gráfico nos evidencia com quais alunos de cada curso foram feitos o questionário e jovens que não estudam na instituição. A conclusão mostra que os alunos

Gráfico 2 - Cursos



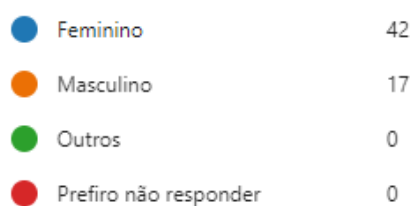
Fonte: Autoria própria (2024)

4.2.3 GÊNERO

De acordo com o gráfico o público mais ativo nas pesquisas são mulheres que lideram com 42 pessoas e logo em seguida os homens com 17.

E alguns abstiveram-se.

Gráfico 3 - Gênero

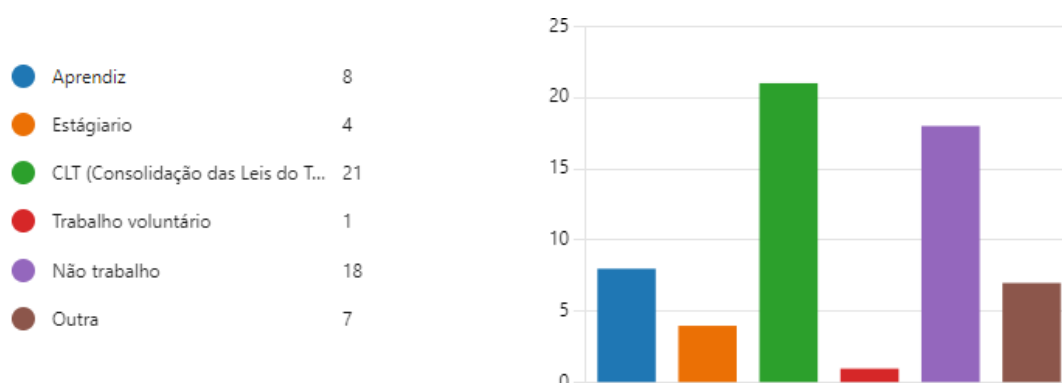


Fonte: Autoria própria (2024)

4.2.4 COMO O ENTREVISTADO TRABALHA

Aqui no gráfico 4 é notado que a maior parte trabalha com carteira assinada e logo em contrapartida temos o extremo, que são jovens que não trabalham, tendo aí uma diferença de apenas 3 pessoas. É notório a presença de alguns jovens que trabalham como aprendizes e estagiários e 7 dos entrevistados optaram por “outros”.

Gráfico 4 – Como o entrevistado trabalha



Fonte: Autoria própria (2024)

4.2.5 DENTRE DAS ALTERNATIVAS, COM QUAIS O ENTREVISTADO SE IDENTIFICA

Neste gráfico foi listado algumas das características da Geração Z no mercado de trabalho de acordo com o que os estudiosos afirmam sobre seu comportamento no ambiente organizacional.

Foi obtido algumas das principais respostas:

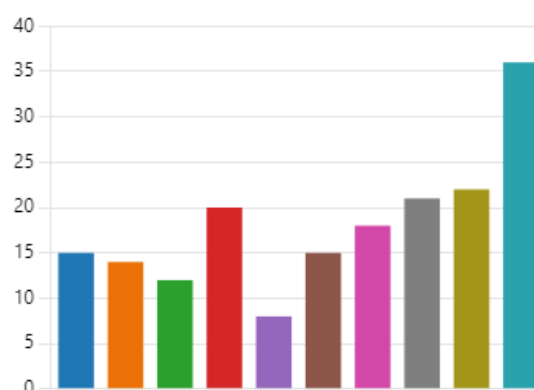
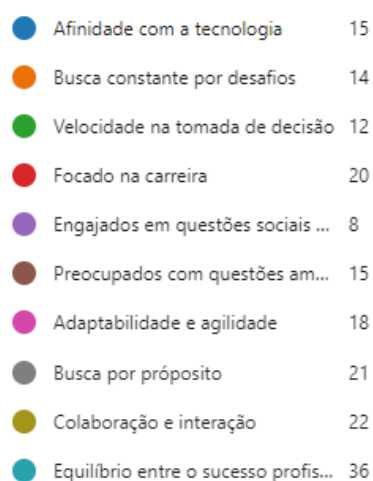
Tabela 1 – Característica que se identificam

Características que se identificam		
	Votos	Porcentagem
Equilíbrio entre o profissional e pessoal	36	21%
Colaboração e interação	22	12,94%
Busca por propósito	21	12,35%
Focado na carreira	20	11,76%
Adaptabilidade e agilidade	18	10,58%
Preocupados com questões ambientais	15	8,82%
Afinidade com a tecnologia	15	8,82%
Busca constante por desafios	14	8,23%
Velocidade na tomada de decisão	9	5,29%

Fonte: Autoria própria

É demonstrado que o equilíbrio entre o sucesso profissional e pessoal é o mais atrativo para os jovens, o que difere um tanto em relação as gerações passadas como a X e Y que buscam sempre por sucesso dentro das organizações, mostrando sempre ser um bom empregado, porém não se preocupam tanto no sucesso pessoal.

Gráfico 5 – Características de identificação



Fonte: Autoria própria

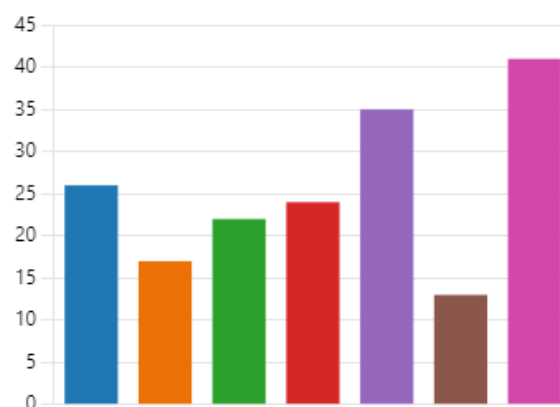
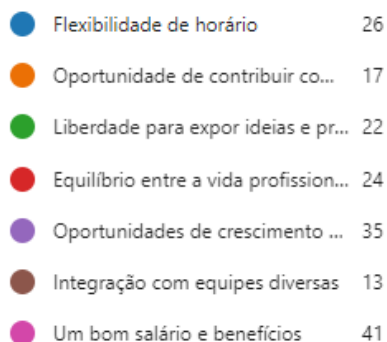
4.2.6 QUAL SERIA O TRABALHO IDEAL PARA O ENTREVISTADO

De acordo com a pesquisa, resultaram que grande parte, 41 votos, dos entrevistados, preferem ou até mesmo sonham com um bom salário e benefícios. Porém também se nota que:

Tabela 2: Trabalho Ideal

Tabela de Trabalho Ideal	
Características	Votos
Oportunidade de crescimento profissional	35
Flexibilidade no horário de trabalho	26
Equilíbrio entre a vida profissional e pessoal	24
Liberdade para expor ideias e propor projetos	22
Oportunidade de contribuir com o social	17
Integração com equipes diversas	13

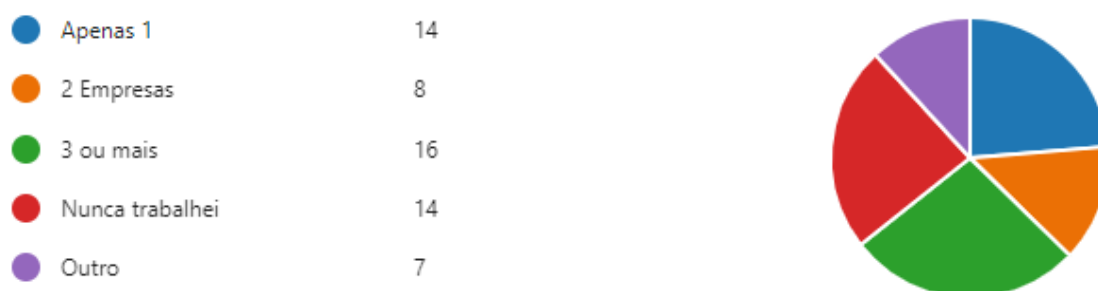
Fonte: Autoria própria



4.2.7 EM QUANTAS EMPRESAS O ENTREVISTADO JÁ TRABALHO

Nesta fase do questionário percebe-se que grande parte dos entrevistados, isto é, somam-se 16 votos. Logo em seguida, temos o outro extremo da pergunta, que são os que trabalharam apenas 1 vez e os que nunca trabalharam, empatado com a soma de 14 votos em cada.

Gráfico 7 – Como o entrevistado trabalha

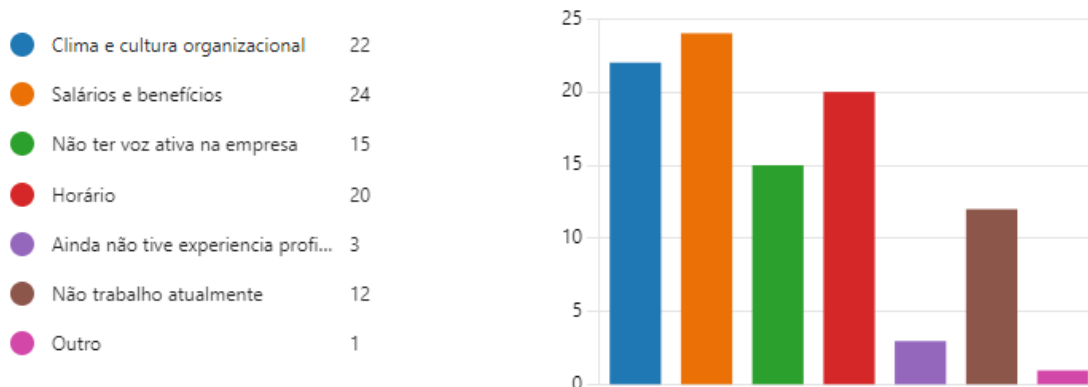


Fonte: Autoria própria (2024)

4.2.8 O QUE DESMOTIVA O ENTREVISTADO DENTRO DO SEU AMBIENTE DE TRABALHO

Nota-se que os salários e benefícios ganham com 24 votos. Logo em seguida, o clima e cultura organizacional e horário são os que mais influenciam na desmotivação do jovem. Outros fatores são levados em consideração também como mostra o gráfico abaixo:

Gráfico 8 – Desmotivação



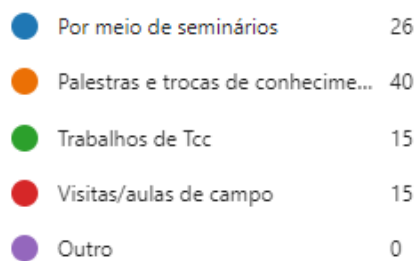
Fonte: Autoria própria (2024)

4.2.9 COMO A ESCOLA TEM PREPARADO O ENTREVISTADO PARA O MERCADO DE TRABALHO

Palestras e trocas de conhecimentos com profissionais da área está em grande destaque com 40 votos, o que mostra que tanto a ETEC quando outras escolas da

região, preparam seus alunos com a imersão deles no mundo corporativo. Abaixo mostra alguns dos métodos que são utilizados também:

Gráfico 9 – A escola e o jovem



Fonte: Autoria própria (2024)

5. DISCUSSÕES E RESULTADOS

A Pesquisa contou com 60 respondentes, com idade entre 14 e 28 anos estudantes da Etec de Monte Mor distribuídos nos cursos técnicos e modular do período noturno, dos quais 75% eram do sexo feminino e 17% masculino. Deste total 35% trabalham no modelo CLT, 30% ainda não tiveram experiência com o mercado de trabalho, 13,3% trabalham como aprendiz, 11,666% colocaram “outra” como opção de resposta, 6,6% estagiários, e apenas 2% realizam trabalho voluntário, o que entra em contrapartida com os dados coletados acima onde dizem que a geração Z está mais suscetível fazer trabalhos voluntários. Seguindo com o questionário listamos algumas características relacionadas com o perfil da Geração Z (segundo o ponto de vista dos estudiosos), e foi pedido que os estudantes escolhessem as que mais se identificassem. Podendo-se escolher mais de uma opção. Equilíbrio entre o sucesso profissional e pessoal liderou o ranking com 36 pontos, o que podem indicar que esses jovens buscam um trabalho no qual possam administrar as questões da vida profissional, sem que elas interfiram no pessoal. Já na segunda posição ficou colaboração e integração com 22 pontos. Busca por propósito obteve 21 pontos, aqui esses jovens admitem e confirmam os dados que encontramos em pesquisa bibliográfica, eles estão em busca de um propósito. Focado na carreira, vem logo em seguida com 20 pontos. Adaptabilidade e agilidade, 18 pontos. Afinidade com a tecnologia e preocupado com questões ambientais, ambos com 15 pontos, fica em desacordo com os dados levantados pois o domínio e afinidade com a tecnologia é uma das grandes particularidades desses jovens. A Busca constante por desafios soma-se 14 pontos. Velocidade na tomada de decisão 12 pontos, e por fim engajados com questões sociais obteve-se apenas 8 pontos, mostrando que os jovens de 14 a 28 anos entrevistados não tem como principal motivação as questões sociais e ambientais, contrário as informações coletadas que alegam uma maior preocupação por parte dessas pessoas referente ao mundo e a sociedade.

A questão referente a características que o trabalho ideal teria; salários e benefícios obtiveram 41 pontos o que representa 68% dos votos, em contrapartida ambientes de trabalho que promovam a integração com equipes diversas ficou com 21% dos votos tendo então 13 pontos. Oportunidade de crescimento profissional obteve 35 pontos, flexibilidade de horário 26 pontos, equilíbrio entre a vida profissional e pessoal 24 pontos, liberdade para expor ideias e propor projetos 22 pontos,

oportunidade de contribuir com o social 17 pontos. Num contexto geral podemos inferir que essas respostas não fogem tanto do encontrado na pesquisa bibliográfica. A valorização de salários e benefícios indica uma preocupação com a estabilidade financeira desde cedo, possivelmente influenciada pelo contexto econômico e social atual. Seguimos então com uma pergunta relacionada a quantidade de trabalhos que os entrevistados já tiveram, para assim abordarmos o tema turnover e rotatividade. 27% disseram que já trabalharam em 3 ou mais empresas. Dado esse que reforça a teoria dos estudiosos acerca do índice de rotatividade dos Gens Z no mercado de trabalho. Os que trabalharam em apenas 1 e os que nunca trabalharam empataram com 24%. Já a opção “outra” obteve 12% das respostas.

Referente a motivação no ambiente corporativo, quando perguntando o que os desmotiva, novamente salários e benefícios aparecem em primeira posição, com 41% dos votos, seguido de cultura organizacional com 36% dos votos, horários aparece na terceira posição com 33% dos votos. E na sequência não ter voz ativa na empresa 15%. Não trabalho atualmente e ainda não tive experiências profissionais aparecem com 20% e 5% respectivamente.

Quando questionados a respeito de como a escola os tem preparados para o mercado de trabalho, palestra e troca de conhecimentos com profissionais obteve 66% dos votos, apresentações de trabalhos no formato de seminários 27% dos votos, trabalhos de conclusão de curso e aulas de campo ficam com 16% cada. A ênfase em palestras e interações práticas com profissionais revela uma abordagem eficaz da escola na preparação dos estudantes para o mercado de trabalho, enfatizando a importância do aprendizado prático e do networking desde cedo.

Percebe-se que algumas das informações coletadas entram em desacordo com os dados das pesquisas bibliográficas.

6. CONCLUSÃO

Ao longo deste estudo, exploramos profundamente as características e comportamentos da geração Z no contexto do mercado de trabalho, focando especialmente nas influências culturais e educacionais na região de Monte Mor. Inicialmente, discutimos a definição histórica e sociológica das gerações, desde o conceito introduzido por Karl Mannheim até as especificidades da geração Z, nascida em um ambiente digital e globalizado.

A pesquisa revelou que os membros da geração Z são altamente adaptáveis, ágeis e motivados por propósitos que vão além do simples ganho financeiro. Eles valorizam a flexibilidade, a integração de tecnologia no trabalho e têm uma preocupação significativa com questões sociais, ambientais e de saúde mental. Esses aspectos são reflexo de sua criação em um mundo conectado e de constantes mudanças, onde a rapidez na tomada de decisões e a busca por um equilíbrio entre vida pessoal e profissional são prioridades.

A análise dos dados coletados através de pesquisa quantitativa entre os estudantes da Etec de Monte Mor revelou que a maioria dos entrevistados prefere trabalhos que ofereçam benefícios além do salário, como oportunidades de crescimento, flexibilidade de horários e um ambiente que promova o bem-estar. A alta rotatividade observada entre os jovens da geração Z no mercado de trabalho pode ser atribuída à insatisfação com ambientes que não atendem esses critérios e ainda com o fato de as funções desenvolvidas no ambiente corporativo e ou a cultura organizacional não estarem alinhados com o propósito o qual buscam.

Além disso, discutimos a influência da escola na preparação desses jovens para o mercado de trabalho, destacando a importância de parcerias entre instituições de ensino e empresas para proporcionar uma transição mais suave e eficaz para o mundo profissional.

Em suma, a geração Z está redefinindo as dinâmicas tradicionais do mercado de trabalho com suas expectativas e valores distintos. Compreender essas características é crucial para as organizações adaptarem suas políticas e práticas de gestão de pessoas, visando não apenas atrair, mas também reter talentos dessa geração tão peculiar.

Este estudo não apenas contribui para o entendimento acadêmico sobre a geração Z, mas também oferece insights práticos para educadores, empresários e

líderes organizacionais que buscam otimizar a gestão de talentos em um cenário cada vez mais diversificado e dinâmico.

É de suma importância destacar que as características aqui mencionadas com intuito de elaborar e descrever um perfil característicos das pessoas da Geração Z tem cunho puramente exploratório e acadêmico, baseando-se nas colocações feitas por outros autores e pesquisadores ao longo dos anos, e nos dados obtidos através de uma pesquisa quantitativa (mencionada acima). Dito isso é valido mencionar que esse perfil encontrado e aqui discutido pode ou não se aplicar a todas a pessoas que por consequência de seu ano de nascimento venha a se enquadrar como geração Z.

Deixa-se aberto para que novos estudantes e jovens interessados no tema e nas questões corporativas quando se fala da geração Z, fazer novas análises, pesquisas de campo e estudos mais aprofundados. É importante salientar que o tema escolhido é inteiramente relevante pois aborda as questões comportamentais dos colaboradores que hoje integram e integrarão o mercado de trabalho.

Por fim, esperamos contribuir de acordo com nosso levantamento de dados e informações sobre a região de Monte Mor, para novas pesquisas e possíveis projetos que poderão ser criados para acrescentar mais conhecimento e

REFERÊNCIAS

https://www.academia.edu/36355526/pdf_livro_gest%C3%A3o_de_pessoas_IDALBERTO_CHIAVENATO_pdf

CHIAVENATO, Idalberto. Recursos Humanos: O capital humano das organizações página 40. Rio de Janeiro.

CHIAVENATO, Idalberto. Administração de recursos humanos: fundamentos básicos. São Paulo

EMANNUEL, Simone. Geração Z Quem são e como se comportam os jovens nascidos na era digital.

FELIX, Bia <https://exame.com/bussola/o-que-a-geracao-z-realmente-quer/>

GONCALVES, Cintia geração z no mercado de trabalho: https://gente.globo.com/geracao-z/assets/Scroll28_Geracao_Z_Mercado_de_trabalho.pdf

<https://www.ibge.gov.br/>

<https://www.nube.com.br/blog/2023/03/14/geracao-z-aspiracoes-no-mercado-de-trabalho>

O perfil da Geração Z no trabalho: <https://use.runrun.it/infografico-geracao-z/>

SCHROEDER, Bernard, Ansiedade da Geração Z no trabalho impulsiona indústria: [Leia mais em: https://forbes.com.br/carreira/2024/04/ansiedade-da-geracao-z-no-trabalho-impulsiona-industria-de-us-27-bi/](https://forbes.com.br/carreira/2024/04/ansiedade-da-geracao-z-no-trabalho-impulsiona-industria-de-us-27-bi/)

WADA, E. K.; CARNEIRO, N. A. As Necessidades da Geração Y no Cenário de Eventos Empresariais. 2010

