

GERAÇÃO Z: ANÁLISE DOS FATORES QUE OS MOTIVAM A PERMANECER EM UMA ORGANIZAÇÃO ¹

Gabriel Busanello ², Luana de Lima Usinger ³, Talita Pereira da ⁴, Verônica Paz de Oliveira ⁵

¹ Projeto de Pesquisa vinculado ao Programa de Bolsas Universitárias de Santa Catarina – UNIEDU desenvolvido na Faculdade Senac Concórdia/SC.

² Bolsista UNIEDU, estudante do Curso Superior de Tecnologia em Processos Gerenciais da Faculdade Senac Concórdia/SC.

³ Bolsista UNIEDU, estudante do Curso Superior de Tecnologia em Processos Gerenciais da Faculdade Senac Concórdia/SC.

⁴ Bolsista UNIEDU, estudante do Curso Superior de Tecnologia em Processos Gerenciais da Faculdade Senac Concórdia/SC.

⁵ Professora na Faculdade Senac Concórdia/SC. Doutora em Desenvolvimento Regional pela Unijuí.

INTRODUÇÃO

As organizações possuem em seu quadro funcional várias gerações, como a *Baby Boomers*, X, Y (*Millennials*), Z e *Alpha*. Lidar com essas gerações no ambiente de trabalho pode ser um desafio, pois cada uma possui valores, expectativas e estilos de trabalho diferentes (NEUMANN; MALLMANN, 2015; ALVES *et al.*, 2021).

Com relação aos valores, expectativas e estilos, verifica-se que a geração *Baby Boomers*, são os indivíduos nascidos entre 1945 e 1965, criados com grande ênfase na disciplina e voltados para a conquista de patrimônio, estabilidade financeira e profissional. A geração X, é composta por aqueles que nasceram entre o início dos anos de 1960 até o final de 1970, possuindo características de lealdade, dedicação e experiência no local de trabalho. Já a geração Y (*Millennials*), são os nascidos aproximadamente entre o início da década de 1980 e meados da década de 1990, valorizam o propósito e a realização pessoal em seu trabalho. Eles procuram por empregos que tenham significado e que contribuam para causas maiores (ZOMER; SANTOS; COSTA, 2018).

A geração Z, é composta por indivíduos que nasceram aproximadamente entre meados da década de 1990 e meados dos anos 2000 (ZOMER; SANTOS; COSTA, 2018), e eles, são chamados de “nativos digitais, pois são inovadores, criativos, abertos, conectados. Desejam criar culturas colaborativamente” (GENTE GLOBO, 2018). E por último, a Geração *Alpha*, são aqueles nascidos a partir do início dos anos 2010, “livres, versáteis, questionadores,

hiperconectados. Interação no mundo através da tecnologia desde o nascimento” (GENTE GLOBO, 2018), mas ainda não estão inseridos nas organizações, ou seja, no mercado de trabalho.

Diante dessa nova realidade, as organizações precisam estar preparadas para atender às necessidades e preferências de todas essas gerações para tornar o ambiente de trabalho mais harmonioso e produtivo (NEUMANN; MALLMANN, 2015). Nesse viés, o presente estudo tem como objetivo identificar os fatores que motivam a geração Z a permanecer em uma organização. Justifica-se a escolha dessa geração, pois esses jovens cresceram em um mundo digital e conectado, no qual a comunicação instantânea e o acesso fácil a informações moldaram sua maneira de interagir. Portanto, conhecer os fatores que os motivam, são elementos relevantes para as organizações atuais, principalmente para as empresas que contratam jovem aprendiz.

Importante destacar que o trabalho vincula-se aos Objetivos do Desenvolvimento Sustentável - ODS da ONU, através do Objetivo 8, que busca promover o crescimento econômico sustentado, inclusivo e sustentável, emprego pleno e produtivo e trabalho decente para todos.

METODOLOGIA

Para atender o objetivo desse estudo, primeiramente foi realizada a pesquisa teórica com o objetivo de conceituar as gerações *Baby Boomers*, *X*, *Y (Millennials)*, *Z* e *Alpha*. Em um segundo momento, foi aplicada a pesquisa *survey*. Com relação a caracterização da pesquisa, o estudo classifica-se como quantitativa, descritiva, e conforme os meios, é *survey*. A pesquisa *survey*, é utilizada quando o pesquisador busca a opinião dos sujeitos da pesquisa, que são considerados os elementos-chave do tema estudado (GIL, 2017).

Com relação a população pesquisada, este estudo caracteriza-se como amostra não-probabilística, pois foram definidos critérios *a priori* para escolha dos sujeitos. Os critérios definidos são: (i) os sujeitos da pesquisa devem estar trabalhando no momento da realização do estudo e (ii) ser da geração Z.

Após definido os critérios, a amostra selecionada foram os alunos dos cursos de Aprendizagem em Vendas e de Serviços Administrativos do Programa Jovem Aprendiz da

Faculdade Senac Concórdia em Santa Catarina. Com o universo de 83 alunos matriculados em 4 turmas no segundo semestre de 2022, foi obtido um retorno de 62 questionários respondidos.

O instrumento utilizado para a realização da pesquisa foi um questionário elaborado pelos pesquisadores, onde foi realizada a validação e pré-teste do instrumento com 10% da amostra.

O questionário foi elaborado no *Google* formulário com questões fechadas e de múltipla escolha, contemplando perguntas sobre os fatores que os motivam a permanecer trabalhando nas organizações. Os pesquisadores realizaram a aplicação do instrumento em novembro e dezembro de 2022. Foram garantidos o sigilo e o anonimato dos respondentes. Os dados foram analisados de forma descritiva e apresentados em tabelas através de porcentagem.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Nessa seção, é possível observar os resultados obtidos com a aplicação do questionário com relação aos fatores que motivam a geração Z a permanecer em uma organização. Quando questionados sobre a quanto tempo trabalham na empresa atual, é possível verificar na Tabela 1, que 45,2% responderam menos de 6 meses e 45,2% responderam de entre 6 e 12 meses. Esse resultado demonstra como essa geração não fica enraizada em um só lugar, troca frequentemente de emprego buscando um trabalho na qual o traga retornos financeiros e identificação com o ambiente.

Tabela 1 – Tempo de empresa no emprego atual

Menos de 6 meses	45,2%
Entre 6 meses e 12 meses	45,2%
Entre 13 meses e 18 meses	9,6%
Acima de 19 meses	0%

Fonte: Dados da pesquisa (2022).

Com relação ao tempo ideal para permanecer em um mesmo cargo/função e em uma mesma empresa, é possível verificar, conforme a Tabela 2, que 40,3% responderam entre 6 a 12 meses e 38,7% entre 13 a 18 meses, já na Tabela 3, 43,5% descreveram 2 anos. Diferente da geração X que é linear e longeva, a geração Z é mais imediata, não se prende no seu primeiro emprego, porém busca lugares onde seja melhor reconhecido.

Tabela 2 – Tempo ideal para permanecer no mesmo cargo/função

Perguntas	Resultados
Entre 6 meses à 12 meses	40,3%
Entre 13 à 18 meses	38,7%
Entre 19 meses à 24 meses	17,7%
Acima de 24 meses	3,3%

Fonte: Dados da pesquisa (2022).

Tabela 3 – Tempo ideal para permanecer mesma empresa

Perguntas	Resultados
1 ano	14,5%
2 anos	43,5%
Entre 3 anos à 4 anos	33,9%
Entre 4 anos à 10 anos	6,3%
Acima de 10 anos	1,8%

Fonte: Dados da pesquisa (2022).

Em se tratando de como gostariam de ser recompensado por seu bom desempenho, é possível verificar na Tabela 4 os resultados obtidos. Nota-se que fatores ligados ao aspecto financeiro apresentam mais espaço na pesquisa, já que essa geração busca um bom salário de imediato.

Tabela 4 – Como gostaria de ser recompensado por seu desempenho

Perguntas	Resultados
Incentivo Financeiro	51,6%
Promoção	43,5%
Benefícios	32,3%
Auxílio para cursar treinamentos e capacitações	29%
Flexibilidade em relação aos horários	22,6%
Folgas	17,7%
Prêmios	11,3%

Fonte: Dados da pesquisa (2022).

Já com relação aos fatores que levariam a pedir demissão da empresa, foi possível observar que, ao contrário da tabela 4, onde mostra que os entrevistados têm por preferência retorno monetário correspondente ao seu desempenho, na Tabela 5 os principais fatores para pedido de demissão se dão ao *fit* cultural da empresa, ou seja, se ela possibilita que o funcionário cresça e acima de tudo, seja correta e que tenha uma boa organização.

Tabela 5 – Quais os fatores que levariam você a pedir demissão

Perguntas	Resultados
Impossibilidade de crescimento na empresa	59,7%
Empresa antiética	54,8%
Clima organizacional ruim	46,8%

Liderança	43,5%
Baixa remuneração	41,9%

Fonte: Dados da pesquisa (2022).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

As gerações foram mudando conforme o passar dos anos. Com a pesquisa feita a partir da geração Z, foi possível analisar porque os mesmos tendem a permanecer pouco em um mesmo emprego. Nota-se que, para motivar a geração Z a permanecer em uma organização, é crucial ter uma empresa bem organizada, saudável e que acima de tudo, valoriza seus colaboradores, promovendo bonificações e retornos financeiros.

Palavras-chave: Gerações. Geração Z. Mercado de Trabalho. Motivação.

AGRADECIMENTOS

Agradecemos ao Programa de Bolsas Universitárias de Santa Catarina – UNIEDU.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALVES, Gidelaine Cristina *et al.* Estudo do contexto das gerações x, y e z no mercado de Trabalho. **GETEC**, v.10, n.31, p.21-37/2021. Disponível em: <file:///C:/Users/veronica.oliveira/Downloads/2509-Texto%20do%20Artigo-9088-1-10-20210725.pdf>. Acesso em: 15 abr. 2023.

GENTE GLOBO. **Prazer somos a geração alpha!** 2018. Disponível em: <https://gente.globo.com/wp-content/uploads/2018/06/Globosat-Gente-Geracao-Alpha.pdf>. Acesso em: 10 ago. 2023.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 6. ed. São Paulo, SP: Atlas, 2017.

NEUMANN, Luciane; MALLMANN, Lígia Margarete. A relação de gerações Baby Boomers, X, Y e Z em uma organização prestadora de serviços. **La Salle Estrela – Revista Digital**, v. 1. n. 3. p. 87-128 – jan-jul 2015. Disponível em: <https://www.unilasalle.edu.br/uploads/files/9cfbf209c278bc6dd10f0e4039b29e92.pdf>. Acesso em: 10 ago. 2023.

ZOMER, Luisa Bunn; SANTOS, Aline Regina; COSTA, Kelly Cristina de Oliveira. O Perfil de alunos do curso de administração: um estudo com base nas Gerações X, Y E Z. **Revista GUAL**, Florianópolis, v. 11, n. 2, p. 198-221, maio, 2018.