

REVISTA TÓPICOS

A INFLUÊNCIA DA GERAÇÃO Z NAS ORGANIZAÇÕES

DOI: 10.5281/zenodo.13119387

Julio Cesar Leite Da Silva¹

RESUMO

As organizações modernas são compostas por indivíduos de várias gerações que colaboram de uma forma típica e incomparável. A era pós Segunda Guerra Mundial testemunhou uma melhoria significativa na qualidade de vida geral, resultando em maior expectativa de vida e, conseqüentemente, na participação contínua de indivíduos mais velhos na força de trabalho. Naturalmente, surgem diferenças entre gerações dentro do mesmo ambiente, considerando os períodos históricos únicos que viveram e as suas origens culturais distintas. A Geração Z, sendo a primeira a nascer plenamente na Era Digital e a ingressar recentemente no mercado de trabalho, é fortemente influenciada por outras gerações, ao mesmo tempo que impulsiona novas transformações no cenário organizacional. O presente paper objetiva em elucidar a influência da geração Z nas organizações. A metodologia adotada neste estudo é de caráter bibliográfico, envolvendo a coleta de fontes confiáveis e recentes ao longo da análise do tema. O foco deste artigo é realizar um exame conciso da Geração Z e seu impacto nas organizações. Irá aprofundar as estratégias

REVISTA TÓPICOS - ISSN: 2965-6672

REVISTA TÓPICOS

utilizadas pelas empresas para atrair, nutrir e reter estes talentos emergentes, ao mesmo tempo que promove uma mudança na cultura organizacional que incentiva a colaboração entre diferentes gerações. Em conclusão, a integração bem-sucedida das características únicas de cada geração não só cultiva o envolvimento entre a Geração Z, mas também promove uma atmosfera de trabalho mais dinâmica e cooperativa.

Palavras-chave: Geração Z. Cultura organizacional. Transformação. Organização.

ABSTRACT

Modern organizations are made up of individuals from several generations who collaborate in a typical and unparalleled way. The post-World War II era has witnessed a significant improvement in the overall quality of life, resulting in increased life expectancy and, consequently, the continued participation of older individuals in the workforce. Naturally, differences arise between generations within the same environment, considering the unique historical periods they lived through and their distinct cultural origins. Generation Z, being the first to be fully born in the Digital Era and recently entering the job market, is strongly influenced by other generations, at the same time as it drives new transformations in the organizational scenario. This paper aims to elucidate the influence of generation Z in organizations. The methodology adopted in this study is bibliographic in nature, involving the collection of reliable and recent sources throughout the analysis of the topic. The focus of this article is to provide a concise examination of Generation Z and its impact on organizations. It will delve deeper into the strategies used by companies to

REVISTA TÓPICOS - ISSN: 2965-6672

REVISTA TÓPICOS

attract, nurture and retain these emerging talents, while promoting a change in organizational culture that encourages collaboration between different generations. In conclusion, successfully integrating each generation's unique characteristics not only cultivates engagement among Gen Z, but also fosters a more dynamic and cooperative work atmosphere.

Keywords: Generation Z. Organizational Culture. Transformation. Organization.

1 Introdução

A exploração da dinâmica geracional surgiu no rescaldo da Segunda Guerra Mundial, concentrando-se principalmente nos Baby Boomers. No entanto, alguns estudiosos também incorporam a geração silenciosa, anterior à guerra, em suas análises. Os Baby Boomers experimentaram mudanças sociais significativas provocadas pela Revolução Industrial e pela era pós-guerra. Estas transformações incluíram a mecanização dos processos de produção e a introdução de tecnologias inovadoras como a televisão e a aviação comercial. Além disso, esta geração testemunhou uma ênfase crescente no empoderamento e independência femininos. Posteriormente, surgiu a geração seguinte.

Com o advento da integração do Brasil na comunidade globalizada na década de 1990, o país experimentou um aumento na sua conexão com as nações desenvolvidas. Isto levou à assimilação de tecnologia avançada, marcando o início de uma revolução tecnológica que abrangeu a introdução de microcomputadores pessoais, seguida pela adoção generalizada da Internet e dos tele móveis no final da década de 1990.

REVISTA TÓPICOS - ISSN: 2965-6672

REVISTA TÓPICOS

A Geração Y, também conhecida como Millennials, surgiu durante este período de transformação, pois nasceu por volta da virada do milênio. Eles testemunharam a transição de um mundo analógico para o mundo digital. No ano de 1995, surgiu uma nova coorte, servindo como ponto focal deste exame: a Geração Z.

Para Emmanuel (2020) afirma que esta geração foi a primeira a mergulhar totalmente num mundo digital, beneficiando de uma Internet avançada e da introdução de tecnologias anteriormente escassas, como a mudança de telefones celulares básicos para smartphones.

A Geração Z apresenta uma maior dependência da tecnologia, acompanhada por uma maior consciência ambiental e social em comparação com a Geração Y. Além disso, apresentam menor individualismo e uma busca fervorosa por conhecimento e avanço profissional. O presente paper objetiva em elucidar a influência da geração Z nas organizações. A metodologia adotada neste estudo é de caráter bibliográfico, envolvendo a coleta de fontes confiáveis e recentes ao longo da análise do tema.

Este paper fará um breve estudo sobre a Geração Z, sua influência nas organizações, analisando como as empresas vêm agindo para atrair, desenvolver e reter esses novos talentos, além de promover uma transformação na cultura organizacional, trabalhando em sinergia com as outras gerações.

REVISTA TÓPICOS

Contudo, visa explorar a preparação das organizações para acomodar a Geração Z e a sua relação com indivíduos de gerações anteriores, seguindo uma visão concisa das diferentes gerações. Além disso, abordará temas como recrutamento, seleção e retenção da Geração Z, além de outras características relevantes serão abordadas e desenvolvidas durante este breve estudo.

2 As organizações e a Geração Z

2.1 O que é a Geração Z e sua participação nas organizações

A Geração Z, a geração mais jovem da Era Moderna, destaca-se como a mais distinta das suas antecessoras. Ao contrário das gerações anteriores, a Geração Z nasceu inteiramente na era digital, abrangendo indivíduos nascidos entre 1996 e 2011, embora algumas fontes possam ajustar o prazo em um ano. Esta geração segue a geração Millennial, também conhecida como Geração Y, que, embora também vivencie a era digital, compartilha algumas características com as gerações anteriores.

Conforme afirma Mazzoni (2022), a Geração Z apresenta características distintas na utilização da tecnologia, contando apenas com a Internet, plataformas de mídia social e serviços de streaming para comunicação e aquisição de informações. O autor enfatiza que a Geração Z detém a distinção de ser o grupo demográfico de consumo mais significativo até à data, constituindo 30% da população global até 2017.

REVISTA TÓPICOS

Segundo Mazzoni (2022), a Geração Z não é um coletivo homogêneo, mas sim um grupo diversificado com valores e qualidades compartilhadas. Eles atribuem grande importância à consciência social e participam ativamente de causas relacionadas ao meio ambiente, à política e aos direitos humanos. Esta geração não deseja apenas que a sua voz seja ouvida, mas também procura fazer parte de um movimento maior. Além disso, possuem a habilidade de filtrar informações, descartando o que é irrelevante para eles. Servem como figuras influentes nas redes sociais, levando organizações e indivíduos a reconsiderarem os seus comportamentos e posições.

De acordo com Emmanuel (2020), a Geração Z apresenta um maior sentido de imediatismo em comparação com a Geração Y, em grande parte devido à sua rápida recuperação de informação na Internet, à falta de limitações geográficas e à abertura à diversidade, resultando em última análise num maior nível de tolerância quando em comparação com as gerações anteriores.

No mercado de trabalho, esta geração procura dinamismo e propósito e não almejam tanto os cargos de direção. O que importa para essa geração é a flexibilidade e a liberdade para mudarem de cargo e até mesmo de emprego caso a organização ou seus superiores e colegas não estejam alinhados ao mesmo propósito.

A chegada da Geração Z às organizações provocou mudanças significativas, perturbando o comando e a cultura estabelecidos que há muito foram influenciados pelas gerações X e Y. Para compreender plenamente o funcionamento interno destas organizações, é crucial

REVISTA TÓPICOS - ISSN: 2965-6672

REVISTA TÓPICOS

compreender a sua abordagem de gestão e como elas navegar na dinâmica entre diversas gerações coexistindo no mesmo ambiente.

Segundo Chiavenato (2020), as organizações da era atual estão situadas num quadro globalizado que prioriza o conhecimento sobre as matérias-primas tradicionais, o que acontecia há várias décadas. O ritmo da informação e das transformações está a acelerar rapidamente, necessitando de uma maior capacidade de adaptação a novas circunstâncias e abordagens, mantendo ao mesmo tempo um compromisso firme para alcançar os resultados desejados.

Em seu trabalho, Montenegro e Barros (1997) chamam a atenção para duas tendências predominantes no mundo contemporâneo que dizem respeito tanto às organizações quanto ao comportamento humano. A primeira tendência gira em torno do tempo, enfatizando a necessidade de agilidade, respostas instantâneas, acesso a informações em tempo real, adaptabilidade e flexibilidade organizacional.

A segunda tendência centra-se no espaço, enfatizando a virtualidade, o impulso para condensar e minimizar espaços físicos, promover o trabalho remoto e fomentar redes e plataformas que resultam em poupanças de tempo e financeiras.

Segundo Chiavenato (2020), o comportamento das diferentes gerações dentro das organizações é influenciado pela competitividade. Hoje em dia, as organizações enfrentam um cenário competitivo mais amplo e complexo, mesmo que não exportem os seus produtos e serviços. É crucial

REVISTA TÓPICOS

que as organizações lutem pela competitividade global, uma vez que os seus concorrentes também competem para serem os melhores. Somente as organizações que conseguem permanecer competitivas e diferenciar-se de forma consistente podem sobreviver no longo prazo. Portanto, é essencial abraçar a reinvenção e adaptar-se às mudanças.

O processo criativo torna-se vital, incorporando novas ideias e experiências, incluindo as da Geração Z. Esta abordagem visa aumentar a produtividade e garantir a sustentabilidade organizacional, criando valor para todos os stakeholders envolvidos no ecossistema. Contudo, a mudança organizacional não é um processo rápido ou automático; é um empreendimento complexo que exige a transformação do ativo mais valioso da organização: o seu pessoal.

De acordo com Covei (1996), os indivíduos dentro da organização passam por um processo de várias etapas de reconhecimento da necessidade de mudança, que é facilitado através do envolvimento colaborativo entre os indivíduos e a organização. Este esforço colaborativo visa cultivar um sentimento de segurança interior focado em abraçar a mudança. O nível de segurança interior que um indivíduo possui impacta diretamente na sua capacidade de adaptação à nova realidade.

Ao estabelecer uma sensação de segurança, torna-se mais fácil justificar as transformações pessoais, criando um desejo genuíno de mudança e, em última análise, produzindo resultados valiosos. O autor discorre ainda sobre a importância da responsabilidade pessoal pelos resultados, enfatizando a necessidade de os indivíduos cultivarem e utilizarem as

REVISTA TÓPICOS - ISSN: 2965-6672

REVISTA TÓPICOS

suas competências, habilidades e atitudes. Ao mesmo tempo, é responsabilidade da organização fornecer aos colaboradores os recursos necessários para apoiar o seu crescimento, fomentando o incentivo e criando caminhos para o progresso.

Ao fazê-lo, serão proporcionadas aos indivíduos maiores oportunidades para se libertarem do pensamento antiquado, permitindo-lhes assimilar novos conceitos e aplicá-los de uma forma que seja vantajosa, conduzindo, em última análise, à realização de objetivos pessoais e profissionais.

Segundo Chiavenato (2020), as organizações precisam se alinhar ao processo de mudança do indivíduo e manter um foco constante no monitoramento e na adaptação às mudanças. Isto é crucial para gerir eficazmente as relações com as partes interessadas internas (funcionários) e externas (clientes, fornecedores, etc.). Ao aproveitarem experiências passadas e ao mesmo tempo permanecerem abertas a novas possibilidades, as organizações podem criar uma cultura que abraça a mudança e seleciona modificações apropriadas nas tarefas.

Quando se trata de incorporar todas as gerações dentro de uma organização e utilizar suas competências e habilidades para o benefício coletivo, a tecnologia, os recursos e as recompensas desempenham um papel crucial. Em termos do envolvimento da Geração Z na força de trabalho, Flippin (2017) aponta vários aspectos dignos de nota do mercado de trabalho em que estão agora a entrar, incluindo:

REVISTA TÓPICOS

- O mercado de trabalho atual é caracterizado por um aumento nas contratações e nos salários, acompanhado por uma diminuição nos benefícios. Além disso, há um aumento na disponibilidade de trabalho virtual e contratos de trabalho mais flexíveis.
- A aposentadoria da Geração Baby Boomers está abrindo caminho para que a Geração Y assuma posições de liderança.
- Os avanços tecnológicos tiveram impactos positivos, como o aumento da produtividade, e impactos negativos, como o aumento das distrações.
- Além disso, há um crescimento notável no emprego nos domínios da ciência, tecnologia e saúde, enquanto o trabalho manual e as oportunidades de trabalho não qualificado estão a diminuir.

O crescimento da gig economy, conforme destacado por Dalapria et al. (2015), apresenta opções alternativas de emprego, como freelancer ou utilização de plataformas como Uber e AirBNB. Nestes cenários, os indivíduos oferecem os seus serviços e são remunerados com base nos seus esforços, sem contratos de trabalho tradicionais. Muitas vezes, eles suportam horas de trabalho cansativas para ganhar a vida.

A internet e as redes sociais têm desempenhado um papel significativo na promoção do empreendedorismo e do intra empreendedorismo, com os influenciadores digitais servindo como catalisadores. É importante

REVISTA TÓPICOS

ressaltar que a Geração Z cresceu em um mundo tumultuado, testemunhando inúmeros acontecimentos e transformações.

Consequentemente, esta geração desenvolveu características como autoconsciência, autossuficiência, inventividade e práticas orientadas para objetivos. Esta geração não só demonstra maturidade e um forte sentido de justiça social, mas também transporta estas qualidades para as suas vidas profissionais, levando a uma ruptura nas estruturas organizacionais tradicionais.

2.2. Como atrair e reter talentos da Geração Z nas organizações

Um grande obstáculo que as organizações enfrentam nos dias atuais é a tarefa de atrair e manter o interesse dos indivíduos da Geração Z, que possuem qualidades distintas em relação às gerações anteriores. A Geração Z procura exclusivamente emprego em organizações que se alinhem com as suas expectativas e crenças pessoais.

Em estudo realizado por Freitas (2019) e Silva (2021) em uma universidade, Os pesquisadores ficaram surpresos com as reações, pois a maioria desses jovens classificou as perspectivas disponíveis no mercado de trabalho como excelentes e favoráveis. O autor fez um esforço para compreender porque é que estes jovens tinham avaliações tão positivas, especialmente quando comparadas com a forma como as gerações anteriores poderiam ter visto as suas próprias circunstâncias e perspectivas, que podem não ter sido tão otimistas.

REVISTA TÓPICOS

A avaliação favorável da Geração Z pode ser atribuída a vários fatores. Em primeiro lugar, a abundância de oportunidades de progressão na carreira destaca-se como a principal razão. Em segundo lugar, a sua paixão pelo trabalho que realizam sublinha a importância do propósito. Por último, a flexibilidade oferecida em termos de regimes de trabalho e de remuneração contribui significativamente para a sua perspectiva positiva.

Para conhecer melhor a perspectiva da geração Z sobre a sua carreira, Lisboa e Santos (2013) realizaram um estudo em que questionaram as suas expectativas. Os resultados foram inesperados, mas esclarecedores, pois a maioria expressaram contentamento com as suas funções atuais e uma paixão genuína pelo seu trabalho. Os indivíduos inquiridos da Geração Z têm um objetivo claro: maximizar as suas oportunidades de aprendizagem no seu trabalho atual e aproveitar essa experiência para empregos futuros. Ao contrário dos jovens millennials, esta geração não prevê uma trajetória de carreira linear para si.

A Geração Z, com a sua proficiência inata em tecnologia, coloca uma ênfase significativa na prossecução de carreiras nesta área. Estes indivíduos valorizam muito a diversidade, não só em termos das pessoas com quem trabalham, mas também nas tarefas que realizam. Crescendo numa era caracterizada pela rápida disseminação de informação, reconhecem a importância de atribuir um tempo específico para cada atividade, ao contrário das tendências multitarefa da geração Millennial.

Quando se trata de liderança, a Geração Z procura flexibilidade, comunicação eficaz e abertura a diversas perspectivas, o que promove a

REVISTA TÓPICOS - ISSN: 2965-6672

REVISTA TÓPICOS

criatividade, a inovação e um ambiente de trabalho positivo. Silva e Diniz (2022) propuseram um conjunto de “palavras de ordem” para organizações que buscam engajar e reter funcionários da Geração Z. Uma recomendação importante é priorizar a aprendizagem e o desenvolvimento contínuos, independentemente da duração do emprego. Ao investir no crescimento e na educação da sua força de trabalho, as empresas podem efetivamente motivar e atrair jovens profissionais.

- É importante considerar a possibilidade de fazer uma mudança lateral, mesmo que isso signifique procurar oportunidades num empregador ou instituição de ensino diferente. Às vezes, seu empregador atual pode não ser capaz de utilizar plenamente suas habilidades e vontade de contribuir, e isso não significa necessariamente que você precise almejar uma posição mais elevada dentro da mesma organização.
- Manter uma mentalidade positiva é crucial, especialmente quando um funcionário não apresenta o melhor desempenho. Ao criar as condições adequadas para o crescimento e concentrar-se na identificação e no desenvolvimento dos seus pontos fortes, podem ser alcançados resultados significativos, mesmo a longo prazo.
- A crença predominante entre muitos indivíduos da Geração Z, influenciados pela onnipresença da Internet e das redes sociais, é que um número significativo de empregos necessita apenas de alguma forma de formação ou educação formal.

REVISTA TÓPICOS

- Consequentemente, muitos jovens consideram o ensino superior supérfluo, pois veem pouco valor em dedicar anos aos estudos sem garantir carreiras de sucesso ou rendimentos substanciais. Portanto, as organizações devem mostrar ativamente os resultados positivos que advêm do investimento no desenvolvimento pessoal, uma vez que produz benefícios tanto a nível pessoal como profissional.

3 Considerações Finais

Conclui-se que, a convivência de diversas faixas etárias é uma questão contemporânea. Exige reconhecer e valorizar as capacidades e potenciais distintos de cada geração um elemento essencial para garantir que os locais de trabalho sejam inclusivos e produtivos. Isto exige que os RH sejam estratégicos na gestão de pessoas, com vista a elaborar planos que não só tragam talentos, mas também sustentem esforços para mantê-los interessados e envolvidos nos seus locais de trabalho.

Para abordar com sucesso a influência da geração Z, é essencial não só reconhecer estas especificidades, mas também não utilizar algumas estratégias que podem não ser aplicáveis a todas as gerações. A integração da Geração Z na força de trabalho, com a sua afinidade com a tecnologia e abordagens únicas ao trabalho, pode abrir caminho para uma cultura organizacional inovadora e para a evolução.

Por outro lado, é fundamental desenvolver um processo eficaz que promova uma cultura dentro das organizações que aprecie e integre as contribuições de todas as faixas etárias.

REVISTA TÓPICOS

O equilíbrio não significa fazer concessões, mas sim compreender os méritos distintivos de cada facção e aproveitá-los em seu benefício. Pense em abrir caminhos para a polinização cruzada uma avenida onde profissionais de épocas totalmente diversas possam convergir, narrar as suas histórias, negociar sabedoria.

Cada grupo é forte por si só; encontre força na unidade. Quando um ambiente que prospera no respeito e na aprendizagem contínua é promovido, uma organização pode beneficiar enormemente da diversidade geracional. Isto, por sua vez, fortalece a sua essência, aumenta a produtividade e promove um espírito autenticamente inclusivo muito a ganhar apenas acolhendo diferentes gerações no espaço de trabalho e apreciando-as pelo que são.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Chiavenato, I. (2020). Administração nos novos tempos – os novos horizontes em administração. São Paulo: Atlas.

Covey, S. (1996). Liderança baseada em princípios. Rio de Janeiro: Campus.

Delapria, N. T. et al, (2015). A inserção da Geração Z no Mercado de Trabalho e o impacto causado nas organizações. Congresso Internacional de Administração. Set. de 2015, ISSN: 1983-6791 Paraná

Emmanuel, S.P.C. (2020). Geração Z: Quem são e como se comportam os jovens nascidos na era digital. São Paulo: Amazon

REVISTA TÓPICOS - ISSN: 2965-6672

REVISTA TÓPICOS

Flippin, C.S. (2017). Generation Z in the workplace: helping the newest generation in the workforce build successful working relationships and career paths. New York: Candace Steele

Freitas, S. (2019). Desafio empresarial: como as empresas podem reter o talento da geração Z. 2019. Disponível em: http://ric.cps.sp.gov.br/bitstream/123456789/3953/3/20192S_FREITASuelmde_OD0736.pdf. Acessado em 15 nov. 2023.

Mazzoni, M. (2022). Marketing para a geração Z: como vender e posicionar a sua marca para os jovens da era digital. São Paulo: Alpz Brasil

Montenegro, E.; Barros, J.P.D. (1997). Gestão estratégica: a arte de vencer desafios. São Paulo: Makron Books.

Santos, W. P. D.; Lisboa, W. T. Os “nativos digitais” brasileiros e suas práticas de consumo e de relacionamento com as empresas: perspectivas, tendências e oportunidades às relações públicas. Prisma.com (Portugal), n. 24, p. 139-161, 2013. Disponível em: <http://hdl.handle.net/20.500.11959/brapci/73144>. Acessado em: 21 nov. 2023.

Silva, L. S.; Diniz, E. S. (2021). Retenção de talentos: e sua importância na gestão de recursos humanos. Disponível em: https://iesfma.com.br/wpcontent/uploads/2022/02/RETENCAO_DE_TALENTOS_e_sua_importancia_na_gestao_de_recursos_humanos_SILVA_Lidia_de_Sousa.-_2021.pdf. Acessado em: 16 nov. 2023.

REVISTA TÓPICOS - ISSN: 2965-6672

REVISTA TÓPICOS

¹ Graduação em Administração de Empresas. Especialização em Gestão Estratégica de Negócios. Mestrando em Administração pela Must University. julioleitesilva82@gmail.com

REVISTA TÓPICOS - ISSN: 2965-6672