



SÃO PAULO
GOVERNO DO ESTADO

CENTRO EDUCACIONAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA PAULA SOUZA
ESCOLA TÉCNICA ESTADUAL IRMÃ AGOSTINA
TECNICO EM ADMINISTRAÇÃO

EDERSON ARVELINO VICTOR

GABRIEL DIAS SILVA

KAUÃ CARLOS DA SILVA

LUANA ARAÚJO SILVA

MARIA EDUARDA DE JESUS SENA

YGOR LIMA BATISTA

A GERAÇÃO Z NO MERCADO DE TRABALHO:
FORMAS DE ADAPTAÇÃO

SÃO PAULO

2026

EDERSON ARVELINO VICTOR
GABRIEL DIAS SILVA
KAUÃ CARLOS DA SILVA
LUANA ARAÚJO SILVA
MARIA EDUARDA DE JESUS SENA
YGOR LIMA BATISTA

**A GERAÇÃO Z NO MERCADO DE TRABALHO:
FORMAS DE ADAPTAÇÃO**

Projeto de pesquisa apresentado à Escola técnica estadual – Etec Irmã Agostina, como parte dos requisitos para aprovação na disciplina técnico em Administração.

Orientador: Rodrigo Tadeu Alves Reina

SÃO PAULO

2026

RESUMO

A pesquisa analisa as estratégias da Geração Z para ingressar no mercado de trabalho, considerando suas características, expectativas e desafios. O estudo destaca a importância da qualificação profissional, das competências técnicas e socioemocionais e do conhecimento da cultura organizacional. Os resultados indicam que a adaptação das empresas às demandas dessa geração favorece o engajamento, a produtividade e a retenção de talentos.

Palavras chaves: Geração Z; Mercado de trabalho; Qualificação profissional; Competências socioemocionais; Cultura organizacional.

ABSTRACT

This research analyzes the strategies used by Generation Z to enter the labor market, considering its characteristics, expectations, and challenges. The study highlights the importance of professional qualification, technical and socio-emotional skills, and knowledge of organizational culture. The results indicate that companies' adaptation to the demands of this generation promotes engagement, productivity, and talent retention.

Keywords: Generation Z; Labor Market; Professional Qualification; Socio-emotional Skills; Organizational Culture.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	6
2 JUSTIFICATIVA.....	7
3 OBJETIVOS GERAIS.....	8
4 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	9
5 GERAÇÃO Z	10
6 MERCADO DE TRABALHO.....	10
7 A GERAÇÃO Z NO MERCADO DE TRABALHO	12
8 ESTRATÉGIAS PARA A INSERÇÃO DA GERAÇÃO Z NO MERCADO.....	13
9 A BUSCA DA GERAÇÃO Z DE CONHECER AS CULTURAS EMPRESARIAIS	14
10 AVALIAR A ADAPTAÇÃO DAS EMPRESAS À GERAÇÃO Z	15
11 REFERÊNCIAL TEÓRICO.....	17
12 METODOLOGIA CIENTIFICA	18
13 RESULTADOS E DISCUSSÕES	18
14. CONCLUSÃO	19

1. INTRODUÇÃO

A inserção da Geração Z no mercado de trabalho tem provocado mudanças significativas nas organizações contemporâneas. Formada por jovens que cresceram em um ambiente marcado pela tecnologia digital, internet e redes sociais, essa geração apresenta características e expectativas diferentes das gerações anteriores. Conhecidos como nativos digitais, os integrantes da Geração Z valorizam aspectos como flexibilidade, autonomia, propósito, diversidade, saúde mental e equilíbrio entre vida pessoal e profissional.

Nesse contexto, a cultura organizacional torna-se um fator essencial para a atração, integração e retenção desses profissionais. Composta por valores, normas, crenças e práticas que orientam o funcionamento das empresas, a cultura organizacional influencia diretamente a forma como os colaboradores se relacionam com o ambiente de trabalho. A Geração Z busca organizações que demonstrem coerência entre discurso e prática, promovam inclusão, transparência e ofereçam oportunidades de desenvolvimento contínuo.

Diante dessa realidade, as empresas precisam adaptar seus modelos de gestão para atender às novas demandas dessa geração. Estratégias como a adoção de tecnologias modernas, a oferta de trabalho flexível, a valorização da diversidade, o incentivo ao aprendizado constante e a implementação de lideranças mais colaborativas são fundamentais para aumentar o engajamento e reduzir a rotatividade de talentos.

Assim, este trabalho tem como objetivo compreender a cultura organizacional das empresas, considerando seus valores, normas e práticas internas, bem como analisar a possibilidade de adaptação do mercado de trabalho para acolher a Geração Z no ambiente organizacional. Além disso, busca identificar ações que contribuam para uma integração mais eficiente desses profissionais, promovendo benefícios tanto para os colaboradores quanto para as organizações.

2. JUSTIFICATIVA

A presente pesquisa justifica-se pela relevância da inserção da Geração Z no mercado de trabalho contemporâneo, diante das constantes transformações sociais e tecnológicas que influenciam as relações profissionais. Essa geração apresenta características e expectativas específicas, como a busca por desenvolvimento contínuo, propósito e adaptação a ambientes dinâmicos, o que demanda novas estratégias tanto por parte dos jovens quanto das organizações.

Nesse sentido, torna-se importante analisar as estratégias utilizadas pela Geração Z para ingressar no mercado de trabalho, bem como compreender a importância do desenvolvimento profissional e do entendimento da cultura organizacional das empresas. Além disso, o estudo busca refletir sobre a capacidade do mercado de trabalho de se adaptar a esse perfil geracional, promovendo práticas que favoreçam sua inclusão e integração no ambiente profissional.

3. OBJETIVOS GERAIS

Analisar as principais estratégias utilizadas pela Geração Z para ingressar no mercado de trabalho, considerando suas características e expectativas. Além disso, busca-se compreender em que medida o mercado de trabalho pode se adaptar a esse perfil geracional, promovendo práticas que favoreçam a inclusão e a integração desses jovens no ambiente profissional.

4. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Buscar o desenvolvimento profissional contínuo como forma de ampliar as oportunidades de inserção e valorização no mercado de trabalho, compreender a cultura organizacional das empresas, considerando seus valores, normas e práticas internas e analisar a possibilidade de o mercado de trabalho se adaptar para acolher a Geração Z no ambiente organizacional.

5. GERAÇÃO Z

A Geração Z é composta por pessoas nascidas entre meados da década de 1990 e o início de 2010. Essa geração cresceu em um mundo marcado pelo avanço da internet, das redes sociais e das tecnologias digitais. Eles possuem facilidade em lidar com novas tecnologias, aprendem rapidamente e conseguem realizar várias tarefas ao mesmo tempo.

Entre as principais características da Geração Z estão a criatividade, a praticidade, busca por diversidade e inclusão. Além disso, valorizam muito a autenticidade, a liberdade de expressão e a qualidade de vida. Diferente de gerações anteriores, muitos jovens da Geração Z preferem ambientes mais flexíveis e menos rígidos, tanto na vida pessoal quanto no trabalho.

No mercado de trabalho, a Geração Z busca empresas que ofereçam equilíbrio entre vida profissional e pessoal, oportunidades de crescimento, flexibilidade e propósito. Eles tendem a valorizar mais a saúde mental, o bem-estar e um ambiente corporativo mais humano. Ao mesmo tempo, são vistos como profissionais dinâmicos, criativos e com grande facilidade para aprender novas funções.

Por outro lado, essa geração também enfrenta críticas relacionadas ao imediatismo, ansiedade e dificuldade em lidar com modelos tradicionais de trabalho. Muitos gestores apontam desafios na adaptação da Geração Z a ambientes corporativos mais rígidos, enquanto os jovens defendem mudanças nas condições de trabalho e maior valorização da qualidade de vida.

6. MERCADO DE TRABALHO

O mercado de trabalho corresponde ao ambiente em que ocorre a relação entre trabalhadores e empregadores, sendo caracterizado pela oferta e procura de mão de obra. Nesse contexto, os profissionais disponibilizam seus conhecimentos, habilidades e competências, enquanto as empresas oferecem remuneração, benefícios e condições de trabalho em troca dos serviços prestados.

De acordo com o Blog Nubank, o funcionamento do mercado de trabalho está diretamente relacionado à lei da oferta e da procura. Quando a quantidade de vagas disponíveis supera o número de profissionais qualificados, a inserção no mercado torna-se mais acessível. Em contrapartida, quando há maior número de candidatos em busca de emprego do que oportunidades disponíveis, a concorrência aumenta, tornando o ingresso profissional mais desafiador.

Além de sua função na geração de empregos, o mercado de trabalho desempenha papel fundamental no desenvolvimento econômico de um país. O aumento dos níveis de emprego contribui para a ampliação do consumo da população, impulsionando a circulação de recursos financeiros e favorecendo o crescimento econômico, refletido em indicadores como o Produto Interno Bruto (PIB).

Segundo a Catho Carreira & Sucesso, o mercado de trabalho acompanha as transformações sociais, tecnológicas e organizacionais. Dessa forma, algumas profissões perdem relevância ao longo do tempo, enquanto novas áreas de atuação surgem em decorrência das demandas da sociedade e dos avanços tecnológicos.

O mercado de trabalho pode ser classificado em duas categorias principais: formal e informal. O mercado formal caracteriza-se pela existência de vínculo empregatício regulamentado pela Consolidação das Leis do Trabalho (CLT), garantindo direitos trabalhistas como férias remuneradas, décimo terceiro salário, Fundo de Garantia do Tempo de Serviço (FGTS), aposentadoria e seguro-desemprego. Já o mercado informal engloba atividades realizadas sem registro formal, geralmente exercidas por trabalhadores autônomos ou profissionais sem vínculo empregatício, que não possuem acesso aos benefícios previstos pela legislação trabalhista.

Atualmente, o mercado de trabalho passa por constantes transformações impulsionadas pela evolução tecnológica, pela digitalização dos processos e pelas novas modalidades de trabalho. Entre suas principais características destacam-se a valorização da tecnologia e da inovação, a expansão do trabalho remoto e híbrido, a crescente demanda por profissionais qualificados e atualizados, a valorização de competências comportamentais, como comunicação e trabalho em equipe, além da promoção da diversidade e da inclusão no ambiente organizacional.

Nesse cenário, áreas como tecnologia da informação, marketing digital, finanças e recursos humanos destacam-se por apresentar elevado potencial de crescimento e geração de oportunidades profissionais. Contudo, o mercado de trabalho também enfrenta desafios significativos, entre os quais se destacam a alta competitividade entre candidatos, a exigência de experiência profissional, a necessidade de constante qualificação, os índices de desemprego e informalidade, além de situações de discriminação relacionadas à idade, gênero e deficiência.

Diante dessas condições, torna-se essencial que os profissionais invistam continuamente em educação, capacitação e desenvolvimento de competências, visando aumentar sua empregabilidade e adaptar-se às constantes mudanças do mercado de trabalho contemporâneo.

7. A GERAÇÃO Z NO MERCADO DE TRABALHO

No ambiente profissional, a Geração Z destaca-se pela facilidade de utilização das tecnologias digitais, pela capacidade de adaptação às mudanças e pela busca contínua por aprendizado. Além disso, esses jovens valorizam a inovação, a diversidade, a inclusão e a flexibilidade nas relações de trabalho. Diferentemente das gerações anteriores, que geralmente priorizavam a estabilidade profissional e a permanência em uma mesma organização por longos períodos, os profissionais da Geração Z tendem a buscar propósito, qualidade de vida e equilíbrio entre vida pessoal e profissional.

Entretanto, a inserção dessa geração no mercado de trabalho tem sido marcada por desafios relacionados às diferenças de valores e expectativas entre gerações. Enquanto profissionais mais experientes costumam valorizar estruturas hierárquicas tradicionais, disciplina rígida e estabilidade, os jovens da Geração Z demonstram preferência por ambientes colaborativos, transparentes e que ofereçam oportunidades de desenvolvimento constante. Essa divergência pode gerar conflitos organizacionais e dificuldades de adaptação entre líderes e colaboradores.

Outro aspecto relevante refere-se à importância atribuída ao bem-estar emocional e à saúde mental. Os integrantes da Geração Z buscam empresas que

demonstrem preocupação com a qualidade de vida dos colaboradores e que promovam ambientes saudáveis e inclusivos. Dessa forma, fatores como reconhecimento profissional, feedback frequente, flexibilidade de horários e oportunidades de crescimento tornam-se elementos fundamentais para a atração e retenção desses talentos.

Apesar das contribuições que podem oferecer às organizações, muitos jovens ainda enfrentam preconceitos durante processos seletivos e no ambiente corporativo. Algumas empresas associam a Geração Z a características como impaciência, dificuldade de adaptação a modelos tradicionais de trabalho e alta rotatividade. Contudo, especialistas apontam que essas percepções frequentemente refletem uma falta de compreensão sobre as transformações sociais e tecnológicas que moldaram essa geração. Nesse contexto, torna-se essencial que as organizações desenvolvam estratégias de gestão capazes de promover a integração entre diferentes gerações e valorizar as competências específicas de cada grupo.

Diante desse cenário, observa-se que a Geração Z desempenha um papel relevante na transformação do mercado de trabalho. Sua presença impulsiona mudanças relacionadas à cultura organizacional, aos modelos de liderança e às práticas de gestão de pessoas. Assim, compreender suas características, expectativas e desafios torna-se fundamental para que empresas e profissionais construam relações de trabalho mais produtivas, colaborativas e alinhadas às demandas da sociedade contemporânea.

8. ESTRATÉGIAS PARA A INSERÇÃO DA GERAÇÃO Z NO MERCADO

Para ampliar as oportunidades de inserção e crescimento profissional, a Geração Z deve adotar estratégias que favoreçam o desenvolvimento de competências técnicas e comportamentais. Nesse contexto, o aprendizado contínuo destaca-se como um fator essencial, uma vez que as constantes transformações tecnológicas e organizacionais exigem atualização permanente dos conhecimentos. Além da qualificação técnica, torna-se fundamental o desenvolvimento de habilidades interpessoais, como trabalho em equipe, capacidade de adaptação, proatividade e

resolução de problemas, competências cada vez mais valorizadas pelas organizações.

Outro aspecto relevante refere-se ao aproveitamento das oportunidades de desenvolvimento oferecidas pelas empresas. Programas de treinamento, capacitação e aperfeiçoamento profissional contribuem para o fortalecimento das competências dos colaboradores, favorecendo o desempenho das atividades e ampliando as possibilidades de crescimento na carreira.

Adicionalmente, a escolha de organizações cujos valores e princípios estejam alinhados às expectativas dos jovens profissionais pode influenciar positivamente os níveis de satisfação, motivação e engajamento no ambiente de trabalho. O conhecimento da cultura organizacional permite que o indivíduo identifique empresas que proporcionem condições favoráveis ao seu desenvolvimento profissional e pessoal.

Por fim, a participação em atividades voluntárias representa uma importante alternativa para a aquisição de experiência prática e o desenvolvimento de competências profissionais. O trabalho voluntário possibilita o aprimoramento do senso de responsabilidade, da comunicação e da capacidade de colaboração, além de enriquecer o currículo e facilitar o ingresso no mercado de trabalho.

Dessa forma, observa-se que o investimento em aprendizagem contínua, o desenvolvimento de habilidades socioemocionais, a busca por organizações alinhadas aos valores pessoais e a participação em ações voluntárias constituem estratégias fundamentais para que a Geração Z amplie sua empregabilidade e alcance melhores oportunidades profissionais.

9. A BUSCA DA GERAÇÃO Z DE CONHECER AS CULTURAS EMPRESARIAIS

A presença da geração Z nas organizações contemporâneas tem provocado transformações significativas nas dinâmicas de trabalho, nos modelos de gestão e nas relações interpessoais. Essa geração, formada majoritariamente por jovens nascidos entre meados da década de 1990 e o início dos anos 2010, cresceu em um contexto fortemente marcado pela revolução tecnológica, pela globalização e pelo acesso

imediatamente à informação. Tal contexto proporcionou o desenvolvimento de características e valores distintos das gerações anteriores, especialmente das gerações X e Y, o que tem exigido das empresas novas formas de compreender, gerir e integrar esses profissionais no ambiente corporativo. Assim, o tema deste estudo — “A geração Z nas organizações: comportamentos, expectativas e estratégias de integração no ambiente de trabalho” — parte da necessidade de analisar a influência que essa nova geração exerce sobre os modelos de gestão e as relações de trabalho, uma vez que seu ingresso no mercado tem modificado padrões culturais e estruturais tradicionais.

A geração Z, ao apresentar uma mentalidade mais voltada para a inovação, a diversidade e o uso intensivo das tecnologias digitais, tem desafiado as práticas tradicionais de gestão de pessoas, demandando novas estratégias de comunicação, motivação e engajamento. As organizações que não se adaptam a esse novo perfil profissional enfrentam dificuldades relacionadas à rotatividade de colaboradores, à perda de talentos e à queda na produtividade, o que torna o estudo sobre o comportamento e as expectativas desses jovens um tema de grande relevância prática e teórica.

10. AVALIAR A ADAPTAÇÃO DAS EMPRESAS À GERAÇÃO Z

A Geração Z caracteriza-se por ser a primeira geração a crescer em um contexto amplamente digitalizado, marcado pela constante presença da internet, dispositivos móveis e diversas ferramentas tecnológicas. Essa familiaridade com os recursos digitais influencia diretamente suas expectativas em relação ao ambiente de trabalho, levando esses jovens profissionais a valorizarem organizações inovadoras, tecnologicamente atualizadas e alinhadas às transformações da sociedade contemporânea.

Nesse contexto, a cultura organizacional desempenha papel fundamental na atração e retenção de talentos pertencentes à Geração Z. Esses profissionais tendem a buscar empresas cujos valores, missão e propósito estejam claramente definidos e sejam compatíveis com seus princípios pessoais. Dessa forma, torna-se essencial que

as organizações promovam uma cultura baseada na transparência, na ética, na inclusão e no compromisso com objetivos que transcendam os resultados financeiros.

Além disso, a diversidade e a inclusão representam aspectos de grande relevância para essa geração. Os jovens da Geração Z valorizam ambientes de trabalho que respeitem as diferenças e ofereçam igualdade de oportunidades a todos os colaboradores. Assim, as empresas devem incorporar práticas inclusivas em sua rotina organizacional, garantindo que esses princípios sejam efetivamente aplicados em todos os níveis da instituição.

Diante dessas características, torna-se necessário que as organizações adotem estratégias capazes de atender às expectativas desse novo perfil profissional. Entre as principais medidas, destaca-se a promoção da flexibilidade no trabalho, por meio da adoção de modelos híbridos, horários flexíveis e possibilidades de trabalho remoto, favorecendo o equilíbrio entre a vida pessoal e profissional.

Outra estratégia relevante consiste no investimento contínuo no desenvolvimento dos colaboradores. A oferta de treinamentos, programas de mentoria, capacitações e oportunidades de crescimento profissional contribuem para o engajamento e a permanência desses jovens nas organizações, uma vez que a Geração Z valoriza o aprendizado constante e o desenvolvimento de novas competências.

Adicionalmente, é importante que as empresas adotem práticas de liderança mais colaborativas e participativas. Diferentemente dos modelos tradicionais baseados em estruturas hierárquicas rígidas, a Geração Z demonstra maior identificação com ambientes que incentivam a comunicação aberta, a participação nas decisões e o fornecimento contínuo de feedback.

A valorização da autonomia também se destaca como um fator essencial para a motivação desses profissionais. Ao proporcionar maior liberdade para a tomada de decisões, acompanhada do suporte necessário para o desempenho das atividades, as organizações favorecem o desenvolvimento do senso de responsabilidade e do comprometimento dos colaboradores.

Por fim, a construção de uma cultura organizacional pautada em propósito mostra-se indispensável para atrair e reter talentos da Geração Z. Quando os valores

e objetivos da empresa são claramente definidos e vivenciados por todos os membros da organização, os colaboradores tendem a desenvolver maior identificação com o trabalho realizado, fortalecendo o engajamento, a satisfação e o desempenho profissional.

11. REFERÊNCIAL TEÓRICO

A Geração Z é composta por indivíduos que cresceram em meio às tecnologias digitais, internet e redes sociais, apresentando forte familiaridade com inovação e comunicação rápida. Segundo Marc Prensky, essa geração é formada por “nativos digitais”, ou seja, pessoas que nasceram conectadas às tecnologias e possuem facilidade no uso de ferramentas digitais.

No contexto profissional, a Geração Z valoriza flexibilidade, autonomia, propósito, diversidade e equilíbrio entre vida pessoal e trabalho. Para Zygmunt Bauman, as relações na sociedade contemporânea são mais fluidas e instáveis, influenciando também a forma como os jovens se relacionam com as empresas e suas carreiras.

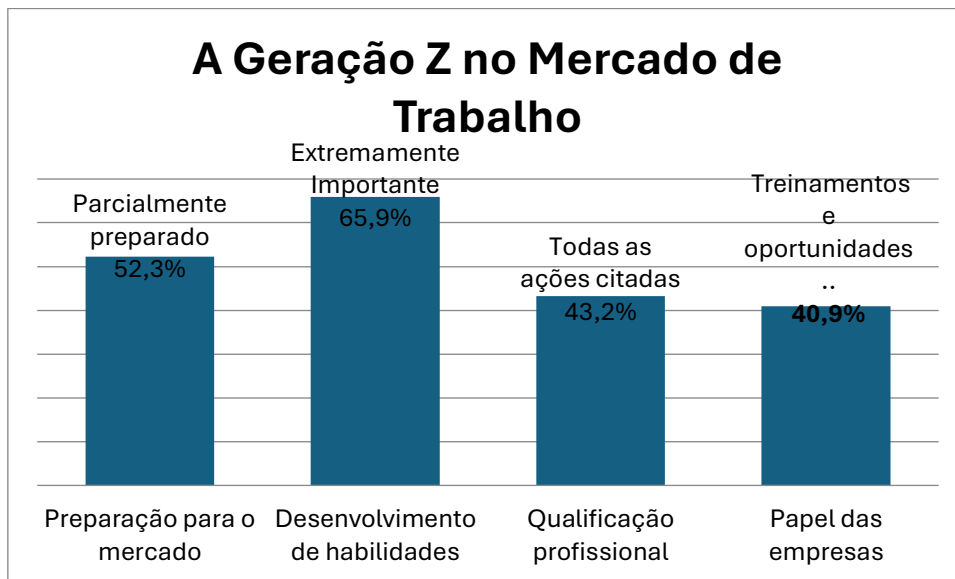
De acordo com Manuel Castells, a sociedade atual é organizada em redes de informação e comunicação, tornando a tecnologia um elemento essencial no ambiente de trabalho e no comportamento das novas gerações.

Pierre Lévy afirma que a inteligência coletiva e os ambientes digitais modificaram a produção de conhecimento e a colaboração nas organizações.

Pesquisas da Deloitte apontam que a Geração Z prioriza saúde mental, trabalho híbrido, desenvolvimento profissional e lideranças humanizadas. Por isso, as empresas precisam adaptar-se por meio de:

- Flexibilidade no trabalho;
- Uso de tecnologias digitais;
- Liderança colaborativa;
- Feedback constante;

12. METODOLOGIA CIENTÍFICA



A Geração Z tem demonstrado grande interesse em se qualificar para atender às exigências do mercado de trabalho atual. Os resultados foram obtidos por meio de um formulário online elaborado pelo grupo, com o objetivo de analisar a percepção dos jovens sobre o mercado de trabalho. A partir das respostas coletadas, foi possível identificar que os participantes reconhecem a importância da qualificação profissional para atender às demandas do mercado e aumentar suas oportunidades de ingressar no mercado de trabalho.

13. RESULTADOS E DISCUSSÕES

A Geração Z tem demonstrado grande interesse em se qualificar para atender às exigências do mercado de trabalho atual. Os resultados foram obtidos por meio de um formulário online elaborado pelo grupo, com o objetivo de analisar a percepção dos jovens sobre o mercado de trabalho. A partir das respostas coletadas, foi possível identificar que os participantes reconhecem a importância da qualificação profissional para atender às demandas do mercado e aumentar suas oportunidades de ingressar no mercado de trabalho.

14. CONCLUSÃO

O presente trabalho teve como objetivo analisar a relação entre a Geração Z e o mercado de trabalho contemporâneo, buscando compreender suas características, expectativas, desafios e as estratégias necessárias para promover sua inserção e permanência no ambiente organizacional. A pesquisa evidenciou que as constantes transformações tecnológicas, sociais e econômicas têm modificado significativamente as relações de trabalho, exigindo adaptações tanto dos profissionais quanto das organizações.

Verificou-se que a Geração Z, por ter crescido em um contexto amplamente digitalizado, apresenta habilidades relacionadas ao uso de tecnologias, capacidade de adaptação e facilidade de acesso à informação. Além disso, valoriza aspectos como flexibilidade, diversidade, inclusão, propósito profissional, equilíbrio entre vida pessoal e trabalho e oportunidades de desenvolvimento contínuo. Essas características diferenciam essa geração de grupos anteriores e influenciam diretamente suas expectativas em relação às organizações.

Os resultados também demonstraram que, embora a Geração Z possua competências importantes para o mercado de trabalho atual, sua inserção profissional ainda enfrenta desafios relacionados à competitividade, à exigência de experiência profissional, às diferenças geracionais e à necessidade constante de qualificação. Nesse sentido, observou-se que o desenvolvimento de competências técnicas e comportamentais, aliado ao aprendizado contínuo, constitui um fator essencial para ampliar as oportunidades de empregabilidade e crescimento profissional.

No que se refere às organizações, constatou-se que a adaptação às demandas da Geração Z representa um importante diferencial competitivo. Empresas que investem em inovação, cultura organizacional inclusiva, liderança colaborativa, flexibilidade laboral, desenvolvimento profissional e valorização da saúde mental tendem a atrair e reter talentos com maior eficiência. Dessa forma, torna-se evidente que a construção de ambientes de trabalho mais humanos, participativos e alinhados às transformações da sociedade contemporânea favorece tanto o desempenho organizacional quanto a satisfação dos colaboradores.

Por fim, conclui-se que a Geração Z desempenha papel fundamental na transformação do mercado de trabalho, impulsionando mudanças nos modelos de gestão, na cultura organizacional e nas relações profissionais. Assim, a integração efetiva entre as expectativas dessa geração e as necessidades das organizações depende de um processo contínuo de adaptação, diálogo e desenvolvimento mútuo. Dessa maneira, empresas e profissionais poderão construir relações de trabalho mais produtivas, inovadoras e sustentáveis, contribuindo para o fortalecimento das organizações e para o desenvolvimento da sociedade como um todo.

REFERÊNCIAS

BRASIL ESCOLA. Geração Z. Disponível em: <https://brasilecola.uol.com.br/amp/sociologia/geracao-z.htm>.

CATHO. Mercado de trabalho: o que é e como funciona. Disponível em: <https://www.catho.com.br/carreira-sucesso/mercado-de-trabalho-o-que-e/>.

DELOITTE. Gen Zs and millennials at work: pursuing a balance of money, meaning, and well-being. Disponível em: <https://www2.deloitte.com/global/en/pages/about-deloitte/articles/genzmillennialsurvey.htm>.

EU CAPACITO. Geração Z: 4 dicas para entrar no mercado de trabalho. Disponível em: <https://www.eucapacito.com.br/mercado/geracao-z-4-dicas-para-entrar-no-mercado-de-trabalho/>.

GLOBO GENTE. Geração Z. Disponível em: <https://gente.globo.com/geracao-z.ghtml>.

LEME CONSULTORIA. Geração Z no mercado de trabalho: como as empresas devem se adaptar ao novo perfil do funcionário. Disponível em: <https://lemeconsultoria.com.br/geracao-z-no-mercado-de-trabalho-como-as-empresas-devem-se-adaptar-ao-novo-perfil-do-funcionario/>.

NUBANK. Mercado de trabalho: entenda o que é e como funciona. Disponível em: <https://blog.nubank.com.br/mercado-de-trabalho/>.

REVISTA FOCO. Geração Z e o mercado de trabalho: desafios e perspectivas. Disponível em: <https://ojs.focopublicacoes.com.br/foco/article/view/10598>.

REVISTA TÓPICOS. A geração Z nas organizações: comportamentos, expectativas e estratégias de integração no ambiente de trabalho. Disponível em: <https://revistatopicos.com.br/artigos/a-geracao-z-nas-organizacoes-comportamentos-expectativas-e-estrategias-de-integracao-no-ambiente-de-trabalho>.

SÓLIDES. Geração Z: características e desafios no mercado de trabalho.
Disponível em: <https://solides.com.br/blog/geracao-z/>.