

GESTÃO DE PESSOAS

PERFIL E EMPREGABILIDADE DA GERAÇÃO Z EM TANGARÁ DA SERRA- MT.

Resumo

As empresas em um mundo glocal vem passando por rápidas mudanças, nesse contexto as pessoas precisam se adaptar continuamente, a gestão de pessoas tem o desafio de contribuir cada vez mais para o desenvolvimento de habilidades e competências dos profissionais inseridos no mercado de trabalho. Nesse sentido, este estudo teve como objetivo compreender qual o perfil e empregabilidade do jovem de faixa etária entre 14 e 23 anos, pertencente à Geração Z, na cidade de Tangará da Serra/MT. Como método de análise, foram comparados os dados teóricos de outros estudos, os dados obtidos pela aplicação do questionário aos jovens e os dados obtidos pela entrevista à agência de recrutamento e seleção. A pesquisa apresenta informações relevantes às empresas e profissionais da área de gestão de pessoas e aos próprios integrantes da Geração Z, destaque principal para quais as características mais procuradas pelos recrutadores no momento da contratação, e quais os seus pontos fortes e pontos a serem melhorados.

Palavras-chave: geração z; gestão de pessoas; empregabilidade.

Abstract

Companies in a glocal world are undergoing rapid changes, in this context people need to adapt continuously, people management has the challenge of contributing more and more to the development of skills and competences of the professionals inserted in the job market. In this sense, this study aimed to understand the profile and employability of young people aged between 14 and 23 years old, belonging to Generation Z, in the city of Tangará da Serra / MT. As a method of analysis, theoretical data from other studies were compared, data obtained by applying the questionnaire to young people and data obtained by interviewing the recruitment and selection agency. The survey presents relevant information to companies and professionals in the area of people management and to the members of Generation Z, the main highlight for which the characteristics most sought by recruiters at the time of hiring, and which are their strengths and points to be improved.

Keywords: generation z; people management; employability.

1. Introdução

Apesar do interesse e debate dos praticantes de gestão de pessoas, a pesquisa científica sobre diferenças geracionais e seus impactos no trabalho ainda é limitada (BENSON, 2011). A relação entre empregador e empregado está se modificando nos últimos anos em um processo de adaptação a diversas mudanças, tais como: demográficas, das relações de trabalho, relacionadas ao advento da globalização, do desenvolvimento de novas tecnologias e do aumento da competitividade (CORDEIRO et al, 2013).

Com a maioria dos integrantes da Geração Z se inserindo no mercado de trabalho, é importante que as empresas se adaptem a nova forma de trabalho destes. Os desafios na hora da contratação desses jovens vão além do salário ou dinheiro investido em sua contratação, alguns pontos como: manter a comunicação e divulgação de vagas através da internet, dar além de um salário atrativo maior autonomia ao cargo que o mesmo irá ocupar, oferecer horários flexíveis, e principalmente engaja-los em alguma causa, já que estes precisam se sentir importantes na realização de uma causa benéfica ao ambiente em que estão (RIBAS, 2017).

As organizações e seus gestores têm, portanto, o desafio de se adaptar e moldar esses profissionais, para que se tornem parte da equipe e contribuam para o desenvolvimento da mesma, sem se esquecer do desenvolvimento das demais gerações (GIULIANE, et al 2010). No estudo de Cordeiro e Albuquerque (2013), afirmou-se que geração é o agrupamento de dois conjuntos básicos: o primeiro é o contexto histórico e suas sequências de acontecimentos e o outro é integrado pela faixa etária que estão inseridos. Pode-se então caracterizar uma geração de acordo com o compartilhamento de valores e crenças e ainda por vivenciarem as mesmas situações temporais e históricas (FEIXA, LECCARDI, 2010). Portanto, é necessário entender que tais características se devem a fatores dos ambientes em que estes estão inseridos, tais como fatores culturais, econômicos, políticos, tecnológicos, entre outros (MANNHEIM, 1993).

Nesse contexto, o objetivo deste trabalho é compreender o perfil dos integrantes da Geração Z e sua empregabilidade para o mercado de trabalho na cidade de Tangará da Serra – MT.

1 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

1.1 As gerações

O termo 'geração' segundo o dicionário Aurélio tem por significado “espaço de tempo que separa cada grau de filiação”. Considera-se a definição das gerações como um conjunto de indivíduos inseridos em diferentes contextos vivendo em um mesmo espaço e por isso, é necessário a reconstrução das trajetórias sociais das gerações anteriores para a análise e compreensão das ações coletivas das novas gerações, bem como dos desafios que as mesmas enfrentam (MOTTA, 2010).

Dentre todas as gerações estudadas, por cientistas, sociólogos e psicólogos, as últimas quatro se destacam pela rápida mudança de uma para outra quanto as suas características. Estas são:

- *Baby Boomers*: definida por aqueles nascidos entre 1940 a 1960. É uma geração marcada pela Segunda Guerra Mundial e a definição da expressão *Baby Boomers* significa “Explosão de bebês” devido a explosão demográfica ocorrida nesse período (Saciloto et al, 2017). Estes foram educados com rigidez, cumprimento de rotinas difíceis e disciplina nas regras impostas por seus pais

tradicionalistas o que influenciou em como é a sua postura no ambiente de trabalho (MONTEIRO, 2018).

- Geração X: Nascidos entre 1961 e 1980 os indivíduos dessa geração foram marcados historicamente por grandes mudanças, como por exemplo, a Guerra Fria. No Brasil, neste período ocorreram o início e fim da Ditadura Militar, Diretas Já, entre outros fatos que marcaram a história do país. Recebem este nome de Geração X, pois até então se tratavam de uma incógnita para os estudantes da área, que referenciaram o “x” da matemática (OGUSKO, et al, 2012). Os profissionais dessa geração usualmente apresentam-se como independentes e autoconfiantes, são comprometidos com os objetivos organizacionais, quando estão aliados aos individuais, e costumam valorizar conhecimentos, habilidades e atitudes que estruturam as competências, quando assumem os postos de liderança (MARTINS; PENA, 2015).

- Geração Y: Essa geração é caracterizada por possuir indivíduos nascidos entre os anos de 1981 a 1995. Estes começaram a se adaptar a tecnologia em sua adolescência, portanto, são pessoas que já não conseguem imaginar o mundo sem as coisas básicas da tecnologia (Digital Group, 2019). O estudo também menciona que os integrantes da Geração Y “querem ser tratados de igual para igual, independente do nível. Desejam uma remuneração competitiva, atrelada a metas e objetivos claros”. Estes prezam a qualidade de vida, valorizam a flexibilidade de horário, a autonomia na execução das tarefas e não lidam muito bem com estruturas organizacionais rígidas nem com as relações hierárquicas formais (Saciloto et al, 2017).

- Geração Z: Nascidos a partir de 1996 os jovens da Geração Z já foram criados imersos na tecnologia, por isso, essa geração também é conhecida como Geração Digital (SAVINO, 2016). O estudo aponta ainda, que a geração Z é crítica, dinâmica e tecnológica e preocupam-se com o futuro. Considera-se que esta é uma geração que se adapta bem as mudanças, tem notícias em tempo real de diferentes cenários e, ainda assim, se considera pronta para resolver os problemas de sua própria maneira, com proatividade.

Outro ponto interessante sobre os jovens dessa geração no país, é que por terem passado por um dos maiores períodos de desemprego estes optam por serem mais cautelosos financeiramente. Dados trazidos por um estudo realizado pelo SEBRAE (2019), indicam que 57% (cinquenta e sete por cento) dos jovens da Geração Z afirmam que preferem poupar a gastar dinheiro imediatamente.

Essa geração será o foco de desenvolvimento dessa pesquisa, para tanto será direcionado seu contexto.

1.1 A geração Z no mercado de trabalho

Os indivíduos da geração Z estão agora em sua maioria entrando no mercado de trabalho ou passando a atuar em áreas importantes da organização. Estes têm domínio natural no que se refere às inovações tecnológicas e são eficazes no quesito “multifuncional”, porém, a capacidade de atenção a uma única tarefa fica comprometida devido a essa visão holística do ambiente ao seu redor e da facilidade em dispersar o foco, fazendo várias coisas ao mesmo tempo (SEBRAE, 2019).

Os indivíduos da Geração Z têm como uma característica de perfil a facilidade de aprendizado das atividades que vão exercer, visto que adquirem conhecimento através da tecnologia antes do aprendizado (OGUSKO, et al, 2012). O autor também aponta que estes são conhecidos por serem imediatistas, e seu perfil profissional

não se enquadra no modo de hierarquia vertical. Procuram ainda por organizações que possam ser ativos e que deem vazão para suas características pessoais, tais como a abertura dialógica, conectividade, velocidade e globalização (Digital Group, 2019).

Contudo, entende-se que este perfil traçado para os jovens da Geração Z sofrem alterações do ambiente regional e social em que cada um está inserido. Dessa forma, com base neste pressuposto, esta pesquisa analisará os perfis dos indivíduos dessa geração na cidade de Tangará da Serra-MT.

2 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Ao analisar o fato proposto e estudado nesta pesquisa, foi possível classificá-la como uma pesquisa de abordagem qualitativa quanto ao seu objetivo de definição do perfil da Geração Z com tratamento quantitativo para os dados referente a empregabilidade (GONÇALVES, MEIRELLES, 2004). A estratégia de pesquisa adotada foi definida como Exploratória e Descritiva de acordo com Oliveira (2011) já que a mesma tem por objetivo investigar o sujeito da pesquisa e descrever as características dos indivíduos pertencentes a Geração Z na cidade de Tangará da Serra-MT e ingressantes no mercado de trabalho.

Para melhor entendimento dos autores que deram aporte para a investigação bibliográfica e para a análise dos resultados conseguidos por meio do Levantamento de Campo, segue o Quadro 3 que demonstra os autores utilizados de acordo com os temas abordados.

Quadro 1 - Resumo dos temas abordados e os autores considerados relevantes

| Assunto/Tema | Autores (ano) |
|---|--|
| - Gerações BB, X, Y, Z - Mercado de trabalho | SACILOTO et al. (2017); CORDEIRO, ALBUQUERQUE (2013); MONTEIRO, LEITE (2018); DANTE, ARROYO (2017); SEBRAE; MARTINS, PENA (2015); CATHO (2019) |
| - Habilidades da Geração Z | CORDEIRO, ALBUQUERQUE (2013); MARTINS, PENA (2015); SACILOTO et al. (2017); DIGITAL GROUP (2019); DELOITTE (2018). |

Fonte: Elaborado pelos autores (2019).

Os sujeitos entrevistados na pesquisa foram os jovens que nasceram de 1996 até 2009, considerando a classificação apresentada pelo Digital Group (2019). Optou-se por ir até as instituições com maior probabilidade de participação do referido público, sendo uma Instituição de Educação Profissional e outra de Ensino Superior, por oferecerem oportunidades de qualificação inicial para o mercado de trabalho aos jovens pesquisados. Assim, a pesquisa foi realizada no Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial - SENAC e na Universidade do Estado de Mato Grosso – UNEMAT com os acadêmicos do curso de Administração da Instituição.

Foi aplicado questionário estruturado para os alunos responderem sobre seu perfil, suas habilidades técnicas e comportamentais, qualificação profissional e situação em sua atuação no mercado de trabalho, assim como uma entrevista com a gestora de uma agência de recrutamento e seleção da cidade de Tangará da

Serra/MT, com objetivo de analisar e compreender quais os requisitos que são avaliados pelo recrutador ao contratar um integrante da Geração Z, e quais os principais cargos que irão ocupar.

Dessa forma, a soma da população objeto, das duas Instituições totalizam um número de 685 alunos, sendo 100 alunos do SENAC e 585 alunos matriculados no curso de Administração da UNEMAT. Sabe-se que desse número total, muitos não frequentam todos os dias os cursos, ou frequentam salas aleatórias, tornando assim, difícil identificação de uma amostra confiável. Diante disso, adotou-se a amostragem não probabilística por acessibilidade e conveniência, por entender que responderam o questionário aqueles que perceberam a importância da sua participação e que estavam em sala de aula no dia da aplicação do questionário que ocorreu no mês de agosto e setembro/2019.

A análise dos dados coletados foi realizada por meio da tabulação dos resultados dos questionários diretamente no *google* formulários, uma vez que aplicação se deu tanto *online* como presencial a fim de atingir um nível maior de respostas. Adotou-se análise de dados pela metodologia da escala *Likert* – organizada em planilhas para facilitar a compreensão do leitor quanto ao perfil de habilidades da Geração Z. As alternativas de respostas, consideradas foram: 5 possui extremamente, 4 possui, 3 possui parcialmente, 2 não possui e 1 não tem interesse em possuir. Contudo, também, foi utilizado o método descritivo efetuando análise e posterior descrição dos dados coletados na entrevista com agência de recrutamento que demonstraram o que é considerado para empregabilidade da Geração Z no mercado de trabalho de Tangará da Serra-MT.

3 RESULTADOS E DISCUSSÃO

3.1 Perfil dos integrantes da Geração Z

Por meio da aplicação dos questionários, foi possível compreender o perfil dos integrantes da geração Z na cidade de Tangará da Serra - MT.

Quadro 2 - Perfil dos integrantes da Geração Z na cidade de Tangará da Serra, agosto/2019

| PERFIL DA GERAÇÃO Z | | | | |
|--------------------------|-------------------------|----------------------|---------------------------|-----------------------------|
| Gênero | Feminino | | Masculino | |
| | 62,70% | | 37,30% | |
| Idade | Entre 14 e 16 anos | Entre 17 e 19 | Entre 20 e 23 | |
| | 22,60% | 33,80% | 43,60% | |
| Situação de Moradia | Moradia Própria | Com os pais | Sozinho ou de aluguel | Outros |
| | 14,30% | 68,40% | 12,00% | 5,30% |
| Independência Financeira | Sim | | Não | |
| | 80,50 | | 19,50% | |
| Situação Financeira | Até Meio Salário Mínimo | Até 1 salário mínimo | De 1 a 2 salários mínimos | Mais que 2 salários mínimos |
| | 50,40% | 2,30% | 36,80% | 10,50% |

| | | | | |
|--|--|--|-------------------------------------|----------------------------------|
| Controle Financeiro Pessoal | Faz anotações dos gastos em cadernos e/ou blocos | Controla por meio de planilhas, aplicativos de anotações | Faz anotações mas não controla nada | Não faz nenhuma tipo de controle |
| | 39,10% | 26,30% | 2,30% | 32,30% |
| Meios de Comunicação utilizados | Celular (redes sociais) | | Internet/e-mail | |
| | 73,70% | | 26,30% | |
| Escolaridade | Ensino Fundamental | Ensino Médio | Ensino Superior | Não está estudando |
| | 2,30% | 27,10% | 69,90% | 1,50% |
| Idade que iniciaram no mercado de trabalho | Entre 14 e 16 anos | Entre 17 e 20 anos | | Entre 20 e 23 anos |
| | 48,7% | 46,2% | | 5% |

Fonte: pesquisa de campo (2019).

Nota-se através dos dados apresentados no quadro que a maioria dos jovens tem o perfil classificado como de integrantes do gênero feminino, que possui idade entre 20 e 23 anos, ainda moram com os pais, mas já possuem independência financeira, e ainda que tenham um salário baixo, já possuem a consciência do controle financeiro, procuram se comunicar pelo meio tecnológico mais utilizado que é o celular, e estar sempre conectado nas redes sociais e grande maioria já se encontra cursando o nível superior e iniciaram no mercado de trabalho entre os 14 e 16 anos. Pode-se, indicar que devido aos estudos dessa fase da vida (ensino médio/ensino superior), é possível compreender a independência já enraizada nos jovens dessa geração.

Segundo dados apresentados pela EZTec (2017) os jovens da Geração Z possuem um perfil comportamental diferente dos antecessores, os *Gen Z* são tolerantes, aceitam amplamente a diversidade e a igualdade de gênero, poupam dinheiro e mudam as relações pessoais e formatos de atuação no mercado de trabalho. É possível então, realizar uma comparação entre o perfil encontrado em Tangará da Serra – MT com o citado pelo autor, em que ambos apresentam características análogas.

Ainda é possível especular com mais ênfase quanto ao perfil profissional desses jovens, já que, esse é o perfil do profissional do futuro, que já começa a fazer parte de indústrias, escritórios e agências por todo o mundo, de acordo com Ribas (2017), e por isso, a pesquisa irá explorar quanto à empregabilidade dessa geração.

3.2 Empregabilidade da Geração Z no mercado de trabalho

O questionário aplicado viabilizou ainda a percepção sobre a empregabilidade dos respondentes, que responderam questões que tratam sobre o curso de graduação escolhido, cargo que ocupa atualmente e planos futuros quanto a vida profissional.

Indagou-se aos respondentes que estão cursando ensino superior se os mesmos estão no curso desejado, e 79,4% afirmam estar no curso almejado e 20,6% dizem não estar. Ainda nesta perspectiva, ao aprofundar essa questão, indagou-se os que responderam não estar no curso desejado, qual o motivo dessa decisão, e os principais motivos elencados foram: limitação da condição financeira, cidade de atuação do curso desejado e imposição pelo diploma, vinda tanto da família quanto do mercado.

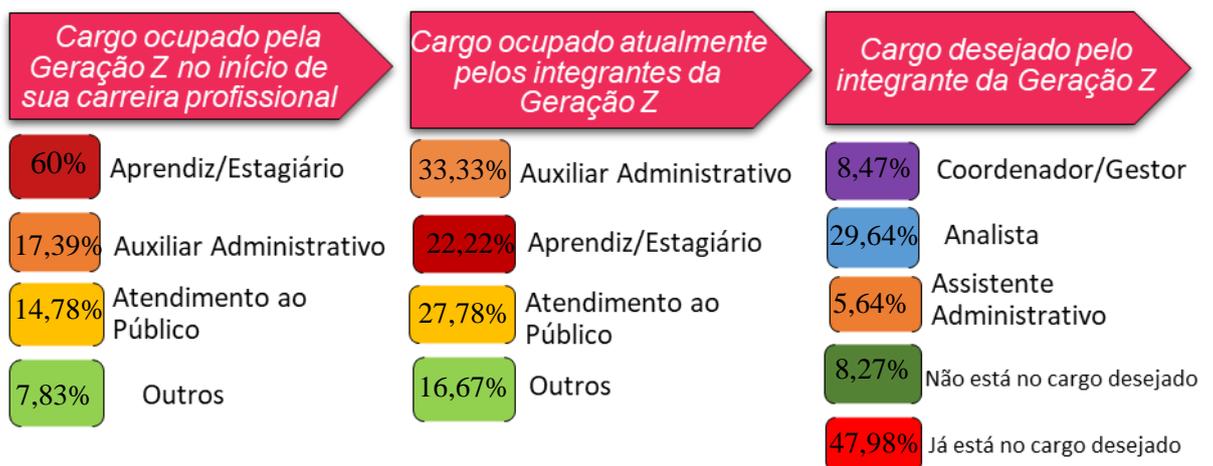
Com abordagem voltada para o mercado de trabalho foi necessário a investigação sobre a atuação destes no mercado, conforme mostra a Figura 1.
 Figura 1 - Empregabilidade integrantes da Geração Z, agosto/2019



Fonte: Pesquisa de Campo (2019).

A Figura 1 representa quantos já estão atuando no mercado de trabalho e destes quais estão no primeiro emprego ou não. Observa-se que 83,50% dos respondentes já estão no mercado de trabalho e que desses, 54,20% estão iniciando sua carreira, demonstrando que o mercado de trabalho está receptivo para os jovens dessa geração. O estudo permitiu a investigação sobre qual o cargo que estes ocuparam como primeiro emprego ao iniciarem suas atividades laborais no mercado de trabalho, os percentuais auferidos estão demonstrados no Gráfico 1 que permitem a análise de para quais cargos geralmente os jovens são contratados em seu primeiro emprego e posteriormente a análise de como é o progresso desses jovens dentro de uma empresa quanto as funções desempenhadas.

Figura 2- Escolhas profissionais Jovens Geração Z, agosto/2019



Fonte: Pesquisa de campo (2019).

É possível analisar no gráfico que grande parte dessa faixa etária inicia no mercado de trabalho por meio de programas de iniciação ao trabalho desenvolvidos propriamente para eles, tais como o Jovem Aprendiz e Estágio. O número dos Gen Z que estão atuando é mais da metade dos respondentes, com posições mais inferiores quanto ao nível tático e estratégico da empresa, fato que ocorre devido à falta de qualificação e experiência destes durante esta etapa de seu desenvolvimento. Correlacionando com a pergunta anterior, a próxima questão indaga se estes ainda permanecem na mesma função que iniciaram no mercado e dos 133 respondentes do questionário, limitando-se ainda aos 45,80% que dizem

não estar mais no primeiro emprego, 33 respondentes alegam que já mudaram de função, o que indica a progressão destes quanto ao seu profissional. O Gráfico 2 mostra quais as funções são ocupadas atualmente por esses 33 respondentes que não estão mais no primeiro cargo ocupado.

Através da comparação entre os Gráficos 1 e 2 é possível observar que os jovens ainda estão em funções de assistência em sua maioria, mas o progresso das funções desempenhadas pode ser visto no Gráfico 1 que apresenta o dado de que 60% dos jovens que iniciaram no mercado de trabalho estavam na função de Aprendizes ou Estagiários e no Gráfico 2 a maioria dos respondentes (33,33%) estão atuando na função de Auxiliar, o que significa que um percentual daqueles que iniciaram como Aprendizes ou Estagiários subiu de nível hierárquico em relação a função desempenhada. No entanto, no resultado dessa questão, deve ser levado em consideração que o número de respondentes que apontaram estar em seu primeiro emprego é a maior parte dos jovens.

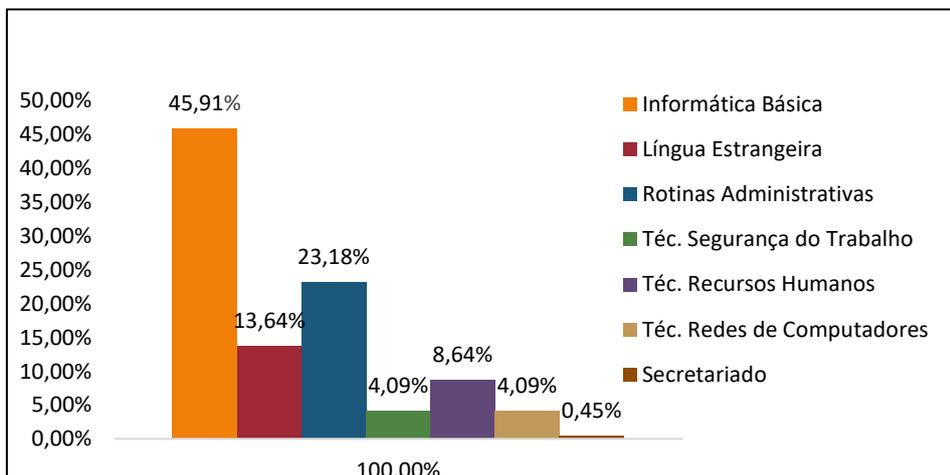
Outra análise que é possível ser feita com as informações dessas respostas, é que a maioria dos respondentes estão na faixa etária entre 20 e 23 anos, e a maioria iniciou sua vida profissional com a idade entre 14 e 16 anos. Dessa forma, é possível perceber que os 45,8% que dizem não estar mais no primeiro emprego, é um percentual alto para jovens iniciaram há pouco tempo no mercado de trabalho. Tal informação, demonstra a rotatividade desses jovens nas empresas ou insatisfação com as funções desempenhadas.

Segundo Diniz (2017) os jovens da Geração Z não costumam criar carreira facilmente, isso é justificado pelo fácil acesso às informações, que acaba trazendo muito conteúdo para os jovens, porém pouca especialização em um determinado assunto. Por esse motivo, muitos se caracterizam por serem profissionais generalistas, com um perfil multitarefa.

Para compreender qual o desejo profissional desses jovens, foi indagado aos respondentes se estão atualmente no cargo desejado e se caso não estejam, qual seria esse cargo. Os resultados, permitem compreender que a maioria está satisfeita com o cargo que ocupa, totalizando 47,98%. Os demais alegaram que desejam alcançar cargos de coordenador/gestor 29,64%, analista 8,47%, assistente administrativo 8,27%. Por meio de uma comparação com os cargos que estes ocupam atualmente, observa-se que em sua grande maioria desejam cargos empresariais e de nível hierárquico maior do que daqueles cargos que já ocupam. Ainda existem aqueles jovens que responderam apenas negativamente a questão, sem citar a profissão desejada, totalizando um percentual de 5,64% o que pode significar a indecisão desses quanto ao cargo desejado e insatisfação com o atual.

Quando questionado aos jovens se já tinham procurado se qualificar para o mercado de trabalho, 94% dos jovens confirmaram a busca pela qualificação e os outros 6% dizem não ter procurado. O gráfico quatro apresenta os cursos realizados pela geração Z.

Figura 3 – Qualificação profissional dos integrantes da geração Z, agosto/2019.

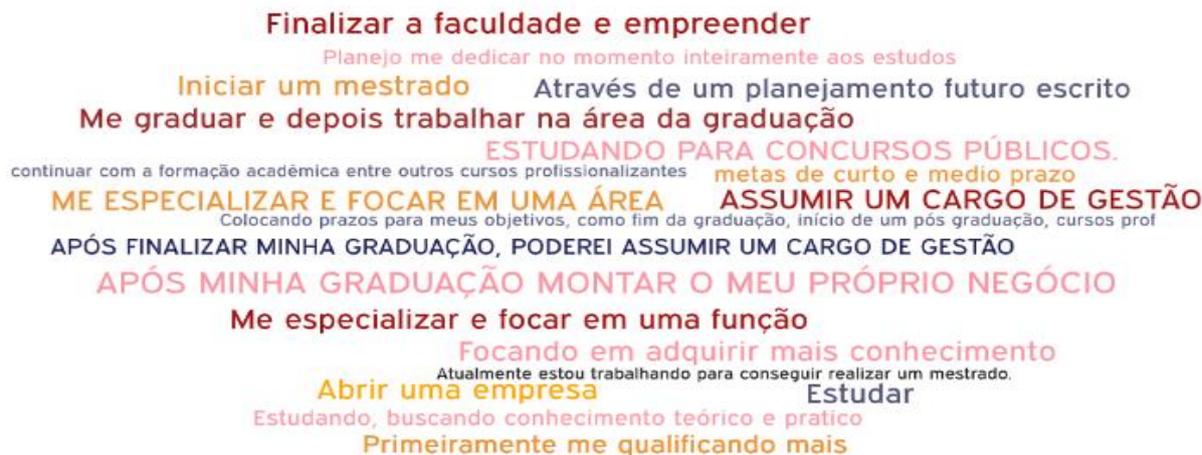


Fonte: Pesquisa de campo (2019)

É possível identificar que a escolha dos cursos realizados pelos jovens é baseada na área administrativa, e estes têm preferência pela realização pelo curso de informática, que atualmente, é um pré-requisito para desempenhar qualquer função dentro de uma organização.

Diante de toda a investigação realizada, tornou-se fundamental verificar se os planos desses jovens para o futuro profissional já estão organizados, uma vez que o planejamento da carreira colabora no processo de qualificação. As respostas que mais se repetiram estão relacionadas na Figura 2.

Figura 4 - Plano profissional para o futuro do jovem da Geração Z, agosto/2019.



Fonte: Pesquisa de campo (2019).

A Figura 2, representada pelo gráfico de nuvens apresenta de forma dinâmica quais os resultados mais obtidos, entretanto, também foi elaborado de forma a compreender os números de respostas alcançadas, é possível identificar no quadro que muitos jovens citam a constante busca pelo conhecimento por meio da graduação, pós-graduação, cursos profissionalizantes, cargos de gestão, entre outros. Entretanto, também é forte o aspecto de empreendedorismo nos integrantes da geração Z. A busca por um propósito na vida e na carreira faz com que o empreendedorismo se transforme em uma das escolhas profissionais da geração Z (SEBRAE, 2018).

Para os respondentes que alegaram não estar no cargo pretendido, foi identificado o que falta para alcançá-lo, o resultado demonstra que mesmo com a procura pela qualificação demonstrada no gráfico 2, os jovens ainda demonstram que têm conhecimento de que podem procurar por mais qualificação para chegar ao cargo desejado. Fatores como a falta de idade, visto que, a falta de um diploma implica no momento de conseguir um cargo desejado e o fator considerado para iniciação em uma universidade é também a idade do jovem. Além disso, a falta de experiência que está relacionada a pouca idade desses também é um fator que é levado em consideração quando questionado a falta para alcançar o seu objetivo profissional.

Segundo Deloitte (2018) os jovens procuram por experiência e qualificação, mas também esperam que a empresa invista neles. Compreende-se então que os jovens da Geração Z de fato buscam qualificação pensando no cargo desejado, mas que também esperam da empresa em que atuam os reconheça a ponto de investir neles através de treinamentos e formas de desenvolvimento.

Com o intuito de relacionar as respostas da pergunta anterior, foi questionado sobre quais formas estes jovens buscam por conhecimento, a maioria 58,13% utiliza pesquisa da internet, 15,76% livros ou bibliotecas, 15,27% pergunta para amigos ou colegas, 8,87% pesquisa na internet, por fim, 1,97% prática/cursos.

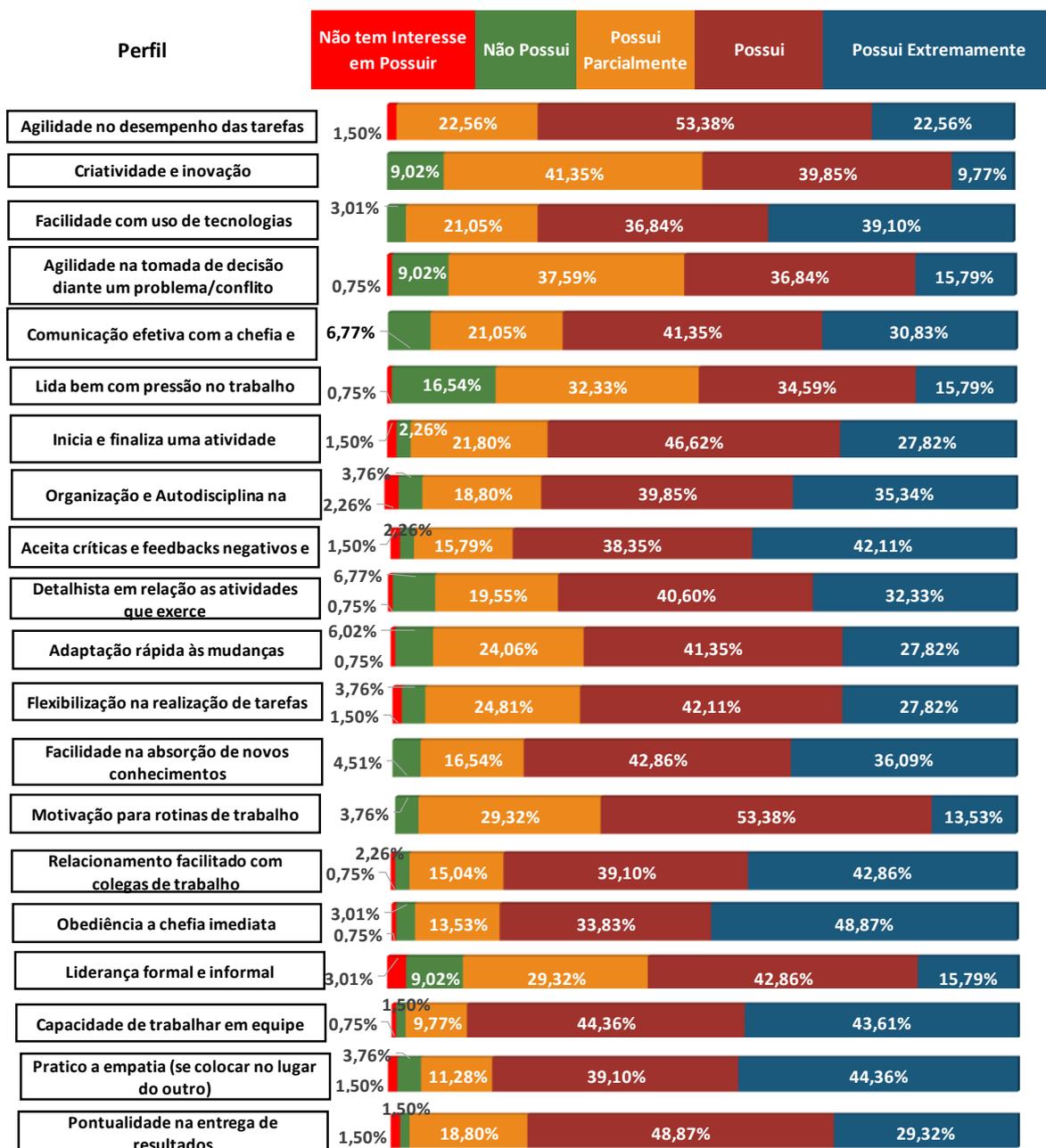
O *Ebook* da Digital Group (2019) apresenta como é a aprendizagem do jovem da Geração Z, que se assemelha com os resultados obtidos na pesquisa, em que a maior porcentagem alcançada é da utilização da *Internet* para as buscas por conhecimento. Segundo o autor, as principais formas são consumir informação principalmente via *smartphones* e ter preferência por conteúdos em vídeo (curtos), fotos e jogos. Ressaltam que estes aprendem de múltiplas maneiras, são multifocais, possuem raciocínio não-linear, preferem conteúdos visuais a escritos. Ainda, possuem a forte característica de ser autodidatas: por serem mais independentes, buscam por si mesmos as informações.

Para contrapor as respostas anteriores foi questionado aos jovens se os mesmos se consideram completamente prontos para o mercado de trabalho e as respostas afirmativas foram de 57,1% e negativas 42,9%.

Apesar da grande maioria dos respondentes já estarem empregados, existe também um grande percentual dos jovens que estão ainda praticando o curso de Jovem Aprendiz, o que pode influenciar na manifestação da resposta negativa quanto a eficiência da atuação no mercado de trabalho, devido a insegurança desses por não terem ainda estado no ambiente empresarial.

Além das questões já demonstradas, para melhor direcionamento e correlação analítica da empregabilidade da geração estudada, foi aplicado no questionário dois quadros com questões voltadas para a definição do perfil de habilidades profissionais que os jovens respondentes julgassem possuir e situações vivenciadas no mercado de trabalho.

Figura 5 - Habilidades do jovem da Geração Z, agosto/2019.



Fonte: Pesquisa de campo (2019)

A figura demonstra o quanto os jovens se sentem preparados para o mercado de trabalho diante da percepção sobre possuir parcialmente ou extremamente as habilidades elencadas. Apesar da separação geracional estabelecidas pelos autores, deve-se abranger as experiências e conhecimentos tácitos por esses adquiridos. Os indivíduos que compõe uma geração podem ter expectativas e comportamentos característicos de uma geração próxima por fatores relacionados às histórias de vida, personalidade e valores individuais (MARTINS, PENNA, 2015).

Entretanto, os Gen Z são classificados como realistas, competitivos e independentes, valorizam a consciência coletiva e sentem necessidade de expor suas opiniões, além disso arriscar quanto as suas decisões dentro da empresa, valorizam ações criativas e possuem tecnologia inata (DELOITTE, 2018). Profusos aspectos desses podem ser observados no resultado da pesquisa realizada com os

jovens na cidade de Tangará da Serra – MT, esse fator aponta que um ambiente no contexto macro também influencia nas características do ser.

Segundo um artigo publicado em um *site* de recrutamento e seleção, muito utilizado na atualidade, a geração Z estará sempre em busca de novidades. A grande questão é que as empresas não pensam em investir em talentos que podem sair da corporação, vide a rotatividade que essa nova geração irá impor e o grande desafio será que as corporações criem programas atrativos para a carreira e valorizem seus profissionais, a fim de reter seus talentos (CATHO, 2019).

Nesse contexto, faz-se necessária a investigação também quanto ao que o mercado de trabalho exige desses jovens no momento da contratação, quais as qualificações, perfis e habilidades que são procuradas por um recrutador e exigidas por líderes no mercado de trabalho para compreender como o jovem e a empresa podem se preparar para receber essa geração.

3.3 Investigação nas agências de emprego acerca da empregabilidade da Geração Z

Para a realização da investigação acerca da empregabilidade da Geração Z, fora questionado quais os critérios de avaliação para o recrutamento dos jovens de 14 a 23 anos. A recrutadora cita que pela idade, a maioria desses não possuem experiência no mercado de trabalho e o que é analisado durante a seleção é o perfil comportamental, voltado para o perfil que a vaga em aberto necessita. Para isso, aplicam-se diversos testes, desde conhecimentos básicos até ferramentas de testes comportamentais como o DISC.

Também foi possível identificar com a gestora que a qualificação dos jovens tem peso durante o processo de contratação, considerando como extremamente importantes segundo a entrevistada. Salienta ainda que tem muitos jovens com um perfil bom para a vaga, mas não completaram a escolaridade necessária para preenchê-la, assim como, muitos que já concluíram vários cursos profissionalizantes com relevância considerável na escolha do candidato. A mesma afirma que o mercado é exigente quanto a qualificação.

A área de atuação para os jovens da Geração Z com mais frequência de procura pelos recrutadores na cidade de Tangará da Serra - MT é para o setor administrativo, inclusive para o programa Jovem Aprendiz. Fora questionado também se existe diferença entre as gerações e se é possível identificar isso através de análises de perfis comportamentais. A entrevistada respondeu positivamente e complementou com a fala de que os jovens da Geração Z são muito imediatistas, desde a posição de cargo dentro da empresa até o salário que almejam receber, o que gera muita rotatividade nas empresas pela parte dos jovens, que pelo fato de muitas vezes não alcançarem o desejado a curto prazo saem da empresa a procura de satisfazer suas necessidades. Além disso, a recrutadora os definiu como criativos, ágeis nas atividades de trabalho e com grande facilidade com tecnologias, entretanto, com pouca facilidade quanto a pressão no trabalho e comunicação com líderes.

Fora questionado também se existem diferenças entre os jovens da própria Geração Z. A recrutadora apontou que não é possível generalizar já que existem, por exemplo, aqueles que não possuem a característica imediatista, mas afirma que esses são uma minoria. A mesma cita que existem diferentes perfis comportamentais entre os jovens – Comunicador, executor, analista e planejador – e que dentre esses perfis o que mais se ressalta entre a Geração Z é o jovem

Comunicador. Segundo Meir (2017) Um traço surpreendente dos novos jovens é que eles constroem e não rompem. Dialogam, entendem e agregam, são avessos à polarização, compreendem a diferença. Para os jovens dessa geração o diálogo é a ferramenta e a rede social é o seu campo de conciliação.

Com o objetivo de comparação, foi solicitado que a entrevistada preenchesse um quadro com os mesmos perfis entregues aos jovens da Geração Z no questionário respondido, ao realizar um comparativo entre as respostas da recrutadora e dos jovens, é possível perceber que de uma maneira geral os jovens estão bem colocados no mercado. Existem pontos de melhoria quanto as habilidades desses jovens em relação ao o que é analisado no momento do recrutamento. Exemplos que podem ser citados são as habilidades como a agilidade no desempenho de tarefas, nas tomadas de decisão, criatividade no ambiente de trabalho, comunicação efetiva, organização e motivação para o trabalho, que foram pontos que em uma média geral do questionário respondido pelos jovens, ficou abaixo do esperado pelos recrutadores, conforme entrevista realizada. Além disso, é possível elencar que estes jovens possuem um comportamento de pouca inteligência emocional, já que 49,62% dos jovens dizem possuir parcialmente ou menos a facilidade em lidar com pressão no trabalho, como também apontado pela gestora em fala durante a entrevista.

Entretanto, é notório que na maioria dos aspectos os integrantes da Geração Z estão alcançando as expectativas dos recrutadores, como em habilidades de facilidade com o uso de tecnologias, aceitar críticas e feedbacks negativos, ser detalhista, se adaptar a mudanças, ser flexível, ter facilidade na absorção de conhecimentos novos, ser obediente a chefia, liderança formal e informal, capacidade em trabalhar em equipe e praticar a empatia com aqueles a sua volta. Todos esses pontos, considerando o maior percentual obtido, estão relacionados como uma habilidade que estes jovens possuem ou possuem extremamente, que alcança ou supera as expectativas dos recrutadores no momento da seleção.

É possível relacionar o nível dessas habilidades com o fato de que a maioria dos jovens que responderam ao questionário já estão inseridos no mercado do trabalho, e possuem pelo menos o mínimo de experiência quanto ao perfil profissional desejado, dessa forma se encaixam com a avaliação feita pela recrutadora no momento da entrevista.

Também fora questionado a recrutadora quanto a situações que ela visualiza durante a experiência dos jovens da Geração Z nas empresas. Observou-se uma grande diferença entre as respostas da recrutadora da agência em relação aos jovens da Geração Z. Enquanto os jovens respondem que concordam quanto a almejar um futuro duradouro em uma empresa, a recrutadora alega que quase não identifica isso nos candidatos que chegam até sua empresa. Já quanto aos benefícios que recebem em uma empresa torná-los colaboradores que vestem a camisa e permanecem nela, os jovens da geração dizem concordar, mas não extremamente, enquanto a recrutadora nota a presença desse fator de necessidade de incentivo financeiro em quase todos os candidatos dessa geração que a procuram.

Em relação a importância das questões ambientais/sociais da empresa, a recrutadora percebe de forma razoável essa preocupação para o integrante da Geração Z, e este, diz se preocupar. A utilização da internet como uma forma de recrutamento e seleção foi citado pelos jovens como uma situação que concordam (nível 4) ser importante, em concordância, a gestora da agência de recrutamento e

seleção acredita que estes acabam dando mais importância para a internet e alega identificar muito isso no perfil deles.

Quando indagado em relação aos treinamentos e desenvolvimentos dados pela empresa sobre o acompanhamento da liderança no momento da atividade, os jovens responderam que concordam. Segundo a recrutadora, ela acredita ser a verdade, já que identifica esse hábito nos jovens. E por fim, a recrutadora nota muito pouco a existência de jovens que aceitam críticas e feedbacks negativos, enquanto a maioria dos respondentes da faixa etária pesquisada, dizem compreender e concordar com a situação.

A recrutadora finaliza a entrevista contribuindo com a opinião de que o perfil desses jovens tem pontos positivos como a facilidade em adaptação e dinamismo e pontos negativos como a impaciência. E ainda ressalta que apesar disso, as empresas precisam se adaptar a eles, e que dentro da própria agência de recrutamento e seleção existem funcionários que se encaixam nessa faixa etária, assim como também futuros clientes.

Acredita-se que ocorrerá um processo natural para os gestores das empresas em relação a adaptação necessária para o recrutamento, desenvolvimento e motivação dos jovens dessa geração e ainda de outras gerações que estão por vir. Faz-se importante ressaltar que os fatores externos influenciam em alguns aspectos, como por exemplo, a necessidade por emprego por motivos de saúde familiar, mas esses, se fazem exceção. Além disso, fatores regionais e culturais da cidade também influenciam, apesar da teoria estudada corresponder com a realidade encontrada na cidade.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com essas constatações foi possível responder a problemática da pesquisa, assim como atender seus objetivos relacionando a teoria com a realidade encontrada na cidade de Tangará da Serra-MT, ambas com notória semelhança.

A pesquisa permitiu definir claramente o perfil da Geração Z no mercado de trabalho na cidade de Tangará da Serra-MT, assim como como está definida a empregabilidade desses jovens. Ainda colaborou na explanação sobre a preparação, assim como as habilidades desses jovens. Evidenciou algumas dificuldades encontradas pelos profissionais da área de Gestão de Pessoas em relação a algumas características da Geração Z, como por exemplo, o imediatismo em adquirir aquilo que desejam ou a imposição em relação a práticas que desejam que a empresa realize. Esses fatores podem causar a rotatividade dos jovens dessa faixa etária nas empresas, e estas têm o desafio de desenvolver técnicas para que permaneçam na organização, como exemplo de novas técnicas de hierarquia – que busquem direcionar e não impor atividades – modelos efetivos de comunicação, trabalho dinâmico (*home office*), ferramentas de desenvolvimento e motivação como a entrega de responsabilidades e desafios novos para os jovens a fim de motivá-los a alcançar um objetivo e fazer parte da empresa.

Essas mudanças devem ser desenvolvidas pela empresa a fim de motivar os colaboradores da Geração Z a permanecer na organização pelo fato de que, mesmo esses jovens sendo considerados como “acelerados”, estes se adaptam fácil a mudanças, gostam de assumir responsabilidades, são multifuncionais, proativos, procuram desenvolvimento constante, buscam por soluções e têm grande facilidade com inovações tecnológicas. Além disso, é necessário que as empresas se adaptem a evolução do mundo, do mercado e, principalmente, das pessoas.

O estudo pôde contribuir com a Instituição de Ensino, com empresários e profissionais na área de Gestão de Pessoas, com o próprio integrante da Geração Z e com a sociedade como um todo. Ainda existem, entretanto, limitações quanto a amplitude e profundidade do assunto, que podem ser explanados em diversos outros pontos de vista, para que possam contribuir de forma assertiva para diferentes públicos. Como por exemplo, a limitação da pesquisa à cidade de Tangará da Serra.

Nesse sentido, outros exemplos de estudos como a realização de uma pesquisa de comparação de perfis entre outras gerações ou até mesmo a comparação entre as habilidades de diferentes gerações no momento do recrutamento, podendo ser realizado apenas na cidade ou em outros locais. Outra possibilidade é o estudo de como fatores externos como geografia, cultura, economia e política podem influenciar no perfil da Geração na cidade. Essas hipóteses podem ser estudos realizados por outros acadêmicos, que terão como base a presente pesquisa já realizada.

Em suma, o real objetivo do estudo foi, além de trazer o perfil e empregabilidade do jovem da Geração Z na cidade de Tangará da Serra, contribuir com o conhecimento daquele que o lê e com outros estudos que podem ser realizados explanando o assunto abordado.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BENSON, John.; BROWN, Michelle. **Generations at work: are there differences and do they matter?** The International Journal of Human Resource Management, 2011.

CATHO, **A chegada da geração Z no mercado de trabalho.** Disponível em: <https://www.catho.com.br/carreira-sucesso/colunistas/noticias/a-chegada-da-geracao-z-no-mercado-de-trabalho/>. Acessado em: 24/10/2019 as 23:16.

CORDEIRO, Helena Talita Dante; FREITAG, Bárbara Beatriz ; ALBUQUERQUE, Lindolfo Galvão. **Existem Práticas Diferenciadas de Gestão de Pessoas para a Geração Y em Organizações Brasileiras?.** São Paulo, SEMINÁRIOS EM ADMINISTRAÇÃO, 2012.

DELOITTE MILLENNIAL SURVEY, **Millennials disappointed in business, unprepared for Industry 4.0,** Nova York, 2018.

DIGITAL GROUP, **As gerações e suas formas de aprender.** Disponível em: <https://dotgroup.com.br/pt/ebook/e-book-as-geracoes-e-suas-formas-de-aprender>. Acessado em 15/04/2019 as 11:46.

DINIZ, Janguie, **Geração Z.** Jornal Grande Bahia, 2017. Disponível em <http://www.jornalgrandebahia.com.br/2017/02/geracao-z-por-janguie-diniz/>, acessado em 16/10/2019 as 17:41.

EZTEC, **Geração Z: do comportamento ao consumo.** Blog Ez. 2018. Disponível em: <https://www.eztec.com.br/blog/geracao-z-do-comportamento-ao-consumo-2/>, acessado em 16/10/2019 as 19:24.

FEIXA, Carles; LECCARDI, Carmem. **O conceito de geração nas teorias sobre juventude.** Soc. estado, Brasília. 2010.

MANNHEIM, Karl. **El problema de las generaciones.** REIS – Revista Española de Investigaciones Sociológicas, 1993.

MARTINS, Talita Soares; PENA, Felipe Gouveia. **Baby Boomers, x e y: diferentes gerações ‘coexistindo’ nos ambientes organizacionais.** Belo Horizonte, Revista do Centro Universitário Newton Paiva, 2015. Disponível em: <http://blog.newtonpaiva.br/pos/e10-adm-01-baby-boomers-x-e-y-diferentes-geracoes-coexistindo-nos-ambientes-organizacionais/>. Acessado em 18/05/2019 as 18:34.

MONTEIRO, Mariana de Siqueira Haidamus, LEITE, Diego Barbosa. **Perspectiva de carreira dos estudantes de administração na Universidade Federal de Mato Grosso: comparativo entre estudantes das gerações X e Y.** Revista de Gestão e Tecnologia, 2018.

MOTTA, Alda Brito. Apresentação: **A atualidade do conceito de gerações na pesquisa sociológica.** Revista Sociedade e Estado, volume 25, 2010.

OGUSKO, Thiago Toshio; GONÇALVES, Fernanda; FOTURNA, Rafael; TEIXEIRA, Marcus; ZANELATO, Alan e GARRIDO, PAULA. **Z geração do agora** - RTM IPEP realizado pela equipe Núcleo Ativo- 2012.

RIBAS, Raphaela. **Geração Z chega ao mercado de trabalho e muda vínculos.** O Globo, 2017. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/economia/geracao-chega-ao-mercado-de-trabalho-muda-vinculos-21437405>. Acessado em: 15/05/2019 as 13:50.

SACILOTO, E. Et al. **Expectativa da geração Z na carreira profissional: um estudo em uma empresa de grande porte em Caxias do Sul/RS.** Artigos Convibra, 2017.

SAVINO, Francesca. **La generazione z Cinese e il Consumo del lusso: una indagine a Hong-Kong.** Corso di Laurea Magistrale in Marketing e Comunicazione. Universidade Ca'Foscari, Venezia, 2016

SEBRAE, **Geração Z: um guia para entender a nova geração de estudantes.** Disponível em: https://d335luupugsy2.cloudfront.net/cms/files/44571/1556304004277.29_ebook_geracao_z.pdf. Acessado em 25/05/2019 as 17:32.