

A GERAÇÃO Z E SEUS VALORES RELATIVOS AO TRABALHO - DIFERENTES PERSPECTIVAS DENTRO DA MESMA GERAÇÃO

RAFAEL SPADA

FACULDADE MERIDIONAL (IMED)

JULIANE RUFFATTO

ATTITUS EDUCAÇÃO

Agradecimento à órgão de fomento:

O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001.

A GERAÇÃO Z E SEUS VALORES RELATIVOS AO TRABALHO – DIFERENTES PERSPECTIVAS DENTRO DA MESMA GERAÇÃO

1 INTRODUÇÃO

O estudo do ambiente multigeracional no trabalho recebeu destaque nos últimos anos sendo que apenas na base de dados Scopus, em uma busca simples, pode-se encontrar mais de seiscentos estudos direcionados ao trabalho e às gerações, nos últimos 5 anos. O campo ganhou relevância, visto que as organizações estão enfrentando questões intergeracionais à medida que se preparam para receber funcionários que pertencem à Geração Z, também conhecida por iGen, para refletir a geração da internet (Gabrielova & Buchko, 2021). Atualmente o local de trabalho pode incluir quatro gerações distintas, e cada geração traz um conjunto único de valores e características essenciais para uma organização (Clark, 2017) sendo seus valores relativos ao trabalho diferentes conforme as características sociodemográficas do indivíduo (Sousa & Colauto, 2021).

Independentemente de sua geração, o ato de trabalhar é um fator motivador para as pessoas, sendo que o trabalho permite aos indivíduos o alcance de metas importantes de maneira geral em suas vidas (Porto & Tamayo, 2003). Assim, Porto e Tamayo (2007) dizem que “os indivíduos apresentam uma estrutura geral de valores e, a partir dela, estruturas específicas são formadas para contextos específicos e significativos da vida da pessoa como, por exemplo, o trabalho”. As definições de valores relativos ao trabalho destacam aspectos tais como as dimensões cognitiva e motivacional, a organização hierárquica e as recompensas procuradas no trabalho (Porto & Tamayo, 2003).

Pesquisas preliminares no âmbito geracional focam nas características da Geração Z, suas demandas para o marketing (Florenthal, 2019), seu comportamento enquanto estudantes (Dhinakaran *et al.*, 2020) e suas aspirações de carreira (Barhate & Dirani, 2022), e não especificamente nos valores relativos ao trabalho dessa geração. Assim, este estudo se propõe a preencher essa lacuna, identificando os valores relativos ao trabalho percebidos pela Geração Z, que devem ser compreendidos pelas organizações e utilizados como insumo estratégico em ações de recrutamento, seleção, e *onboarding* da nova geração que entra em sua força de trabalho. Além disso, as empresas podem usar esses valores e características para se adaptarem às mudanças sociais e culturais da sociedade, tornando suas marcas mais relevantes e conectadas com esse público em particular.

Com a Geração Z chegando às empresas, a gestão de pessoas precisa compreender o que motiva essa geração, a fim de criar um ambiente que possa reter essa força de trabalho. Diante disso, este estudo objetiva compreender quais são os valores relativos ao trabalho percebidos pela Geração Z, e como os estudos geracionais têm discutido essa temática. Essa revisão sistemática da literatura busca investigar referenciais teóricos e abordagens metodológicas para apresentar os trabalhos empíricos que possam esclarecer essas nuances, relevante para que as organizações possam preparar estratégias de atração e retenção dos indivíduos pertencentes a essa geração.

As seguintes questões de pesquisa guiam essa revisão:

QP1. Que perspectivas teóricas foram usadas em estudos para informar sobre os valores relativos ao trabalho da Geração Z?

QP2. Quais as abordagens metodológicas foram usadas em estudos para informar os valores relativos ao trabalho da Geração Z?

QP3. Como os valores relativos ao trabalho são caracterizados nos estudos direcionados à Geração Z?

Para responder a essas questões de pesquisa, inicialmente será descrita a metodologia dessa revisão sistemática da literatura, seguida da síntese dos estudos encontrados, os resultados

e a sua discussão. Por fim, as sugestões para estudos futuros, implicações teóricas e gerenciais no contexto da Geração Z.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 Os valores relativos ao trabalho

O indivíduo possui uma ampla e inclusiva estrutura de valores que recebe atribuição motivacional importante e se relaciona com aspectos fundamentais da sua vida (Porto & Tamayo, 2003). Os valores do trabalho são o ponto de vista que um funcionário tem sobre os padrões, princípios e a importância do trabalho (Beckett *et al.*, 2017). É a forma com que os funcionários abordam o seu trabalho, são os sentimentos individuais sobre o trabalho de alguém, o seu orgulho ou a percepção que alguém tem de sua organização (Ghadi *et al.*, 2023). Os valores do trabalho podem influenciar os desenvolvimentos de habilidades, a escolha de oportunidades e até mesmo as mudanças de ambientes de trabalho depois de um tempo (Sousa & Colauto, 2021).

Porto & Tamayo (2003) sugerem que os valores gerais guiam os valores pessoais que são específicos ao mundo do trabalho, assim, de acordo com a importância que as pessoas dão a eles, elas buscarão esses valores no contexto do trabalho. Os autores também destacam três aspectos que ajudam na especificação do conceito: (i) cognitivo, sendo os valores relativos ao trabalho crenças sobre o que é ou não desejável no trabalho; (ii) motivacional, onde os valores expressam interesses e desejos do indivíduo em relação ao seu trabalho; e, (iii) hierárquico sendo que os valores são avaliados ao longo de um continuum de importância. Em síntese, as definições de valores relativos ao trabalho destacam aquilo que é importante, preferido ou desejado pela pessoa no trabalho Porto & Tamayo (2003).

2.2 A Geração Z nas organizações

Uma geração é mais que um grupo de indivíduos agrupados pelo ano de nascimento delimitado, mas é um grupo de pessoas nascidas nas mesmas épocas e que compartilham da história e experiências, fazendo parte da mesma dimensão histórica no processo social (Mannheim, 1970; Rudolph *et al.*, 2021). Cada faixa geracional possui características próprias de comportamento e expectativas em relação ao trabalho e vida pessoal (Baum, 2020; Deloitte, 2022; Dimock, 2019; Gabrielova & Buchko, 2021; Kirchmayer & Fratričová, 2020; Maloni *et al.*, 2019). Dessa forma, as organizações passaram a se preocupar em estarem preparadas para receber as novas gerações e gerenciar múltiplas gerações no ambiente de trabalho.

A Geração Z, Gen Z ou ainda iGen (conceito usado no exterior) nasceu entre 1995 e 2010, e atualmente é a última geração chegando ao mercado de trabalho. A visão da Geração Z, quanto ao mercado de trabalho, traz consigo a demanda de uma transformação dentro das empresas, já que essas receberão pessoas com pensamento mais crítico e valores diferentes das gerações anteriores (Dobrowolski *et al.*, 2022).

Os indivíduos da Geração Z foram profundamente moldados pelo avanço da tecnologia, de questões de violência, crises econômicas e movimentos de justiça social, embora isso não seja uma exclusividade dessa geração, esse contexto a afetou de forma significativa (Seemiller & Grace, 2017). Os membros desta geração estão cada vez mais ansiosos pela oportunidade de trabalhar por meio de acesso remoto a qualquer hora e de qualquer lugar, independentemente do horário de trabalho (Egerová *et al.*, 2021). Os indivíduos da Geração Z percebem que as organizações estão oferecendo oportunidades significativas para desenvolverem suas habilidades e conhecimentos, sendo que nesses ambientes elas podem apresentar um melhor desempenho (Berge & Berge, 2019; Cho *et al.*, 2018; Prund, 2021).

Algumas características não estão diretamente ligadas ao trabalho da geração estudada, mas por fazer parte de sua rotina, implicam na vida profissional. Ozkan e Solmaz (2015) dizem que a Geração Z é criativa, inovadora e otimista, já Gabrielova e Buchko (2021) apontam os indivíduos da geração como pragmáticos e realistas. Assim temos uma visão de como deverão ser os novos trabalhadores que estão chegando e irão transformar o mercado de trabalho sendo que as características do indivíduo determinam as oportunidades e as restrições que as pessoas enfrentam em relação ao trabalho e seus recursos para lidar com elas (Sousa & Colauto, 2021).

Dobrowolski *et al.* (2022) dizem que a Geração Z tem uma visão global dos fenômenos econômicos e sociais, por isso está cada vez mais preocupada em promover novos conceitos como responsabilidade social corporativa e desenvolvimento sustentável. Ozkan e Solmaz (2015) apontam que os indivíduos dessa geração sabem que o trabalho é fundamental para a realização dos seus sonhos e que se não conseguirem encontrar essa possibilidade no local onde trabalham, pensarão em largar o emprego com facilidade. Gaidhani *et al.* (2019) destacam que esta é a primeira geração que veio depois que a Internet foi inventada e assim, desenvolveram muitas características diferentes até agora, o que vai gerar um novo trabalhador único para as empresas.

Essa transformação na força de trabalho traz a necessidade de um comportamento diferente, também por parte das organizações, já que muitos indivíduos da Geração Z não veem a permanência no emprego sendo um de seus valores (Ozkan & Solmaz, 2015). Para a Geração Z, é importante sentir-se parte de uma grande comunidade (Ozkan & Solmaz, 2015) e quer ter uma compreensão clara dos valores, visão e objetivos estratégicos das organizações (Chillakuri, 2020).

3 MÉTODO

Nesse trabalho foi utilizada a metodologia *Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses 2020* (PRISMA 2020), consistindo em um checklist a ser seguido protocolarmente (Page *et al.*, 2021). Os métodos e resultados das revisões sistemáticas devem ser relatados com detalhes suficientes para permitir que os usuários avaliem a confiabilidade e aplicabilidade dos resultados da revisão (Page *et al.*, 2021). Uma revisão sistemática se diferencia por sua capacidade de identificar, analisar e sintetizar pesquisas prévias. Esta forma de pesquisa é de extrema importância, já que permite reunir informações relevantes para a tomada de decisões, além de combinar os resultados de estudos anteriores, apresentar conflitos e complementar resultados a fim de aprofundar a reflexão e o conhecimento sobre um tema específico (Page & Moher, 2017).

3.1 Processo de pesquisa

Seguindo o fluxograma da metodologia PRISMA 2020, inicialmente foram identificados os corpos abrangentes de literatura que são relevantes para o tópico: pesquisa geracional específica para a Geração Z e valores relativos ao trabalho, através de bases de dados e registros. Foram pesquisadas quatro bases de dados – Scopus, Emerald, ScienceDirect e Web of Science – sendo utilizados os seguintes descritores com variações de conectores booleanos (“AND” e “OR”) para auxiliar a busca na literatura: “*work values*”, “*values at work*”, “*Gen Z*”, “*Generation Z*” e “*iGen*” tanto em inglês quanto em português. As bases de dados pesquisadas foram selecionadas por apresentarem indexação de periódicos classificados como de maior relevância no portal da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES) além de contemplarem textos completos na Área de Ciências Sociais Aplicadas.

3.2 Triagem

Foram identificadas 211 publicações: Scopus (n=20), Emerald (n=118), ScienceDirect (n=38) e Web of Science (n=35). Na sequência foram aplicados filtros para trazer somente artigos publicados em *journals*, na língua inglesa e portuguesa, não trazendo nessas bases publicações em língua portuguesa. Também foi aplicado filtro para retornar trabalhos a partir de 2018, após verificar nas bases, que as publicações sobre a temática da Geração Z ganharam força a partir desse ano. Após esse processo de filtragem, a pesquisa resultou em 130 artigos. Por se tratar de uma nova área de pesquisa (Geração Z), publicações limitadas estavam disponíveis nos bancos de dados; no entanto, pode haver mais estudos empíricos não capturados pelo processo de busca por estarem além do escopo desta revisão.

Os artigos selecionados passaram por um processo de verificação de duplicidade, sendo utilizado para isso uma planilha eletrônica do Google Sheets. Esse processo excluiu 23 registros que foram identificados em duplicidade, estando listados em mais de uma base de dados ou, eventualmente, duplicados dentro da mesma base. Como resultado, foram selecionados 107 artigos que passaram para o processo de triagem.

3.3 Critérios de inclusão

Para que fossem incluídos no conjunto final de dados, os artigos obedeceram aos seguintes critérios:

1. Artigos acadêmicos publicados em revistas científicas;
2. Estudos com descritores “Generation Z” e “work values” e suas variações em todos os metadados;
3. Estudos publicados a partir de 2018;
4. Estudos com texto completo.

Seguindo a metodologia adotada, foram lidos os resumos e palavras-chave de cada artigo que passou pelos critérios de inclusão. O objetivo dessa triagem foi de averiguar se os estudos estavam alinhados para apresentar os resultados necessários a responderem ao problema de pesquisa dessa revisão sistemática. Dos 107 artigos selecionados pelos critérios de inclusão, 84 foram excluídos, restando 23 para análise final.

3.4 Critérios de exclusão

Os critérios de exclusão foram os seguintes:

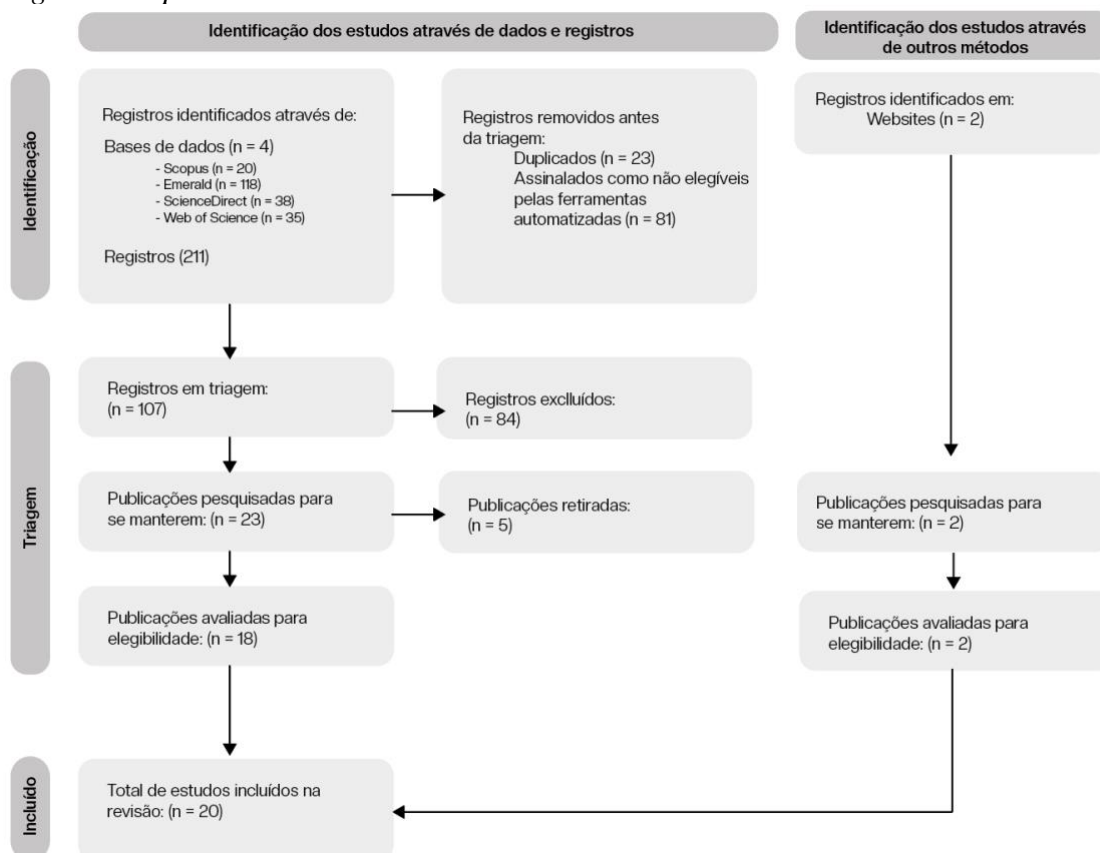
1. Artigos não-empíricos;
2. O artigo não tem como foco a Geração Z, sendo que alguns artigos mencionavam brevemente essa geração, focando em outras gerações, especialmente a Geração Y;
3. Os artigos não focavam em valores no trabalho;
4. Alguns artigos traziam os descritores aparecendo apenas em títulos de trabalhos nas referências, não focando em estudos geracionais e nem em valores no trabalho.

Durante a leitura dos textos completos, pôde-se perceber que alguns artigos não conseguiriam contribuir para a resposta da problemática da pesquisa mesmo tendo passado por todos os filtros. Nessa fase, cinco registros foram desclassificados e excluídos da amostra final, totalizando essa com 18 artigos.

Considerando que a Geração Z no mercado de trabalho constitui uma área de pesquisa relativamente nova, para identificar possíveis estudos brasileiros, foi consultada a ferramenta Google Scholar tendo retornado 2 artigos publicados em *journals* e de autoria nacional no *range* delimitado. Dessa forma, de acordo com (Barhate & Dirani, 2022), foram incluídos para análise mais esses dois trabalhos, totalizando assim 20 estudos para revisão final. O fluxograma do processo de pesquisa está ilustrado na Figura 1.

Figura 1

Fluxograma do processo de desenvolvimento da revisão sistemática



Fonte: elaborado pelo autor. Adaptado de Page *et al.* (2021).

4 RESULTADOS

Nesta sessão, será fornecida uma visão geral das estruturas teóricas usadas nos trabalhos encontrados para estudos da Geração Z, com sequência de suas abordagens metodológicas. Em seguida conceitua-se valores relativos ao trabalho e Geração Z com seus valores no trabalho seguindo três grandes fatores: valores intrínsecos, valores extrínsecos e valores pessoais que desenham as expectativas de valores no trabalho por essa geração.

4.1 Perspectivas teóricas usadas nos estudos

Por se tratar de estudos relativos à Geração Z, os 20 artigos revisados trazem seu background variando entre a literatura de gerações, de carreira e área comportamental. Vale destacar que alguns estudos observaram o contexto através de lentes teóricas específicas. Benati e Fischer (2021), por exemplo, usaram a Teoria do Capital humano ao explicar a preparação dos alunos para entrarem na pós-graduação.

Hatane *et al.* (2022) e Kyrousi *et al.* (2022) aprofundaram seus estudos revisando a literatura de carreira para entender os valores percebidos no equilíbrio no trabalho e na empregabilidade. Já a teoria geracional foi utilizada em trabalhos que comparam os valores de trabalho entre geração e a empregabilidade das gerações (Egerová *et al.*, 2021; Ghadi *et al.*, 2023). Enquanto Waterwall *et al.* (2023) e Lassleben e Hofmann (2023) analisaram diferentes perspectivas de valores observados através dos gêneros dos participantes. Assim, nota-se que

os estudos abordam diferentes perspectivas em diferentes contextos para compreender as percepções de valores no trabalho pela Geração Z.

4.2 Abordagens metodológicas identificadas

Entre os 20 estudos revisados, foram identificados 16 estudos conduzidos com metodologia quantitativa, 3 estudos com metodologia qualitativa e 1 estudo com metodologia mista. Os estudos puramente quantitativos utilizaram em sua maioria (15) *surveys*, um estudo usou dados secundários e o estudo misto utilizou grupos focais e *survey*. Já os estudos qualitativos se valeram de técnicas de entrevistas como coleta de dados. As metodologias dos estudos revisados estão descritas na Tabela 1.

Tabela 1

Metodologias de pesquisa nos trabalhos revisados de acordo com o Apêndice A

Autor(es)	Metodologia	Método	Participantes
<i>Estudos em bases de dados</i>			
Hatane <i>et al.</i> (2022)	Quantitativa	<i>Survey</i>	693 Estudantes
Lassleben & Hofmann (2023)	Quantitativa	<i>Survey</i>	308 Estudantes
Benati & Fischer (2021)	Qualitativa	Entrevista	86 Estudantes
Kyrousi <i>et al.</i> (2022)	Qualitativa	Entrevista	32 Estudantes e Professores
Tato-Jiménez <i>et al.</i> (2019)	Quantitativa	Dados Secundários	242 Estudantes
Ghadi <i>et al.</i> (2023)	Quantitativa	<i>Survey</i>	130 Empregados
Egerová <i>et al.</i> (2021)	Quantitativa	<i>Survey</i>	1600 (Genérico)
Nedelko <i>et al.</i> (2022)	Quantitativa	<i>Survey</i>	371 Estudantes
Tan & Chin (2023)	Quantitativa	<i>Survey</i>	778 Empregados
Singh <i>et al.</i> (2020)	Qualitativa	Entrevista	32 Empregados
de Boer, P., & Bordoloi, P. (2022)	Quantitativa	<i>Survey</i>	1188 Estudantes
Waterwall <i>et al.</i> (2023)	Quantitativa	<i>Survey</i>	865 Estudantes
Silva & Carvalho (2021)	Quantitativa	<i>Survey</i>	3349 Estudantes
Sakdiyakorn <i>et al.</i> (2021)	Quantitativa	<i>Survey</i>	125 Estudantes
Maloni <i>et al.</i> (2019)	Quantitativa	<i>Survey</i>	1753 Estudantes
Pataki-Bittó & Kapusy (2021)	Mista	Grupos Focais / <i>Survey</i>	28 / 773 Estudantes
Hampton & Welsh (2019)	Quantitativa	<i>Survey</i>	103 Estudantes
Schmidt & Uecker (2020)	Quantitativa	<i>Survey</i>	117 (Indefinido)
Pauli <i>et al.</i> (2020)	Quantitativa	<i>Survey</i>	224 Estudantes
Sousa & Colauto (2021)	Quantitativa	<i>Survey</i>	337 Estudantes

Fonte: elaborado pelo autor (2023)

Como pode ser observado na Tabela 1, as amostras foram compostas em sua maioria de estudantes, aparecendo em 15 estudos selecionados para revisão final. Também apareceram empregados, em 3 estudos, e professores, em um estudo. Os demais trabalhos encontrados não definem especificamente por qual tipo de participante as amostras foram compostas, sendo categorizadas nesse trabalho como participantes indefinidos.

É importante observar um interesse dos estudos revisados por algumas áreas mais específicas: estudantes ou empregados na área de negócios, como nos estudos de Hatane *et al.* (2022), Kyrousi *et al.* (2022) e Nedelko *et al.* (2022) e área da saúde como nos trabalhos de Hampton e Welsh (2019) e Tan e Chin (2023).

Na Tabela 2 é possível observar a distribuição dos estudos de acordo com o país onde foram aplicados. Percebe-se uma distribuição a nível global envolvendo países da Europa, América do Norte, Ásia e América Latina com estudos no Brasil.

Tabela 2

Distribuição dos estudos por país de acordo com o Apêndice A

País / Local	ID do Estudo	Total
Estados Unidos	12, 15, 17, 18, 20	5
Brasil	19, 20	2
Alemanha	2	2
Austrália	3	1
China	11	1
Emirados Árabes Unidos	6	1
Eslováquia	7	1
Eslovênia	8	1
Espanha	5	1
Hungria	16	1
Indonésia	1	1
Lituânia	8	1
Portugal	13	1
República Tcheca	7	1
Singapura	9	1
Sul da Europa	4	1
Tailândia	14	1
Indefinido	10	1

Fonte: elaborado pelo autor (2023)

4.3 Caracterização dos valores relativos ao trabalho

4.3.1 Valores pessoais

Nedelko *et al.* (2022) estudaram os valores pessoais de jovens da Geração Z no trabalho em grupos de diferentes países, e perceberam diferenças substanciais na sua importância entre os membros da Geração Z. O estado atual de oito entre as dez dimensões de valores da Geração Z pesquisados no estudo divergem entre os grupos expondo assim, a natureza divergente dos valores dessa geração para amostras pertencentes a diferentes contextos sociais e grupos culturais. Enquanto em um grupo, poder tem posição de destaque seguido de benevolência, conformidade e tradição, por exemplo, no outro grupo o destaque é a autonomia seguido por segurança, realização e então o poder.

Sakdiyakorn *et al.* (2021), estudaram a consciência coletiva da Geração Z trazendo como resultado que eventos globais, pessoais e os veículos sociais e tecnológicos desempenharam papel fundamental na formação dessa consciência. No estudo, os autores concluíram que valores pessoais como universalismo, benevolência, autodireção, realização e segurança aparecem com destaque. As ligações entre a consciência coletiva e os valores oferecem um caminho para uma compreensão mais precisa sobre os grupos geracionais e seus correspondentes comportamentos de trabalho (Sakdiyakorn *et al.*, 2021).

4.3.2 Valores Intrínsecos e Extrínsecos

De acordo com de Boer e Bordoloi (2022), os valores motivacionais intrínsecos são considerados os mais importantes, seguidos pelos valores da estabilidade e sentimento de pertencimento global. A experiência dos indivíduos na atividade profissional também pode influenciar nos valores de trabalho, sendo que os que possuem mais experiência atribuem maior importância aos fatores intrínsecos do trabalho, de outro lado, aqueles com menos experiência atribuem maior importância aos valores extrínsecos (Waterwall *et al.*, 2023).

4.3.3 Equilíbrio entre vida pessoal e profissional

De acordo (Ghadi *et al.*, 2023), quando as organizações enxergam os seus empregados como ativos importantes, os apoiam no equilíbrio entre vida pessoal e profissional, a sua produtividade aumenta. O mesmo estudo apontou que as gerações mais novas veem esse equilíbrio como um valor mais forte que as gerações anteriores, apesar de todas as gerações desejarem esse equilíbrio. Hatane *et al.* (2022), apontam que a conciliação entre vida pessoal e profissional é um fator essencial, pois pode afetar, direta e indiretamente, a intenção da Geração Z de seguir uma determinada carreira.

Hatane *et al.* (2022) estudaram especificamente estudantes de contabilidade e identificaram que ter uma imagem positiva da profissão é capaz de fortalecer uma influência positiva nesse do equilíbrio entre a vida profissional e pessoal. Já Tan e Chin (2023), analisaram o efeito geracional nos valores e outras características de profissionais da enfermagem que estavam empregados, e sugerem que as gerações mais jovens possuem altas expectativas para uma equilíbrio saudável entre vida profissional e pessoal. A valorização da flexibilidade e da liberdade dos Gen Zs (os indivíduos pertencentes à Geração Z) em seus locais de trabalho é evidente, enquanto as gerações mais velhas dão maior ênfase à disciplina e ao trabalho duro.

A Geração Z pensa no trabalho como uma parte importante de sua vida, devendo se encaixar perfeitamente no modo de vida que esses indivíduos desejam sendo que sua presença no trabalho deve ser tão agradável quanto sua vida privada (Pataki-Bittó & Kapusy, 2021).

4.3.4 Desenvolvimento Pessoal e Profissional

Resultados apontam que a Geração Z anseia por investimentos em seu desenvolvimento e crescimento pessoal (Lassleben & Hofmann, 2023). No nível dos seus valores individuais, os Gen Zs atribuem maior importância ao aprendizado de novas habilidades, apontando que, pelo menos no início de suas carreiras profissionais, essa geração enfatiza o aprendizado e a obtenção de novas perspectivas de uso em suas carreiras (de Boer & Bordoloi, 2022).

Kyrousi *et al.* (2022) se dedicaram ao estudo da empregabilidade de estudantes da Geração Z e professores, e por mais que não pareça ter conexão com os valores no trabalho, a empregabilidade está ligada ao desejo dos Gen Zs em desenvolver as suas habilidades “hard” e “soft” e uma descoberta emergente foi a ligação entre traços de personalidade e habilidades de empregabilidade percebidas. E, em se tratando de carreiras a seguir, as gerações mais jovens são menos propensas a escolher uma carreira tradicional, pois estão mais focadas na aquisição e desenvolvimento de habilidades (Waterwall *et al.*, 2023).

4.3.5 Ambiente de trabalho positivo e flexível

Resultados encontrados por Lassleben e Hofmann (2023) indicam que os talentos da Geração Z possuem expectativas de um ambiente de trabalho divertido, com atmosfera de

equipe positiva e relações de apoio com colegas e superiores. A flexibilidade de horário e local de trabalho também é esperada enquanto responsabilidade social corporativa e benefícios, por vezes, possuem menor importância (Lassleben & Hofmann, 2023). Percebe-se uma atenção dessa geração ao capital psicológico e da sua capacidade de enfrentar desafios esperados no local de trabalho tais como estresse, jornadas longas e as exigências de um ambiente profissional (Benati & Fischer, 2021).

Observando o contexto de carreira, Maloni *et al.* (2019), conduziram um estudo nos Estados Unidos sugerindo que o valor mais desejado pela Geração Z pesquisada é a capacidade de ver os resultados de seu trabalho, refletindo assim, o interesse em um trabalho com significado e que causa impacto.

4.3.6 *Segurança financeira*

Para a Geração Z, aspectos econômicos como remuneração atraente e segurança no emprego são fundamentais. De acordo com Lassleben e Hofmann (2023), esses fatores são cruciais para que os jovens profissionais da atualidade se sintam valorizados e engajados em suas atividades laborais. Ademais, Silva e Carvalho (2021) argumentam que os valores do trabalho podem influenciar as preferências de emprego dos indivíduos, incluindo o tamanho do empregador e as expectativas salariais.

Por conseguinte, não é de surpreender que os estudantes de negócios da Geração Z busquem um futuro estável, que inclui segurança, boa aposentadoria e benefícios de saúde, (Maloni *et al.*, 2019; Pauli *et al.*, 2020). Silva e Carvalho (2021), em seu estudo realizado em Portugal, revela que a Geração Z daquele país parece valorizar o trabalho que é interessante e desafiador, mas mantendo a consciência da necessidade de segurança material. Em suma, para essa geração, os aspectos financeiros são altamente valorizados, e essas questões são determinantes na escolha da carreira e empregador.

4.3.7 *Sustentabilidade*

Um único estudo apontou a sustentabilidade como valor relativo ao trabalho, desenvolvido por Tato-Jiménez *et al.* (2019), foi realizado com estudantes na Espanha indicam que a dimensão social da sustentabilidade está relacionada ao bem-estar dos funcionários, sua qualidade de vida no trabalho e seu alinhamento com os novos valores predominantes. As novas gerações estão conscientes das ameaças que o meio ambiente sofre e estão desenvolvendo valores direcionadas à sustentabilidade e se mostrando exigentes quanto a presença deles nas organizações em que estão trabalhando (Tato-Jiménez *et al.*, 2019).

4.3.8 *Reconhecimento*

Para a futura força de trabalho, o reconhecimento é um valor significativo, o que implica que eles apreciarão se os gerentes reconhecerem seu esforço e desempenho (Pataki-Bittó & Kapusy, 2021). De acordo com Hampton e Welsh (2019), alguns dos componentes classificados como mais importantes pelos participantes são o social-altruísta e prestígio.

5 DISCUSSÃO

Por meio da análise de 20 trabalhos, descobriu-se uma compreensão mais profunda dos valores relativos ao trabalho da Geração Z, percebendo que há uma distinção bem clara dos valores extrínsecos e intrínsecos com base nos valores pessoais dos indivíduos dessa geração. Fica nítida, nos estudos revisados, a expectativa da Geração Z sobre o valor do equilíbrio entre

a vida pessoal e profissional e a valorização de um ambiente de trabalho que seja positivo e flexível.

Os resultados vêm ao encontro de Pataki-Bittó e Kapusy (2021) que em seus achados destacam os valores intrínsecos da Geração Z, as recompensas mentais que fazem o indivíduo se sentir bem trabalhando. Para Stansell (2019), entre as palavras que mais aparecem em seu estudo sobre o a Geração Z e carreira, as palavras-chave que mais aparecem são ambiente de trabalho, horários flexíveis e bom salário, o que está alinhado com os achados desse estudo.

Os valores que fornecem recompensas tangíveis também foram encontrados nos estudos, principalmente no que tange a segurança financeira, sendo que valorizam uma remuneração e a segurança no emprego. Lassleben e Hofmann (2023) e Silva e Carvalho (2021) destacam a importância desses valores no engajamento dos empregados da Geração Z enquanto longas jornadas de trabalho e baixa remuneração são os termos mais comuns que os funcionários da Geração Z usam para descrever os contras na experiência do trabalho (Stansell, 2019).

É importante perceber também, a perspectiva de valores para o futuro quando Maloni *et al.* (2019) apontam para a valorização de benefícios de saúde e a aposentadoria dessa geração. Nesse sentido, Pataki-Bittó e Kapusy (2021) destacam os valores de poder e crescimento, que são orientados na perspectiva de recompensas futuras. Importante destacar as diferenças de acordo com o gênero encontradas por Sousa e Colauto (2021), onde seu estudo mostrou que os “respondentes que se identificam com o gênero feminino atribuíram maior importância aos valores relacionados à estabilidade no trabalho e independência financeira, quando comparados aos respondentes que se identificam com o gênero masculino”.

Segundo a Deloitte (2022), a Geração Z, assim como a Geração Y, está preocupada com o os acontecimentos a nível global, tal como as mudanças climáticas, e estão lutando contra a ansiedade financeira, enquanto tentam optar por escolhas ambientalmente sustentáveis. Como apontam Tato-Jiménez *et al.* (2019), as novas gerações valorizam a sustentabilidade observando isso nas organizações em que estão inseridas relacionando-a, inclusive, com a qualidade de vida no trabalho, que é outro valor predominante.

Os valores que se concentram nas necessidades sociais também aparecem dentro dos percebidos pela Geração Z no trabalho. Quando encontramos nos estudos reconhecimento e prestígio (Hampton & Welsh, 2019; Pataki-Bittó & Kapusy, 2021), não podemos ignorar os valores pessoais individuais dessa geração, que ganham prioridade no ambiente de trabalho.

Os achados desse estudo corroboram os resultados da pesquisa realizada pela Deloitte (2022), em que apontam as expectativas da Geração Z no local de trabalho incluindo maior remuneração, mais flexibilidade, melhor equilíbrio entre trabalho e vida pessoal, maiores oportunidades de aprendizado e desenvolvimento, melhor saúde mental e suporte de bem-estar e um maior compromisso das empresas para causar um impacto social positivo.

Entretanto constatou-se que os valores percebidos no trabalhando por indivíduos da Geração Z diferem de acordo com o contexto sob o qual o fenômeno está sendo observado. Foram constatadas essas divergências em indivíduos de nacionalidades diferentes, por exemplo, como descrito por Schmidt e Uecker (2020) em que entrevistados de seu estudo nos Estados Unidos listaram os seguintes valores em ordem de importância: (i) equilíbrio trabalho/vida, (ii) qualidade do trabalho, (iii) quantidade de dinheiro ganho, (iv) relacionamento com outros funcionários e (v) segurança/estabilidade da posição. Enquanto respondentes russos relataram da seguinte forma: (i) quantidade de dinheiro ganho, (ii) qualidade do trabalho, (iii) quantidade de liberdade no trabalho, (iv) equilíbrio trabalho/vida pessoal e (v) segurança/estabilidade do cargo.

Essas descobertas desafiam o conceito de existir uma Geração Z global, que possa ser generalizada, pois os resultados indicam que a nacionalidade serve como um diferenciador chave nas preferências de valor de trabalho (de Boer & Bordoloi, 2022). Nedelko *et al.* (2022)

analisaram os valores pessoais de amostras da Geração Z na Eslovênia e na Lituânia onde o estudo revelou diferenças em oito das dez dimensões de valores entre as sociedades e expõe a natureza divergente dos valores da Geração Z, para amostras pertencentes a diferentes contextos sociais e grupos culturais, o que precisa ser levado em consideração quando se observa os resultados desse estudo.

O nível de experiência profissional dos indivíduos, de acordo com Waterwall *et al.* (2023) também gera diferenças na percepção de valores no trabalho sendo que os indivíduos com maior experiência atribuem maior importância às características intrínsecas do trabalho, e de outro lado aqueles com menos experiência consideram mais os valores extrínsecos. É importante observar também que, em relação a classificação de gênero, as mulheres atribuem mais importância às características intrínsecas e extrínsecas em comparação com os homens quanto aos valores percebidos no trabalho (Waterwall *et al.*, 2023). As diferenças de gênero marcam os resultados também do estudo realizado por Silva e Carvalho (2021), com as mulheres expressando valores de trabalho mais altos e menores expectativas salariais de entrada.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

6.1 Implicações e limitações

Esse estudo contribui para a elaboração de estratégias assertivas de atração, retenção e desenvolvimento de funcionários da Geração Z de acordo com os valores percebidos por esses indivíduos no trabalho. Sendo que os valores de trabalho diferem através das gerações, a compreensão desses valores pode capacitar os profissionais a melhorar as condições de trabalho, estrutura e atmosfera social além do desenvolvimento de estratégias motivacionais Singh *et al.* (2020).

Como contribuição teórica, esse trabalho evidencia a necessidade de estudos comparativos entre indivíduos da Geração Z em diferentes contextos e culturas para que se possa compreender os valores específicos em cada realidade, especialmente no contexto brasileiro. Este estudo também contribui para a literatura de Gerações trazendo foco para os valores percebidos no trabalho por esses indivíduos.

Essa pesquisa encontra uma limitação quando se percebe que “Geração Z” é uma área de pesquisa relativamente nova e as publicações disponíveis nos bancos de dados que discutem questões geracionais em conjunto com valores no trabalho são limitadas, ainda mais quando se trata em publicações nacionais. No entanto, é possível que haja mais estudos empíricos além do escopo desta revisão, que não foram capturados pelo processo de busca. Este trabalho ainda se limita aos contextos em que os estudos revisados foram aplicados, o que pode enviesar a prioridade dos valores percebidos pelos indivíduos pesquisados de acordo com a realidade da cultura em que estavam inseridos.

6.2 Sugestões de pesquisas futuras

Diante desse cenário, os resultados de nosso estudo podem servir como ponto de partida para o desenvolvimento sistemático de conhecimento empírico sobre as expectativas dessa geração em relação aos empregadores. Como sugestão de pesquisa se sugere um estudo empírico intercultural, pois, como mencionado anteriormente, os valores da Geração Z no trabalho diferem em diferentes países e culturas. Portanto, os estudos interculturais poderiam explorar essas diferenças e entender como as empresas podem se adaptar para atrair e reter talentos da Geração Z em diferentes partes do mundo.

Outra sugestão, pode ser um estudo longitudinal para constatar possíveis alterações dos valores ao longo do tempo dentro da geração. Os estudos transversais revisados fornecem informações instantâneas sobre a geração atual no mercado de trabalho, enquanto os estudos longitudinais permitiriam entender como os valores evoluem ao longo do tempo e como são influenciados por fatores externos.

6.3 Conclusão

A Geração Z, de forma geral, quer trabalhar em um ambiente mais flexível e positivo, com segurança financeira, receber reconhecimento e sentir que está se desenvolvendo pessoalmente e profissionalmente ao mesmo tempo em que valoriza o equilíbrio entre sua vida social e trabalho. Isso implica diretamente na influência que os seus gestores e as organizações têm dentro do contexto de vida desses indivíduos haja vista que eles buscam, de certa forma, fundir a sua vida particular com o lado profissional.

Assim, as organizações precisam fornecer a possibilidade de os funcionários sentirem que estão crescendo tanto no lado pessoal quanto no lado profissional enquanto estão desenvolvendo as suas atividades ao longo do tempo. De mesmo modo que os gestores necessitam encontrar formas de reconhecimento individual com aprovação social e fornecendo segurança financeira aos seus funcionários da Geração Z.

A análise dos artigos e relatórios permitiu a compreensão dos valores relativos ao trabalho da Geração Z, mostrando a distinção entre valores extrínsecos e intrínsecos com base nos valores pessoais dos indivíduos. A Geração Z valoriza o equilíbrio entre vida pessoal e profissional e um ambiente de trabalho positivo e flexível. A segurança financeira e a remuneração são valores tangíveis importantes para essa geração. A sustentabilidade e a responsabilidade social são valorizadas, bem como o reconhecimento e o prestígio pessoal.

Entretanto, os valores percebidos pelos indivíduos da Geração Z variam de acordo com o contexto e a nacionalidade. Isso desafia a ideia de uma Geração Z global e generalizada, pois as preferências de valor de trabalho são diferentes entre os países. Além disso, a observação dos valores percebidos quanto ao gênero dos respondentes também é necessária.

Os valores percebidos da Geração Z indicam expectativas no local de trabalho que incluem uma maior remuneração, mais flexibilidade, melhor equilíbrio entre trabalho e vida pessoal, maiores oportunidades de aprendizado e desenvolvimento, melhor saúde mental e suporte de bem-estar e um maior compromisso das empresas para causar um impacto social positivo. Esses resultados devem ser considerados pelas empresas que buscam atrair e reter empregados dessa geração.

REFERÊNCIAS

- Barhate, B., & Dirani, K. M. (2022). Career aspirations of generation Z: a systematic literature review. *European Journal of Training and Development*, 46(1/2), 139–157. <https://doi.org/10.1108/EJTD-07-2020-0124>
- Baum, T. (2020). A changing world of work. What can we learn from the service sector about employing Millennials (and Gen Z)? *Organizational Dynamics*, 49(3). <https://doi.org/10.1016/j.orgdyn.2019.04.001>
- Beckett, C., Maynard, A., & Jordan, P. (2017). Values and ethics in social work. *Sage*.
- Benati, K., & Fischer, J. (2021). Beyond human capital: student preparation for graduate life. *Education and Training*, 63(1), 151–163. <https://doi.org/10.1108/ET-10-2019-0244>
- Berge, Z. L., & Berge, M. B. (2019). The Economic ABC s of Educating and Training Generations X, Y, and Z. *Performance Improvement*, 58(5), 44–53. <https://doi.org/10.1002/pfi.21864>

- Chillakuri, B. (2020). Understanding Generation Z expectations for effective onboarding. *Journal of Organizational Change Management*, 33(7), 1277–1296. <https://doi.org/10.1108/JOCM-02-2020-0058>
- Cho, M., Bonn, M. A., & Han, S. J. (2018). Generation Z's sustainable volunteering: Motivations, attitudes, and job performance. *Sustainability (Switzerland)*, 10(5). <https://doi.org/10.3390/su10051400>
- Clark, K. R. (2017). Managing multiple generations in the workplace. *Radiologic technology*, 88(4), 379–396.
- de Boer, P., & Bordoloi, P. (2022). Nationality differences in Gen Z work values: an exploratory study. *Journal of International Education in Business*, 15(2), 373–392. <https://doi.org/10.1108/JIEB-09-2021-0088>
- Deloitte. (2022). *Striving for balance, advocating for change*.
- Dhinakaran, V., Partheeban, P., Ramesh, R., Balamurali, R., & Dhanagopal, R. (2020). Behavior and Characteristic Changes of Generation Z Engineering Students. *2020 6th International Conference on Advanced Computing and Communication Systems (ICACCS)*, 1434–1437. <https://doi.org/10.1109/ICACCS48705.2020.9074322>
- Dimock, M. (2019). *Defining generations: Where Millennials end and Generation Z begins*. <http://www.pewresearch.org/fact-tank/2019/01/17/where>
- Dobrowolski, Z., Drozdowski, G., & Panait, M. (2022). Understanding the Impact of Generation Z on Risk Management—A Preliminary Views on Values, Competencies, and Ethics of the Generation Z in Public Administration. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(7). <https://doi.org/10.3390/ijerph19073868>
- Egerová, D., Komárková, L., & Kutlák, J. (2021). Generation Y and generation Z employment expectations: A generational cohort comparative study from two countries. <https://doi.org/10.15240/tul/001/2021-03-006>
- Florenthal, B. (2019). Young consumers' motivational drivers of brand engagement behavior on social media sites. *Journal of Research in Interactive Marketing*, 13(3), 351–391. <https://doi.org/10.1108/JRIM-05-2018-0064>
- Gabrielova, K., & Buchko, A. A. (2021). Here comes Generation Z: Millennials as managers. *Business Horizons*, 64(4), 489–499. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2021.02.013>
- Gaidhani, S., Arora, L., & Sharma, B. K. (2019). Understanding the attitude of generation Z towards workplace. *International Journal of Management, Technology and Engineering*, 9(1), 2804–2812.
- Ghadi, M. Y., AlGhazo, A. M., Al-Nakeeb, A., Qureshi, T. M., Shehata, O. I., & Ghadi, O. Y. (2023). Exploring the Differences in Work Value Among Generations in the UAE. *International Journal of Service Science, Management, Engineering, and Technology*, 14(1), 1–15. <https://doi.org/10.4018/ijssmet.318086>
- Hampton, D., & Welsh, D. (2019). Work Values of Generation Z Nurses. *Journal of Nursing Administration*, 49(10), 480–486. <https://doi.org/10.1097/NNA.0000000000000791>
- Hatane, S. E., Emerson, B., Soesanto, O., Gunawan, R. A., & Semuel, H. (2022). Accounting students' perceptions of work–life balance, accounting career image and intention to pursue accounting careers. *Higher Education, Skills and Work-Based Learning*, 12(3), 401–418. <https://doi.org/10.1108/HESWBL-09-2020-0209>
- Kirchmayer, Z., & Fratričová, J. (2020). *What Motivates Generation Z at Work? Insights into Motivation Drivers of Business Students in Slovakia*. <https://www.researchgate.net/publication/324797364>
- Kyrousi, A. G., Tzoumaka, E., & Leivadi, S. (2022). Business employability for late millennials: exploring the perceptions of generation Z students and generation X faculty.

- Management Research Review*, 45(5), 664–683. <https://doi.org/10.1108/MRR-04-2021-0328>
- Lassleben, H., & Hofmann, L. (2023). Attracting Gen Z talents: Do expectations towards employers vary by gender? *Gender in Management*. <https://doi.org/10.1108/GM-08-2021-0247>
- Maloni, M., Hiatt, M. S., & Campbell, S. (2019). Understanding the work values of Gen Z business students. *International Journal of Management Education*, 17(3). <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2019.100320>
- Mannheim, K. (1970). *The problem of generations*. <https://doi.org/https://marcuse.faculty.history.ucsb.edu/classes/201/articles/27MannheimGenerations.pdf>
- Nedelko, Z., Peleckienė, V., Peleckis, K., Peleckis, K. K., Lapinskienė, G., & Potocan, V. (2022). Generation Z and ethicality of advancement in the workplace: a study of Slovenia and Lithuania. *Journal of Business Economics and Management*, 23(2), 482–506. <https://doi.org/10.3846/jbem.2022.16824>
- Ozkan, M., & Solmaz, B. (2015). The Changing Face of the Employees – Generation Z and Their Perceptions of Work (A Study Applied to University Students). *Procedia Economics and Finance*, 26, 476–483. [https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(15\)00876-X](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(15)00876-X)
- Page, M. J., & Moher, D. (2017). Evaluations of the uptake and impact of the Preferred Reporting Items for Systematic reviews and Meta-Analyses (PRISMA) Statement and extensions: a scoping review. *Systematic Reviews*, 6(1), 263. <https://doi.org/10.1186/s13643-017-0663-8>
- Page, M. J., Moher, D., Bossuyt, P. M., Boutron, I., Hoffmann, T. C., Mulrow, C. D., Shamseer, L., Tetzlaff, J. M., Akl, E. A., Brennan, S. E., Chou, R., Glanville, J., Grimshaw, J. M., Hróbjartsson, A., Lalu, M. M., Li, T., Loder, E. W., Mayo-Wilson, E., McDonald, S., ... McKenzie, J. E. (2021). PRISMA 2020 explanation and elaboration: Updated guidance and exemplars for reporting systematic reviews. In *The BMJ* (Vol. 372). BMJ Publishing Group. <https://doi.org/10.1136/bmj.n160>
- Pataki-Bittó, F., & Kapusy, K. (2021). Work environment transformation in the post COVID-19 based on work values of the future workforce. *Journal of Corporate Real Estate*, 23(3), 151–169. <https://doi.org/10.1108/JCRE-08-2020-0031>
- Pauli, J., Guadagnin, A., & Ruffatto, J. (2020). Valores relativos ao trabalho e perspectiva de futuro para a geração Z. *Ciencias da Administração*, 22(57), 8-21. <https://doi.org/10.5007/2175-8077.2020.e77243>
- Porto, J. B., & Tamayo, Á. (2003). Escala de valores relativos ao trabalho: EVT. *Psicologia: teoria e pesquisa*, 19, 145-152. <https://doi.org/10.1590/S0102-37722003000200006>
- Porto, J. B., & Tamayo, Á. (2007). Estrutura dos valores pessoais: a relação entre valores gerais e laborais. *Psicologia: teoria e pesquisa*, 23, 63-70. <https://doi.org/10.1590/S0102-37722007000100008>
- Prund, C. (2021). Why Generation Z is Redefining the HRM Processes. *Studies in Business and Economics*, 16(3), 190–199. <https://doi.org/10.2478/sbe-2021-0054>
- Rudolph, C. W., Rauvola, R. S., Costanza, D. P., & Zacher, H. (2021). Generations and Generational Differences: Debunking Myths in Organizational Science and Practice and Paving New Paths Forward. *Journal of Business and Psychology*, 36(6), 945–967. <https://doi.org/10.1007/s10869-020-09715-2>
- Sakdiyakorn, M., Golubovskaya, M., & Solnet, D. (2021). Understanding Generation Z through collective consciousness: Impacts for hospitality work and employment. *International Journal of Hospitality Management*, 94. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2020.102822>

- Schmidt, J., & Uecker, D. (2020). Work Values: A Comparison Study Between Russia and the United States. *Journal of Higher Education Theory and Practice*.
- Seemiller, C., & Grace, M. (2017). Generation Z: Educating and engaging the next generation of students. *About campus*, 22(3), 21-26. <https://doi.org/10.1002/abc.21293>
- Silva, J., & Carvalho, A. (2021). The Work Values of Portuguese Generation Z in the Higher Education-to-Work Transition Phase. *Social Sciences*, 10(8), 297. <https://doi.org/10.3390/socsci>
- Singh, V., Verma, S., & Chaurasia, S. (2020). Intellectual structure of multigenerational workforce and contextualizing work values across generations: a multistage analysis. *International Journal of Manpower*, 42(3), 470–487. <https://doi.org/10.1108/IJM-04-2019-0207>
- Sousa, R. C. D. S., & Colauto, R. D. (2021). Gerações Y e Z no Stricto Sensu em Contabilidade e seus Valores Relativos ao Trabalho. *Revista de Educação e Pesquisa em Contabilidade (REPeC)*, 15(4). <http://dx.doi.org/10.17524/repec.v15i4.2975>
- Stansell, A. (2019). *The Next Generation of Talent: Where Gen Z Wants to Work*.
- Tan, S. H. E., & Chin, G. F. (2023). Generational effect on nurses' work values, engagement, and satisfaction in an acute hospital. *BMC Nursing*, 22(1). <https://doi.org/10.1186/s12912-023-01256-2>
- Tato-Jiménez, J. L., Buenadicha-Mateos, M., & González-López, Ó. R. (2019). Evolution and sustainability of benefits offered to employees in on-line recruitment. *Sustainability (Switzerland)*, 11(16). <https://doi.org/10.3390/su11164313>
- Waterwall, B., Chullen, C. L., Barber, D., & Adeyemi-Bello, T. (2023). The roles of experience and gender in shaping work values. *Higher Education, Skills and Work-Based Learning*, 13(1), 131–147. <https://doi.org/10.1108/HESWBL-03-2022-0078>

Apêndice A – Lista dos artigos empíricos revisados

ID	Título do artigo	Referência
1	Accounting students' perceptions of work–life balance, accounting career image and intention to pursue accounting careers	Hatane <i>et al.</i> (2022)
2	Attracting Gen Z talents: Do expectations towards employers vary by gender?	Lassleben & Hofmann (2023)
3	Beyond human capital: student preparation for graduate life	Benati & Fischer (2021)
4	Business employability for late millennials: exploring the perceptions of generation Z students and generation X faculty	Kyrousi <i>et al.</i> (2022)
5	Evolution and sustainability of benefits offered to employees in on-line recruitment	Tato-Jiménez <i>et al.</i> (2019)
6	Exploring the Differences in Work Value Among Generations in the UAE	Ghadi <i>et al.</i> (2023)
7	Generation Y and generation Z employment expectations: A generational cohort comparative study from two countries	Egerová <i>et al.</i> (2021)
8	Generation z and ethicality of advancement in the workplace: a study of Slovenia and Lithuania	Nedelko <i>et al.</i> (2022)

9	Generational effect on nurses' work values, engagement, and satisfaction in an acute hospital	Tan & Chin (2023)
10	Intellectual structure of multigenerational workforce and contextualizing work values across generations: a multistage analysis	Singh <i>et al.</i> (2020)
11	Nationality differences in Gen Z work values: an exploratory study	de Boer, P., & Bordoloi, P. (2022)
12	The roles of experience and gender in shaping work values	Waterwall <i>et al.</i> (2023)
13	The work values of portuguese generation z in the higher education-to-work transition phase	Silva & Carvalho (2021)
14	Understanding Generation Z through collective consciousness: Impacts for hospitality work and employment	Sakdiyakorn <i>et al.</i> (2021)
15	Understanding the work values of Gen Z business students	Maloni <i>et al.</i> (2019)
16	Work environment transformation in the post COVID-19 based on work values of the future workforce	Pataki-Bittó & Kapusy (2021)
17	Work Values of Generation Z Nurses	Hampton & Welsh (2019)
18	Work values: A comparison study between Russia and the United States	Schmidt & Uecker (2020)
19	Valores relativos ao trabalho e perspectiva de futuro para a geração Z	Pauli <i>et al.</i> (2020)
20	Gerações Y e Z no Stricto Sensu em Contabilidade e seus Valores Relativos ao Trabalho	Sousa & Colauto (2021)