Think Work

FORWARD

A Geração invade as empresas

Por
Mariana Araújo

Estima-se que até 2030 cerca de um terço das posições de trabalho em todo o mundo deva ser ocupado pelos chamados Boomers, o maior efeito digital surgido a partir da segunda metade do século XXI – quando a internet, com seus sites e dinâmica própria, já estava há pelo menos meia década.

Estes hoje adolescentes e jovens adultos não apenas nasceram depois do Google e, em alguns casos, do Facebook, do YouTube e do smartphone, mas também no tempo da Primavera Árabe, do primeiro presidente negro na Casa Branca, Barack Obama, e são contemporâneos da ascensão do Twitter, Tinder e mídia em um período de forte agenda socioambiental, sobretudo quando diversas temem as mudanças climáticas e se preocupam com as finanças pessoais.

A Geração Z, como é conhecida, é "tradicalmente diferente" das outras, como clama a consultoria Deloitte após ouvir 8 mil pessoas de diversas faixas etárias. E agora começa a chegar as empresas. Mas o que isso significa?

Embora com pouca experiência profissional, já que nasceram em tempo com renda relativamente baixa para a de seus pais e avós e demanam mais ainda entrar no mercado de trabalho, esta turma possui grandes ambições. Um terço (33%) esperam um ambiente de trabalho com tecnologia moderna e 57% têm a expectativa de receber propaganda e/ou benefícios em relação ao dom de cabos de uma pesquisa global conduzida pelo Workforce Institute com 3,4 mil respondentes.

"A Geração Z frequentemente tem uma imagem idealizada do trabalho como algo voluntário e significativo, com gerentes dispostos a ouvir e implementar suas ideias. Flexibilidade no horário e boas relações com todos os colegas são também um ativo", diz Andy Schroth, professora sênior da Escola de Negócios Haas, da Universidade da Califórnia. Neste mesmo texto, Holly mostra a diferença entre o início profissional dos Zoomers e de outras gerações. Em 1981, 23% deste grupo tinha 18 a 17 anos devem entrar empregados, parcelas que chegam a 40% em 1970.

Nesse cenário, o tal chopp e a experiência e flexibilidade é real. Estudo da consultoria Workforce mostra que três em cada quatro jovens entre 18 e 24 anos (77%) estão em busca de um novo emprego, quase 10 pontos a mais que em outras gerações. Entre eles, 53% consideram que apresentam um grande desafio para encontrar o trabalho ideal – algo que deve piorar conforme a presença de Zoomers aumente no país, embora a tendência. O impacto para os negócios é certo. Estudos revelam que o custo da rotatividade de trabalhadores com salários mais baixos equivale a 20% da sua remuneração, e sobe junto com a hierarquia.

Propósito ou salário?

As, digamos, condições da Geração Z para permanecer em uma empresa são flexibilidade, respeito e reconhecimento, valor e propósito nas atividades. Para 77%, é importante que os valores da empresa coincidam com os seus, segundo a Deloitte. Vale lembrar que estamos falando de gente que nasceu nas redes sociais e formou opinião com base em outras, em princípios éticos, práticas e impacto social e ambiental das organizações. "O jovem precisa entender a razão daquilo que faz a finalidade", afirma Laura Marques Castelhano, professora da FGV e especialista em carreira.

Mas, porém, contudo, todavia... Se tiverem de escolher entre propósito e dinheiro, os Zoomers ficarão com o segundo. Por serem os mais pressupostos com as finanças e os últimos a acreditar que um dia conseguirão se aposentar ou comprar uma casa, em um mundo que envelhece e é cada vez mais tomado pelo gig work (emprego esporádico como de motorista de aplicativo), eles buscam salário e estabilidade.

Pragmáticos, vem o trabalho mais como forma de ganhar dinheiro que de construir uma carreira. Segundo dados do Workforce Institute, para quase metade (44%), sucesso profissional é algo bem impressa no holerite. E a maioria (53%) considera o salário a fator mais importante se se candidatar para o primeiro emprego de tempo integral.

A empresa que conseguir oferecer um propósito relevante e a equação ideal de remuneração justa pode se beneficiar muito nesse cenário. Pesquisa revela que 30% dos Z's relatam ao Workforce Institute querer trabalhar para uma das organizações Sílenciosas (1928 a 45) ou Boomers (1946 a 64). Mas precisam de equilíbrio de vida.

Saúde mental o ponto fraco

Diversos estudos chamam atenção para o fato de essa geração ser a que mais enfrenta problemas emocionais e psicológicos. Depressão e ansiedade são apontadas por mais de 75% dos jovens, mostrou um relatório da Pew Research Center ainda em 2019. E a pesquisa da Workforce revela que mais da metade já recebeu diagnóstico para doenças mentais.

Não a toa, a qualidade de vida – indicados saúde física, mental e emocional – foi apontada como o fator mais importante para 54% dos entrevistados da estudo Carreira dos Sonhos, da Companhia de Talentos, de 2023. Em seguida, com 14% das respostas, vem relacionamento familiar – tempo para parentes e até animais domésticos.

É uma mudança significativa, que trabalu uma redefinição do papel do trabalho. Na pesquisa de 2019, o sociepo profissional, hoje em quarto lugar com 15%, aparecia no topo da lista, com 69%, enquanto os mais 10% cabiam a saúde e qualidade de vida.

É uma mudança significativa, que trabalu uma redefinição do papel do trabalho. Na pesquisa de 2019, o sociepo profissional, hoje em quarto lugar com 15%, aparecia no topo da lista, com 69%, enquanto os mais 10% cabiam a saúde e qualidade de vida.

Não por acaso, os Zoomers querem ter uma vida plena, "equilibrada" sem ficar os seus 'eus', na qual o trabalho não é tudo, separando-se do ideal do "vício", da Danilca Galdino, diretora de Insights da Cia de Talentos.

Essa transformação foi acelerada pelos movimentos de 19, sobretudo pelos movimentos como Quiet Quitting, Bare Minimum e Anti-Hustle. Todos, de alguma forma, questionam a cultura de dedicação executiva ao trabalho, com jornadas diárias de mais de 12 horas, sem intervalos para afazeres pessoais. Para atrair e manter – os jovens, as organizações tendo de rever seu bojo cultural.

Seu bojo e sua gestão. Mais da metade (53%) dos que participaram da pesquisa Carreira dos Sonhos não se sentem inspirados, pela atual liderança corporativa, e acaqar posto semelhante no futuro. Além disso, segundo a mesma Kelly Schroth, 65% dos Zoomers veem o estresse como desafiador e 30% deles mudaram de ideia. Os negócios correm o risco de sofrer um apagão de talentos no futuro.

Diversidade

Geração mais propensa a ter indivíduos não-binários, que não se identificam, de acordo com a Deloitte, a Geração Z é de longe a mais afeta à sensibilidade tanto em termos de gênero e orientação, como de raça e outros. Para a profissional de RH, isso significa ter, no horizonte, mudanças em benefícios, nomenclatura de cargos e placas de identificação nos banheiros.

A Bayer é uma das empresas que comprendeu o peso de um ambiente diverso para esse grupo – e para os negócios. Em 2020, a empresa lançou o Merge, iniciativa que reúne, por seis meses, pessoas de diferentes graças para uma mentoria reversa. Em duplas, profissionais mais jovens e mais velhos debatem temas corporativos, trocam experiências e discutem inovação. Em quatro edições, o projeto recebeu 160 pessoas.

Tecnologia

Um estudo sobre mídias digitais da Deloitte mostra que quase metade da Geração Z convive mais com pessoas nas redes sociais que no mundo físico. No mercado de trabalho, não esperem nada menos do que encontrar essa digitalização. Se, de um lado, isso gera mais um desafio para os RHs de outro, pode ser uma oportunidade.

Para atrair a atenção dos jovens para seus treinamentos, por exemplo, a Ambev vem desenvolvendo treinamentos em formato de jogo, com pontuação e ranking de tempo, nível de dificuldade e recompensas. Em outra ponta, a Ambev vem desenvolvendo treinamentos em formato de jogo, com pontuação e ranking de tempo, nível de dificuldade e recompensas.

Um estudo sobre mídias digitais da Deloitte mostra que quase metade da Geração Z convive mais com pessoas nas redes sociais que no mundo físico. No mercado de trabalho, não esperem nada menos do que encontrar essa digitalização. Se, de um lado, isso gera mais um desafio para os RHs, de outro, pode ser uma oportunidade.

Para atrair a atenção dos jovens para seus treinamentos, por exemplo, a Ambev vem desenvolvendo treinamentos em formato de jogo, com pontuação e ranking de tempo, nível de dificuldade e recompensas. Em outra ponta, a Ambev vem desenvolvendo treinamentos em formato de jogo, com pontuação e ranking de tempo, nível de dificuldade e recompensas.

Gestão personalizada

Fruto de uma sociedade em crescente individualização, a Geração Z quer ser tratada de forma pessoal dentro da organização, e não como parte de uma engrenagem. Para isso, o RH deve ouvir e identificar o que é importante, compreendendo o que faz sentido para cada perfil de funcionário. "Esse modelo que usamos, de ser tudo igual para todo mundo, não funciona mais", diz Danilca Galdino, da Cia de Talentos. "E precisa estar perto e isso não tem nada a ver com mimar-los. Está ligado ao que o negócio tem de mais precioso."

A gestão personalizada pode significar mais trabalho para o RH – mas nada que as novas tecnologias não possam ajudar. E se falamos em nova tecnologia, ninguém melhor que um zoomer para pilotá-la. Para reciclar técnicas, ideias, saúde e resultados, a Geração Z é mais que bem-vinda. Cabe ao RH saber recebê-la, nem tê-la o crescer com ela.

Vamos juntos?

Para estar em linha com a Geração Z, as empresas terão de dar mais ouvidos para um "talento", aquele funcionário ainda como a cabeça e o coração nas mãos. Ainda hoje, é considerado um bom profissional quem começa cedo e fica até tarde, trabalha mesmo doente e que, em diversas empresas, não questiona as ordens do chefe. Os talentos recebem aumento, são promovidos e não repetidamente e cumprem as metas e objetivos do seu cargo, mas não necessariamente o perfil.

Nós, das gerações mais velhas, vivemos fantasiches dessa cultura corporativa que foi construída antes de nós, e não teremos força nem conhecimento para mudá-la. Quando os primeiros jovens começaram a questionar tal lógica, partimos do princípio de que eram imaturos, inexperientes. Ainda, vira a pandemia para mostrar que é possível trabalhar diferente, e viveram os indicadores de doenças mentais, cada vez piores. Algo parece bem errado.

Talvez essa prática de trabalhar duro, mas não abrir mão do tempo para a vida não seja, para as relações sociais (incluso as de trabalho) e para a saúde, o caminho mais sustentável. Talvez, embora seja uma mudança de metas, mas se mantém saudável. Quem é compreendido, mas não a perde ao se entregar o trabalho como a única esfera da vida.

Da Z's estão certos em advogar a ter diversidade e do meio ambiente. Não há quem discuta o valor da tecnologia para os negócios. Que deleitemos-nos gosar, então, rumo a essa nova cultura corporativa. Pode haver esperança para o futuro do trabalho, afinal.

Tatiana Sandes
Founder e Editor-chefe
Think Work
tatiana@thinkwork.com

Sobre:

A **Think Forward** é a newsletter semanal, no estilo Zeitgeist, do **Think Work**. A cada edição, uma reflexão aprofundada sobre temas relevantes para os negócios e o gestão de pessoas, ajudando a ler e navegar de forma simples por assuntos complexos. Para receber, você precisa ser um assinante do **Think Work Lab**.

Clique aqui