udemy business

RELATÓRIO DA PESQUISA DA UDEMY

A geração Z no ambiente de trabalho:

Dando as boas-vindas à próxima geração

A geração “mais” na história chegou ao trabalho

Embora cada indivíduo seja único, as gerações como um todo costumam exibir algumas características comuns em comportamentos, atitudes e percepções. Isso é ainda mais válido quando se trata de trabalho. Moldada por fatores sociais e econômicos comuns, a evolução da tecnologia e normas dinâmicas, cada geração traz uma combinação única de fatores para como elas se encaixam na sociedade e no ambiente de trabalho.

Embora seja excepcional de diversas maneiras, a geração Z não é uma exceção a essa regra. Nascidas entre 1997 e o começo dos anos 2010, as pessoas que compõem a geração Z corresponderão a um terço da população global até 2025. Essa é a geração mais jovem no ambiente de trabalho, já que os membros mais velhos estão na casa dos vinte anos, e os mais jovens ainda estão no ensino médio. A geração Z é “a geração ‘mais’ na história”: a mais confortável com tecnologia, a mais racial e etnicamente diversa, a mais educada e até mesmo a mais globalmente consciente, por terem crescido com acesso irrestrito à internet.

Reconhecer o que os membros dessa geração querem, precisam e esperam do trabalho é essencial para os negócios. Por isso, é importante entender quais possíveis pontos fortes e lacunas de habilidades podem existir nesse grupo, sem esquecer que cada indivíduo representa uma constelação única de fatores, opiniões e tendências. Com até 10 mil Baby Boomers se aposentando todos os dias, a geração Z vai, eventualmente, compor o maior grupo na força de trabalho. É previsto que a geração Z representará 27% da força de trabalho global até 2025 e se tornará a maior geração na força de trabalho até 2035. Conforme mais boomers se despedem, a escassez de mão de obra que surgiu durante a pandemia será ainda mais desastrosa.

Entender como atrair, motivar e reter funcionários da geração Z é uma parte cada vez mais essencial da estratégia de negócios e fundamental para manter a vitalidade e o crescimento organizacional.

Um aspecto importante desse esforço será a criação de oportunidades significativas e eficazes de aprendizado e qualificação para funcionários da geração Z. O sucesso futuro das organizações dependerá de ajudá-los a desenvolver as habilidades de que precisam hoje e amanhã para crescer na carreira. Líderes organizacionais, de aprendizado e de pessoas precisarão entender como essa geração aprende melhor para poder motivá-los no processo de qualificação contínua. Na velocidade com que as tecnologias e os sistemas empresariais estão crescendo, as empresas que saírem na frente serão aquelas cujos funcionários da geração Z escolhem se qualificar na mesma velocidade da mudança.

O que nos leva a estas perguntas essenciais:

- O que os funcionários mais jovens buscam em seu trabalho e de seus empregadores?
- Eles se sentem prontos para a força de trabalho e quais habilidades eles acham que precisarão para estarem prontos?
- Por fim, o que os motiva a aprender as habilidades necessárias para se preparar para o trabalho, e como eles percebem a função da IA generativa (IA Gen) como um componente de suas experiências de aprendizado?

Para os fins da pesquisa da Udemy, definimos as gerações de acordo com as seguintes faixas etárias:

Geração Z

(12 a 27)*

Nascidos entre 1997 e 2012

Millennials

(28 a 43)

Nascidos entre 1981 e 1996

Geração X

(44 a 59)

Nascidos entre 1965 e 1980

Boomers

(60 a 78)**

Nascidos entre 1946 e 1964

** Os integrantes mais jovens da geração Z menores de idade foram excluídos das respostas da pesquisa.*
*** Devido ao tamanho da amostra, os boomers foram removidos das análises entre gerações, mas incluídos nos dados agregados.*

Neste relatório, descrevemos as descobertas em relação às percepções da geração Z sobre o que importa no trabalho, se eles se sentem preparados para o ambiente de trabalho e o que pensam do aprendizado, principalmente com ajuda das tecnologias de IA Gen.

Entender melhor os integrantes da geração Z e como eles enxergam esses temas essenciais pode ajudar as organizações a atender melhor às expectativas e necessidades dos trabalhadores mais jovens. Isso será cada vez mais importante, conforme mais membros dessa geração ingressam na força de trabalho e avançam no arco de suas carreiras. Também há um valor a ser obtido em usar esse conhecimento para considerar como as várias gerações no ambiente de trabalho hoje em dia estão interagindo, incluindo como suas atitudes, percepções, estilos de comunicação e motivações estão alinhados ou são diferentes.

A imagem da geração Z que surge ao longo dos resultados da pesquisa é complexa. Nossos dados mostram que há detalhes significativos nas perspectivas dessa geração, muitas vezes em um forte contraste às percepções estereotipadas da geração Z.

Os líderes organizacionais, líderes de aprendizado e desenvolvimento, líderes de recursos humanos e gerentes de pessoas podem se beneficiar de um entendimento melhor desses detalhes para integrar esse grupo no ambiente de trabalho com mais eficiência. Os funcionários das gerações anteriores podem se beneficiar em saber mais sobre como a geração Z pensa de temas importantes, e os próprios indivíduos da geração Z podem ponderar onde se encontram em relação aos seus pares. Conforme o pool de talentos muda cada vez mais para essa geração mais jovem de funcionários, compreender suas prioridades para o trabalho, o que eles mais valorizam e como atraí-los e reter suas habilidades será essencial para os negócios.

Os insights deste relatório são derivados de uma pesquisa quantitativa que a Udemy realizou de 1º de abril a 7 de maio de 2024 em 10 países: Austrália, Brasil, China, Alemanha, Índia, Japão, México, Coreia do Sul, Reino Unido e Estados Unidos. Para informar este relatório, coletamos resultados de 6.677 alunos globais multigeracionais, obtidos em painéis e entre usuários da Udemy.

Temas que você verá no relatório:

1. Conheça a geração Z: a próxima grande novidade no trabalho
2. A preparação para o trabalho da geração Z e as habilidades que eles acham necessárias
3. Buscando o aprendizado com a geração Z
4. O que a geração Z acha da IA Gen e o aprendizado

Conheça a geração Z: a próxima grande novidade no trabalho

O que está por trás do que mais importa para a geração Z

Muita atenção tem sido dada a suposições e generalizações sobre a geração Z, e a maioria delas é negativa. Os dados da nossa pesquisa descobriram evidência significativa para questionar essas suposições e muitos detalhes sobre o que a geração Z pensa do trabalho e do aprendizado.

Essa geração foi moldada por uma pandemia global durante seus anos formativos, a guerra ao terror, um entendimento da ampla injustiça social e o crescente fato aparente de que o clima global está em perigo. Em muitas culturas, eles também estão repensando identidade e rótulos tradicionais, muitas vezes abraçando gênero e sexualidade não binários. Muitos indivíduos da geração Z também estão enfrentando desafios de saúde mental, com apenas metade deles classificando sua saúde mental como boa ou extremamente boa. Geralmente, eles são vistos como expansivos e determinados, além de esperar que os empregadores e as organizações se posicionem em relação a questões que consideram importantes. Os riscos são altos. Em uma pesquisa recente da Oliver Wyman, mais de 20% afirmaram que deixariam um emprego se o empregador não se envolvesse com problemas sociais.

Existem muitas generalizações circulando sobre esse jovem grupo de trabalhadores. Muitas delas vêm de seu relacionamento com a tecnologia, tal como a crença de que eles preferem comunicação digital, em vez de interações presenciais. Supõe-se que eles tenham uma capacidade reduzida de atenção, como resultado de muitas horas navegando no TikTok, além de ausência de habilidades interpessoais, já que interagem principalmente por meio de telas e passaram seus anos sociais formativos no isolamento imposto pela pandemia.

O que os indivíduos da geração Z valorizam no trabalho e como eles expressam seus valores por meio do trabalho

A geração Z deixa claro seus valores e desejos, e pode-se dizer que uma maneira de expressar isso é por meio de seu relacionamento com o trabalho. Os funcionários da geração Z estão procurando por um local de trabalho que reflita seus valores e estão dispostos a tomar decisões profissionais com base no princípio. Um estudo da Deloitte descobriu que a grande maioria da geração Z, 86%, diz que ter um senso de propósito é razoavelmente ou muito importante para a satisfação geral no trabalho e bem-estar, enquanto quase metade, 44%, recusaram um empregador com base em suas éticas ou crenças pessoais. A geração Z também fica confortável em expressar seus desejos e manifestar-se sobre problemas importantes para eles no ambiente de trabalho. O mesmo estudo da Deloitte descobriu que 6 a cada 10 funcionários da geração Z acreditam que terão o poder para impulsionar a mudança em suas organizações. Eles têm duas vezes mais probabilidade de pedir um aumento ou uma promoção quando comparados com seus colegas de outras gerações. Ao contrário de seus colegas mais velhos, dois terços deles enxergam o ambiente de trabalho como um lugar ideal para conversas sobre problemas sociais como direitos civis, justiça racial e equalidade de gênero, de acordo com a PwC.

Como costuma ser o caso quando novas gerações introduzem novas maneiras de pensar e agir, os estereótipos sobre a geração Z são abundantes.

Considere o conceito de que a geração Z é preguiçosa, ampliado pela divulgação generalizada sobre um fenômeno no ambiente de trabalho como a "demissão silenciosa".

6 a cada 10

funcionários da geração Z

acreditam que têm o poder para impulsionar a mudança em suas organizações

Os dados da nossa pesquisa confirmam o fato de que as gerações anteriores estão se apegando a alguns estereótipos comuns sobre a geração Z. Quando perguntados sobre outras gerações, millennials e a geração X escolheram diversos termos positivos para descrever a geração Z, incluindo antenado à tecnologia, mente aberta, inovador e ambicioso, mas intercalado com descrições negativas que incluem preguiçoso, arrogante e teimoso, com desafios de resiliência e colaboração.

Em vez de preguiça, tendências como "demissão silenciosa" são mais provavelmente uma representação da falta de engajamento com o trabalho e um sintoma de burnout. De acordo com a Gallup, uma causa comum para esses fatores é que os trabalhadores, especialmente os mais jovens, sentem que seus empregadores não se importam com eles e que eles não têm as oportunidades adequadas para desenvolver suas carreiras. Os líderes que conseguirem demonstrar aos funcionários da geração Z que se importam com o que essa geração de trabalhadores prioriza provavelmente poderão motivar e reter os talentos.

Quando perguntamos aos integrantes da geração Z que participaram da pesquisa o que eles mais valorizam no ambiente de trabalho, eles identificaram flexibilidade e equilíbrio entre trabalho e vida pessoal, e comunicação clara e transparência (ambos a 42%) como os mais importantes de seus gerentes diretos. Esses fatores foram seguidos de perto por apoio ao desenvolvimento profissional e oportunidades significativas de avanço na carreira (40%). Quando perguntados sobre quais ações ou políticas da liderança sênior mais importam, as principais respostas foram parecidas: investimento em desenvolvimento profissional (49%) e políticas de equilíbrio entre vida e trabalho (42%). Essas descobertas corroboram a ideia frequente de que a geração Z trabalha para viver, em vez de viver para trabalhar.

1 Flexibilidade
2 Equilíbrio entre vida pessoal e profissional
3 Comunicação clara
4 Transparência

O que os integrantes da geração Z que participaram da pesquisa mais valorizam no ambiente de trabalho.

Ao mesmo tempo, o sólido interesse que eles expressam no desenvolvimento profissional e no avanço de carreira sugerem que eles se dedicam ao aprendizado para avançar na carreira, colocando em xeque o estereótipo de que a geração Z é preguiçosa.

Vale ressaltar o que os participantes da geração Z menos valorizam de seus gerentes diretos, ao contrário de algumas generalizações comuns sobre essa geração. Autonomia no trabalho e tomada de decisão está no fim da lista (29%), e significativamente menos importante para a geração Z do que para millennials (39%) ou a geração X (44%). Essa descoberta sugere que funcionários da geração Z estão procurando orientação prática no trabalho e líderes que podem ajudar a definir um caminho claro para desenvolver suas carreiras. A geração Z menos valoriza o reconhecimento de suas conquistas e colaborações no trabalho, em comparação com todos os outros fatores (27%).

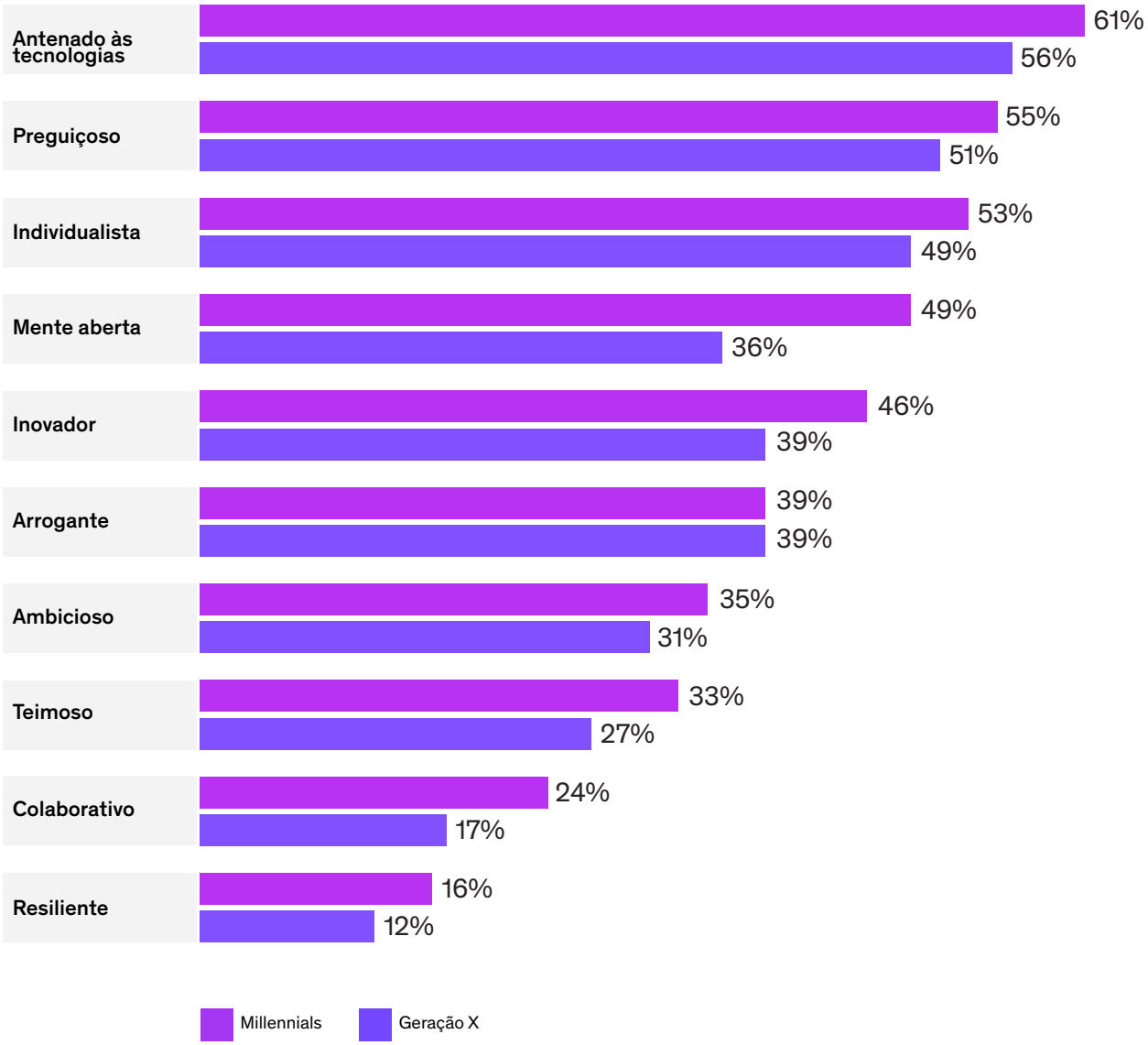
> A geração Z é um público ávido que está pronto para aprender, e é responsabilidade das equipes de liderança e A&D aproveitar ao máximo essa atenção.

Nosso estudo também descobriu que o que a geração Z quer aprender é mais influenciada pela liderança sênior, pelas equipes de aprendizado e desenvolvimento e seus gerentes diretos, em vez de seus pares. O aprendizado deles é mais influenciado por esses grupos do que para millennials ou a geração X que entrevistamos. De diversas maneiras, esses dados demonstram o nível de engajamento e dedicação da geração Z à organização onde trabalham, principalmente quando se trata de aprendizado. Em outras palavras, a geração Z é um público ávido que está pronto para aprender, e é responsabilidade das equipes de liderança e A&D aproveitar ao máximo essa atenção.

Como gerações mais velhas enxergam a geração Z

PERGUNTA DA PESQUISA

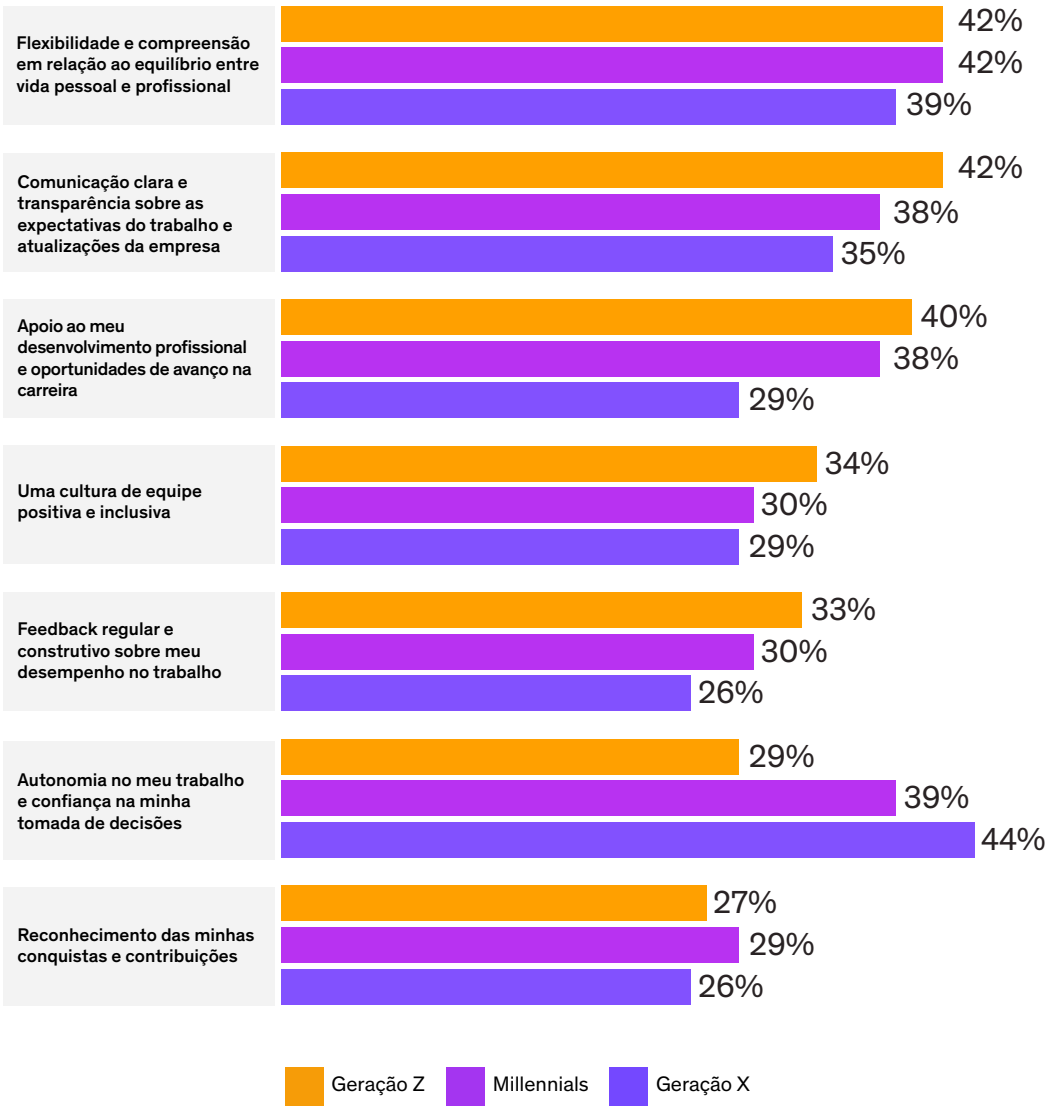
Selecione quais delas você associa a cada geração. Uma expressão pode ser associada a várias gerações ou nenhuma. [Este gráfico representa como a geração X e os millennials responderam em relação à geração Z; os termos escolhidos podem ser aplicados a qualquer geração.]



O que cada geração mais valoriza em seu gerente direto

PERGUNTA DA PESQUISA

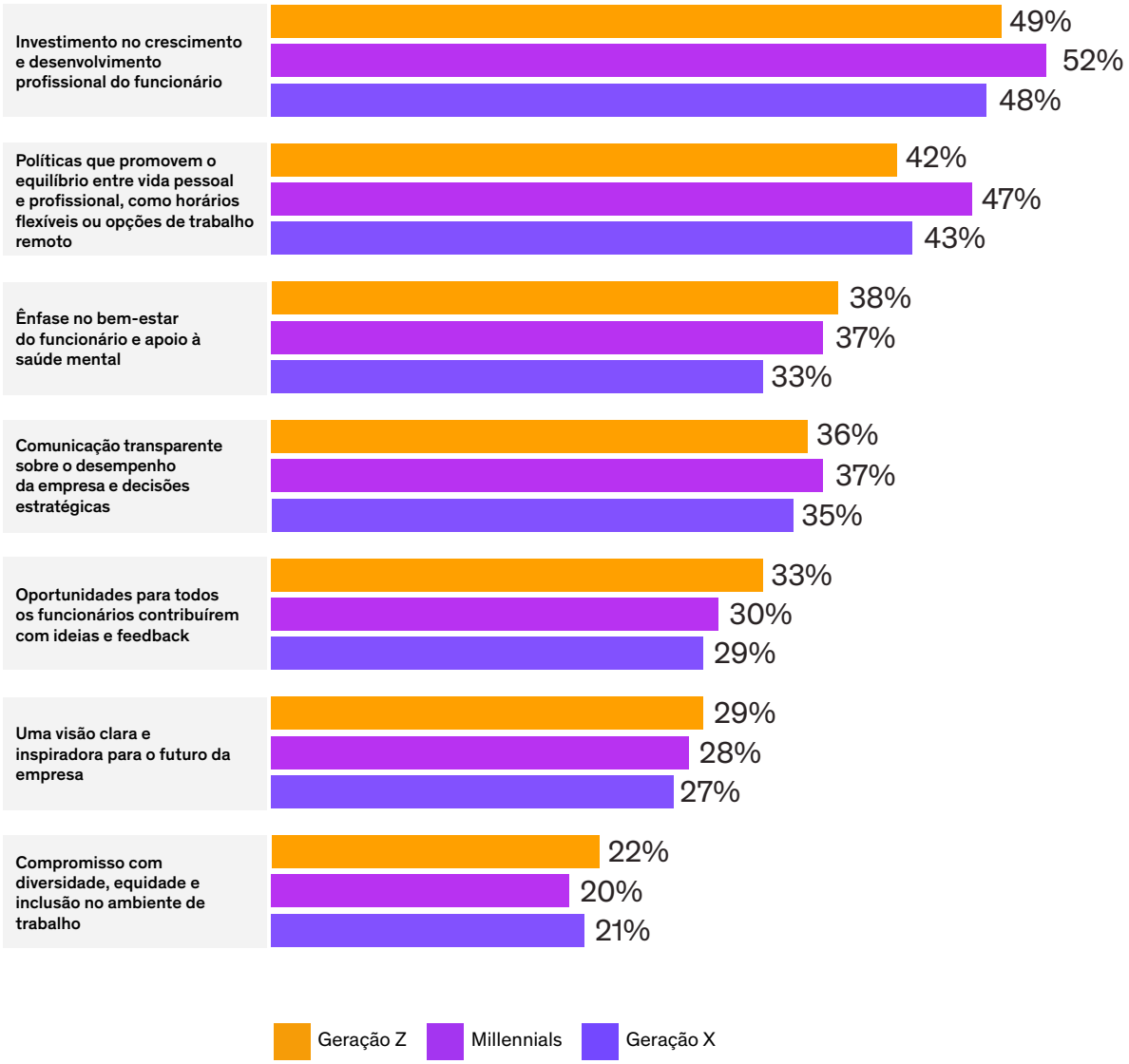
Quais das seguintes opções você mais valoriza no seu gerente direto? Selecione até três opções.



O que cada geração mais valoriza na liderança sênior

PERGUNTA DA PESQUISA

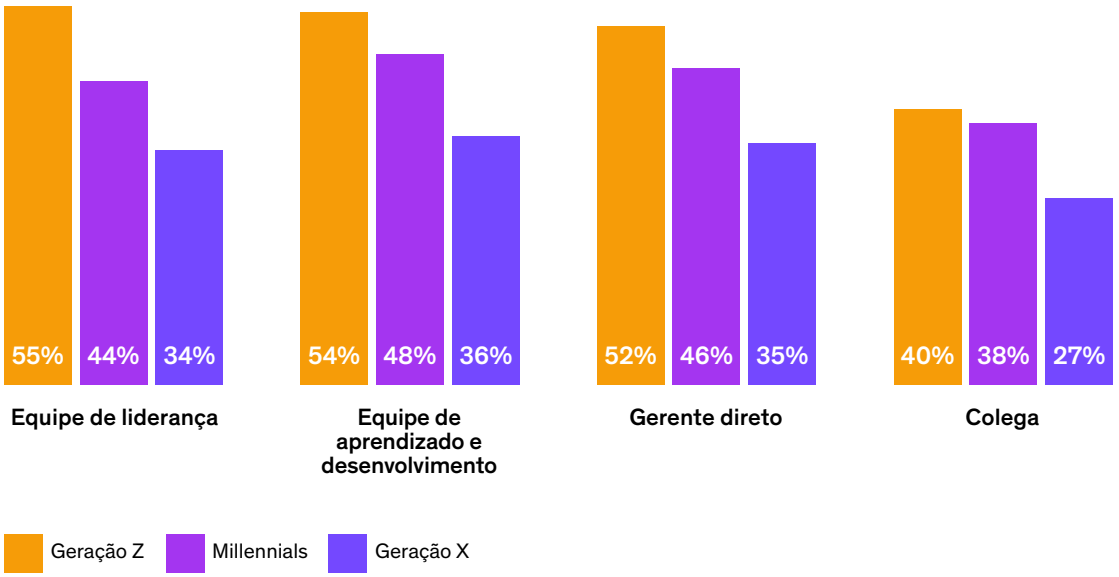
Quais ações ou políticas da liderança sênior (ex.: executivos, líderes da empresa) fariam você se sentir mais valorizado e motivado? Selecione até três opções.



Principais influências no aprendizado no ambiente de trabalho entre diferentes gerações

PERGUNTA DA PESQUISA

Quem influencia o que você vai aprender para o trabalho?



A preparação para o trabalho da geração Z e as habilidades que eles acham necessárias

A geração Z se sente apenas parcialmente pronta para o trabalho, mas tem uma ideia clara das habilidades que precisa

Sabemos que a geração Z é dedicada a alinhar o trabalho, e as organizações para quem trabalham, com seus valores. Os funcionários da geração Z podem reconhecer que o alinhamento é uma mão de via dupla, e esse pode ser o único motivo pela qual eles estão atentos e são influenciados pelo direcionamento de aprendizado que recebem da liderança. Outra parte do motivo para isso pode estar relacionada a como a geração Z se sente preparada para o trabalho. Todos sentimos a necessidade de nos concentrar intensamente nos sinais que recebemos no ambiente de trabalho sobre como estamos nos saindo, a direção da empresa onde trabalhamos e no que devemos focar quando nossa posição parece incerta.

Quase todos os participantes da geração Z (93%) sentem pelo menos algum nível de preparo para as demandas da força de trabalho nos próximos três anos. Ao mesmo tempo, apenas cerca de um terço (34%) se sente muito ou extremamente preparado. Isso não é muito surpreendente, considerando que essa geração vivenciou diversos eventos significativamente disruptivos, incluindo uma pandemia que, para a maioria, afetou suas vidas escolares e/ou profissionais em momentos importantes do desenvolvimento.

Isso suscita a dúvida: o que a geração Z acha que precisará para estar melhor preparada para o trabalho do que está agora? Quando solicitados a escolher as principais habilidades necessárias para o trabalho, os participantes da geração Z escolheram habilidades que reforçam a importância das capacidades técnicas: habilidades de programação e IA. No entanto, a terceira habilidade na lista é comunicação, seguida por duas outras habilidades gerais essenciais no ambiente de trabalho: pensamento crítico/solução de problemas e criatividade/inovação. Essa lista das cinco principais habilidades da geração Z demonstra um entendimento claro e equilibrado do amplo conjunto de habilidades que todos os trabalhadores precisarão para ter sucesso e crescer em suas carreiras.

93%

da geração Z

sente pelo menos algum nível de preparo para as demandas da força de trabalho nos próximos três anos

Mas apenas

35%

da geração Z

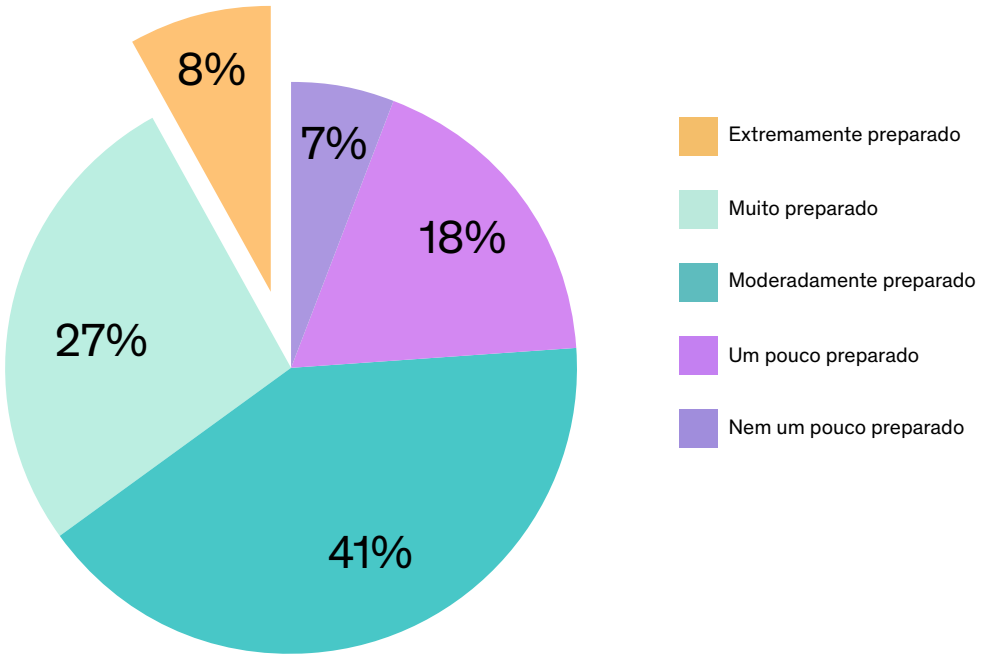
se sente muito ou extremamente preparada*

**A soma do número de participantes "muito preparados" e "extremamente preparados" foi arredondada para o próximo número inteiro e, depois, agregada.*

Quanto a geração Z se sente preparada para os próximos três anos de trabalho*

PERGUNTA DA PESQUISA

Você se sente preparado para as demandas da força de trabalho dos próximos três anos?



**Todas as porcentagens foram arredondadas para o número inteiro mais próximo, então a soma de todas as respostas está ligeiramente acima de 100%.*

As cinco habilidades essenciais na força de trabalho para a geração Z nos próximos três anos

PERGUNTA DA PESQUISA

Quais são as principais habilidades que você acredita que serão essenciais para uma carreira bem-sucedida na força de trabalho nos próximos três anos? Selecione até cinco opções.

Programação
36%

Inteligência artificial
30%

Comunicação
30%

Pensamento crítico/ solução de problemas
26%

Criatividade/inovação
22%

Um foco inesperado em habilidades gerais e comunicação presencial

Os participantes da geração Z identificaram habilidades gerais como essenciais para o sucesso profissional, com 84% dos participantes considerando essas habilidades como muito ou extremamente importantes. Os motivos para isso estão abertos a interpretação. Será por que a geração Z acredita que precisa desenvolver suas habilidades gerais devido a déficits geracionais específicos? Ou por que eles entendem o valor total das habilidades gerais ao lado de habilidades técnicas e comerciais no ambiente de trabalho? Seja como for, não há dúvidas de que os trabalhadores mais jovens reconhecem a importância decisiva em desenvolver habilidades como comunicação, liderança e colaboração.

Talvez ainda mais notáveis sejam nossas descobertas sobre as preferências de comunicação da geração Z em ambientes profissionais. As reuniões presenciais são o método de comunicação preferido para quase três a cada cinco (58%) participantes da geração Z, mais do que para millennials (52%) ou a geração X (57%). O segundo método preferido da geração Z para a comunicação no ambiente de trabalho é a videoconferência (56%). Essas descobertas são notáveis, considerando a percepção comum de que a geração Z só gosta de se comunicar por mensagem de texto e evitam a comunicação presencial para evitar possíveis conflitos, a necessidade de atentar-se às expressões faciais ou a necessidade de improvisar respostas de maneira imediata. Ao mesmo tempo, eles ficam atrás de millennials (64%) e da geração X (63%) significativamente ao preferir videoconferência para a comunicação no ambiente de trabalho. Dentre todas as gerações pesquisadas, ligações telefônicas é o método menos preferido.

Qual é a importância de habilidades gerais para o sucesso profissional?

84%

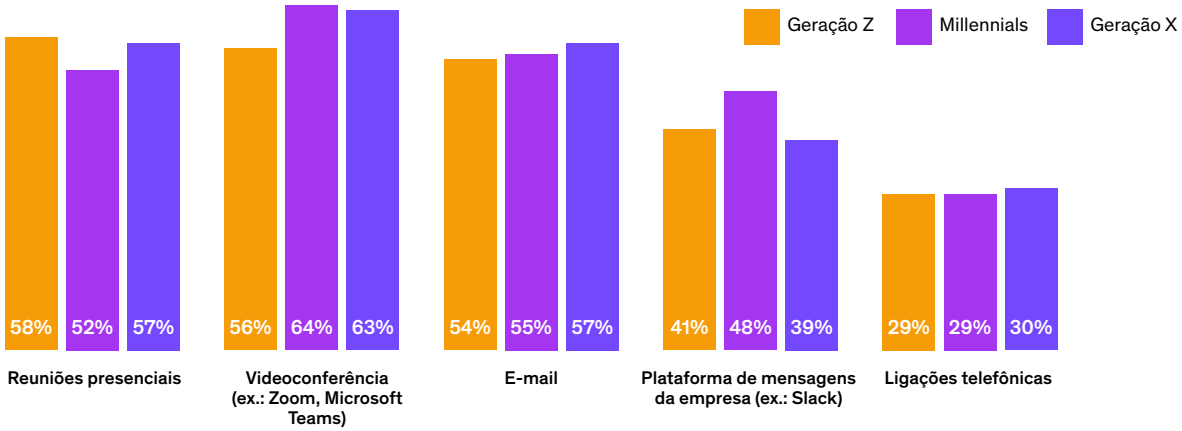
da geração Z

consideram habilidades gerais extremamente ou muito importantes

Preferências de comunicação profissional entre gerações

PERGUNTA DA PESQUISA

Como você prefere se comunicar em um ambiente profissional? Selecione todas as opções aplicáveis.



A comunicação no ambiente de trabalho acende um alerta vermelho

Considerando que se presta muita atenção ao estilo de comunicação da geração Z e onde ele pode ter falhas, não é surpresa que os funcionários da geração Z se sentem incompreendidos no trabalho devido a falhas de comunicação. Nossas descobertas mostram que a comunicação no trabalho é uma grande preocupação para todas as gerações, incluindo a Z. Dois terços dos participantes de todas as gerações, 66%, se sentiram incompreendidos em algum momento devido a estilos diferentes de comunicação no trabalho. Embora o estilo de comunicação seja diferente para cada pessoa, os estilos diferentes são muitas vezes descritos como geracionais. Um motivo para o atrito que muitos sentem pode estar relacionado em parte com uma falta de entendimento claro multigeracional das preferências de comunicação.

Os participantes da geração Z pareceram decididos em relação ao que pode melhorar esses mal-entendidos comuns. Entre os fatores que a geração Z acredita que mais contribuem para uma comunicação eficaz, os três principais são:

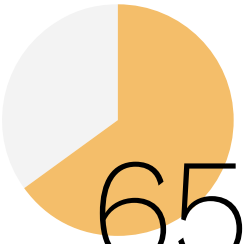
- Aceitação de feedback e disposição para ajustar o estilo (59%)
- Reconhecimento e respeito por diferentes preferências de comunicação (56%)
- Orientação clara sobre práticas de comunicação nas organizações (51%)

A aparente disposição da geração Z para iniciar o difícil trabalho de ajustar o estilo de comunicação com base no feedback de outros é surpreendente, assim como seu respeito pelas diferenças de opinião sobre a melhor maneira de fazer isso. Existe um ponto interessante a ser considerado em relação a essa disposição de adaptar o estilo de comunicação para melhor seguir as práticas organizacionais. Embora a geração Z muitas vezes seja retratada como comunicadores francos e rigorosos quando se trata de seus próprios interesses profissionais e pessoais, esse dado mostra o outro lado da moeda: sua disposição em chegar a um meio-termo na comunicação. Como em alguns outros casos que surgiram neste relatório, parece que a geração Z está aberta a receber orientação sobre o melhor caminho a se seguir. Os millennials

Mal-entendidos devido a estilos de comunicação entre diferentes gerações.

PERGUNTA DA PESQUISA

Com que frequência você sente que não é compreendido devido a diferentes estilos de comunicação no trabalho?



65%

da geração Z

se sentiram **incompreendidos** em algum momento

66%

de todas as gerações

se sentiram **incompreendidos** em algum momento

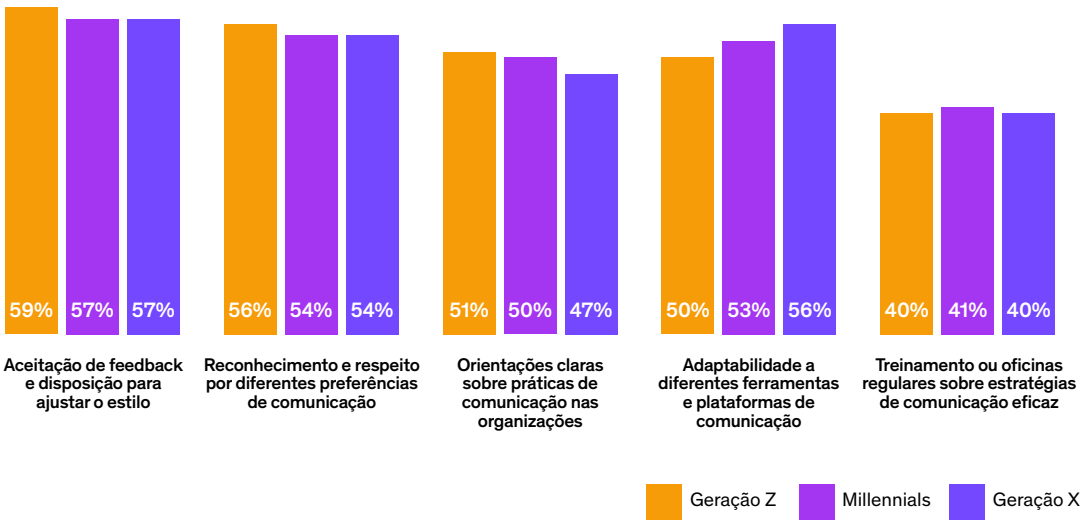
e a geração X concordam em grande parte sobre como tornar as comunicações mais eficazes. A única exceção é que as gerações mais velhas acreditam ser importante priorizar a adaptabilidade a diferentes ferramentas de comunicações e plataformas, mais do que a geração Z.

Essas descobertas ressaltam um fator importante para líderes. Eles devem continuar se concentrando em melhorar a comunicação no ambiente de trabalho, estabelecendo melhores normas organizacionais para comunicação, independentemente da geração. Também existe uma oportunidade para líderes de aprendizado e organizacionais aproveitarem essa disposição para melhorar as habilidades no ambiente de trabalho e a importância percebida das habilidades gerais, certamente entre funcionários da geração Z, mas também em outras gerações. Uma disposição para adaptar sua abordagem e aceitar feedback sobre como melhorar nessas áreas sugere que os funcionários estão dispostos a se requalificar em áreas importantes que fomentam uma melhor comunicação, colaboração e, em última instância, a cultura no ambiente de trabalho.

Como se comunicar com eficiência com as diferentes gerações

PERGUNTA DA PESQUISA

Quais dos seguintes você acredita que contribui mais para uma comunicação eficaz? Selecione todas as opções aplicáveis.



Buscando o aprendizado com a geração Z

Motivações para o aprendizado, preferências e onde o feedback impulsiona resultados de aprendizado

Detalhes das motivações de aprendizado por geração

A geração Z é composta por alunos. Quase todos os participantes da geração Z (94%) dedicam pelo menos uma hora por semana ao aprendizado, e metade (50%) passa cinco horas ou mais por semana estudando (os estudantes em tempo integral foram removidos da amostra). Relembrando que uma das coisas que os funcionários da geração Z mais valorizam de seus gerentes e líderes seniores é o desenvolvimento profissional, nossas descobertas mostram que eles entendem que o aprendizado pode levar a resultados significativos naquilo que eles buscam alcançar. Existe uma combinação interessante de motivações pessoais e profissionais impulsionando o aprendizado deles, o que nos diz que eles enxergam o poder e o valor do aprendizado nas diferentes áreas de suas vidas.

Quando se trata dos principais motivos para o aprendizado, todas as três gerações (geração Z, millennials e geração X) informam motivações parecidas com distribuições diferentes. Três dessas cinco principais motivações estão intrinsecamente ligadas, com foco nos benefícios pessoais do aprendizado, enquanto as outras duas indicam um desejo pragmático de desenvolver habilidades profissionais para manter a competitividade e aumentar o potencial de ganhos.

Para as três gerações, as cinco principais motivações são:

1. Alcançar crescimento pessoal e autoaprimoramento
2. Aumentar o potencial de ganho
3. Interesse pessoal no assunto
4. Prazer em aprender algo novo
5. Manter a competitividade no emprego ou setor

Dentre os cinco principais fatores, uma porcentagem menor de participantes da geração Z são motivados por esses fatores do que os millennials ou a geração X. A única exceção é estudar para aumentar seu potencial de ganho, em que a geração Z está sete pontos percentuais acima de seus colegas da geração X (61% da geração Z x 54% da geração X). Isso ilustra o foco pragmático da geração Z no impacto potencial do aprendizado em seus salários. Embora o potencial de ganho seja importante para os participantes da geração Z, essa ainda é a segunda motivação. **Eles são mais motivados pelo crescimento pessoal e o autoaprimoramento (65%).**

Quando consideramos as motivações de aprendizado menos comuns, a situação se inverte. Uma porcentagem maior da geração Z é motivada por elas do que as outras gerações. Essas motivações incluem o aprendizado:

- Como requisito para um avanço ou uma certificação profissional
- Para fazer um impacto positivo na minha comunidade ou sociedade
- Para atender a um sentimento de dever ou responsabilidade para com minha família ou comunidade
- Como reconhecimento social ou status associado a qualificações adicionais

Embora essas motivações sejam menos comuns, uma alta porcentagem dos participantes da geração Z as consideram importantes. Isso está alinhado à reputação da geração Z de focar nos impactos de suas ações na comunidade e sociedade. Essas tendências estão alinhadas a um pragmatismo profissional significativo, como aprendizado para adquirir uma certificação ou avanço profissional e buscar o reconhecimento social ou status associado às qualificações adicionais.

Para as três gerações, as cinco principais motivações são:

1. Alcançar **crescimento pessoal** e autoaprimoramento
2. **Aumentar** o potencial de ganho
3. **Interesse pessoal** no assunto
4. Prazer em **aprender algo novo**
5. **Manter a competitividade** no emprego ou setor

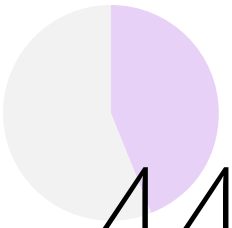
Assim como a geração Z valoriza o feedback da liderança sênior, eles também querem um feedback que os motive a estudar. Três quartos (77%) afirmam que isso aumenta sua motivação para estudar, mais do que os millennials (74%) ou a geração X (72%).

Os métodos de aprendizado mais utilizados pela geração Z

Como a chamada "geração TikTok", muitas vezes considera-se que a geração Z não tem foco para manter o aprendizado. Perguntamos aos participantes com quais formas de aprendizado eles geralmente interagem e, dentre essas, quais são seus métodos de aprendizado preferidos.

Talvez de maneira surpreendente, considerando essas percepções, a geração Z afirmou que seu método preferido de aprendizado é por meio de cursos totalmente online (44%). Este método aparece acima de qualquer outro método de entrega de aprendizado. O segundo método preferido (embora a uma porcentagem muito menor) é trabalhar em projetos reais (12%), seguido por aulas ou oficinas presenciais (9%). **Essas preferências por métodos de aprendizado contínuos, situacionais e presenciais contradiz muitos dos estereótipos sobre a geração Z, que muitas vezes sugerem que seus métodos preferidos para absorver informação é por meio de redes sociais, principalmente em snippets curtos de vídeo.**

Na nossa pesquisa, a geração Z na verdade informa uma preferência menor por aprendizado em tutoriais online de curta duração (6%) do que os millennials (7%) ou a geração X (8%), e embora apenas 5% dos participantes da geração Z afirmem que preferem estudar por meio de plataformas de redes sociais com especialistas ou influenciadores, essa é uma porcentagem maior do que de millennials (4%) ou geração X (3%). Pode haver uma oportunidade para incentivar o aprendizado por meio desses métodos menos utilizados, mas parece que essa abordagem não foi testada em muitas organizações.



44%

da geração Z

prefere estudar em **cursos totalmente online**

12%

da geração Z

prefere estudar **trabalhando em projetos reais**

9%

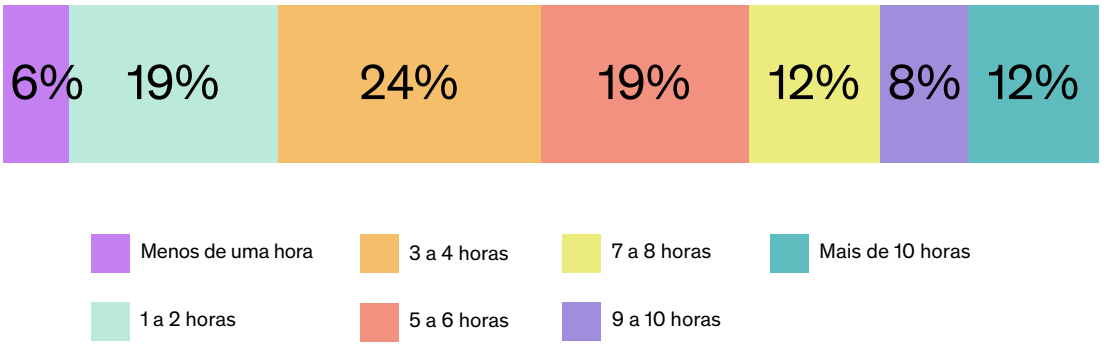
da geração Z

prefere estudar em **aulas ou oficinas presenciais**

Horas de estudo por semana para a geração Z

PERGUNTA DA PESQUISA

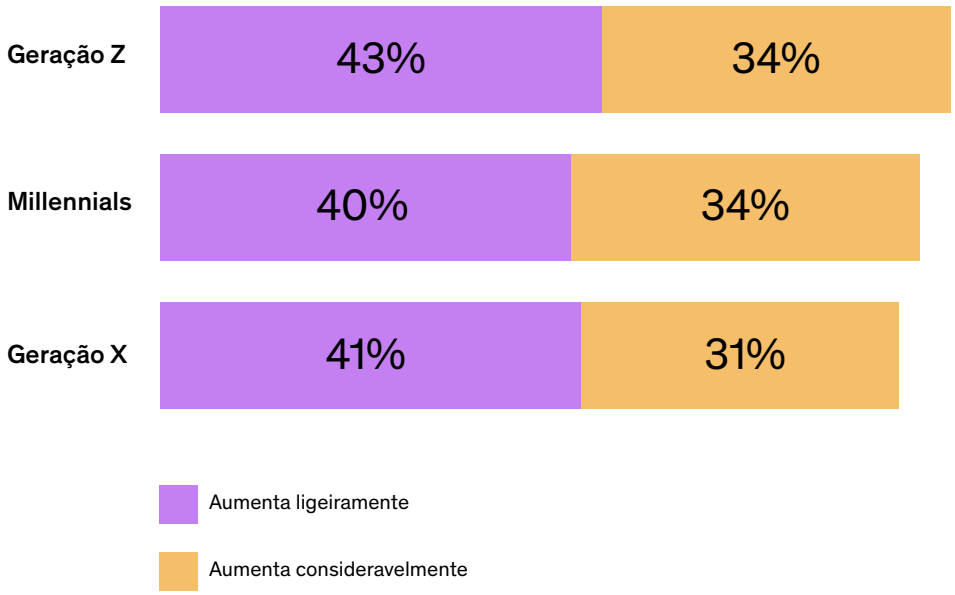
Em média, quanto tempo por semana você dedica ao aprendizado?
[As respostas de estudantes foram removidas deste gráfico.]



Importância do feedback no progresso do aprendizado nas diferentes gerações*

PERGUNTA DA PESQUISA

Como receber feedback sobre seu progresso de aprendizado afeta sua motivação?

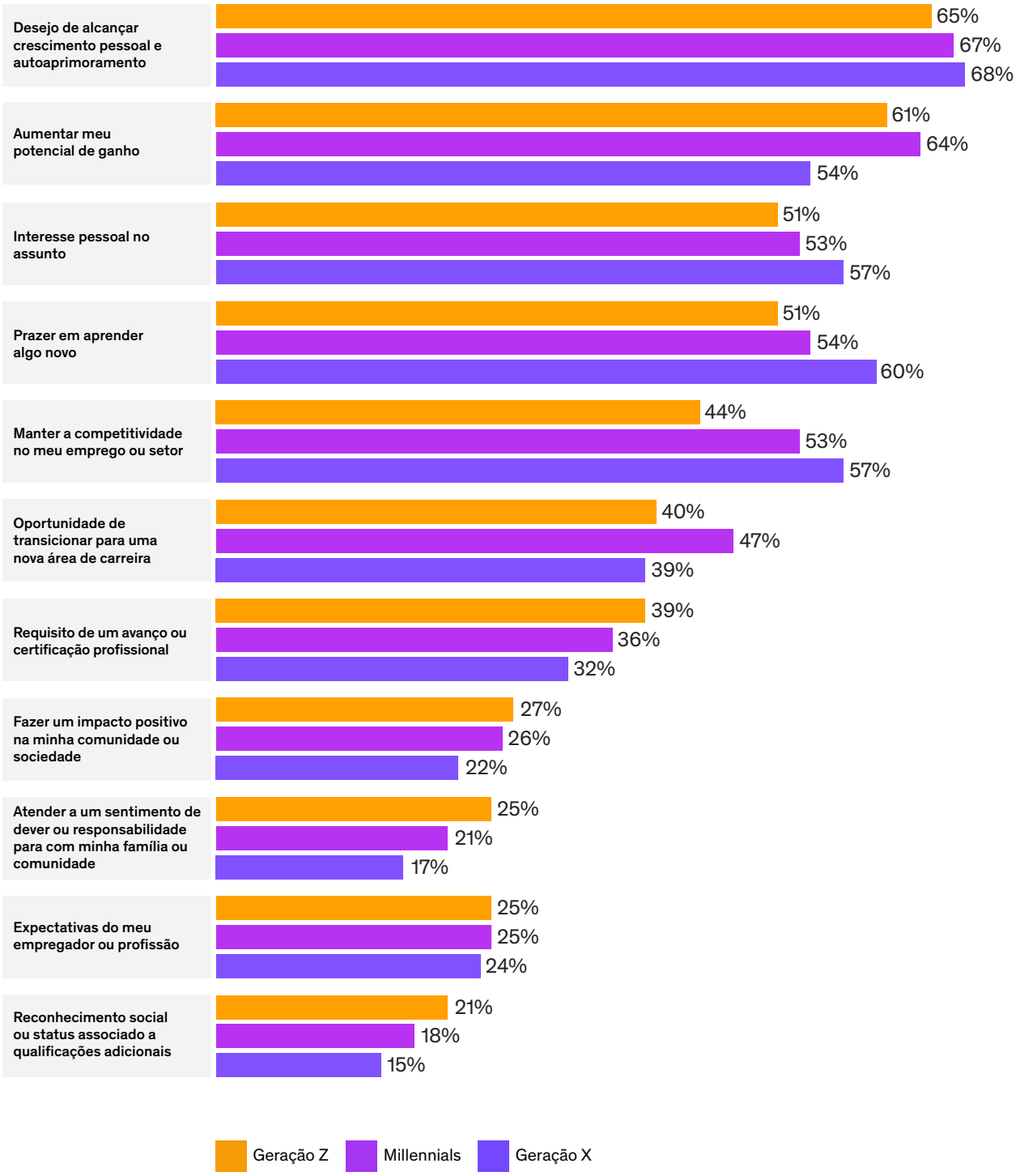


**O gráfico mostra apenas as porcentagens de respostas "Aumenta ligeiramente" e "Aumenta consideravelmente", então as barras não correspondem a 100% das respostas.*

Motivações do aprendizado entre diferentes gerações

PERGUNTA DA PESQUISA

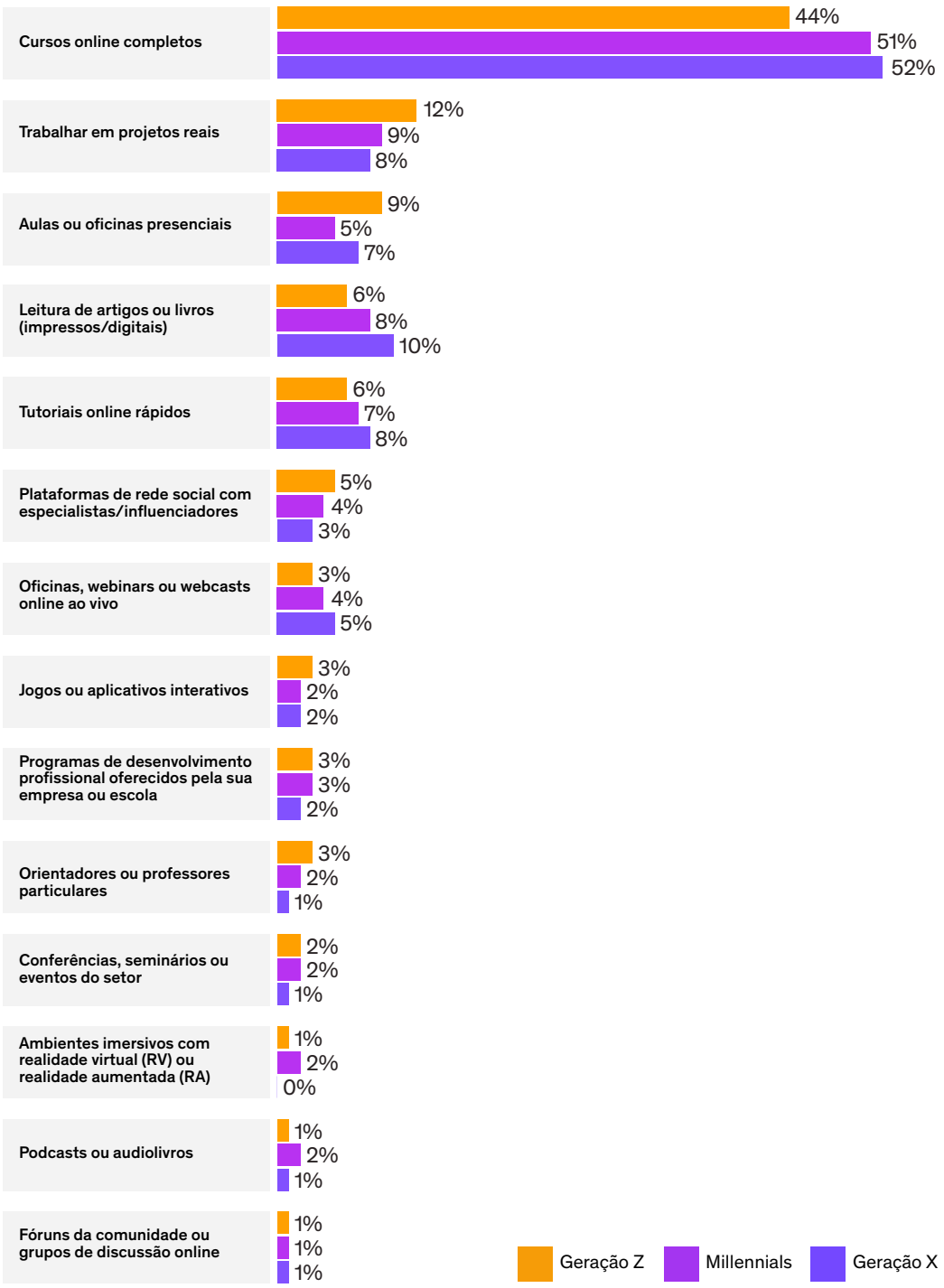
O que motiva você a aprender? Selecione todas as opções aplicáveis.



Métodos preferidos de aprendizado entre diferentes gerações

PERGUNTA DA PESQUISA

Desses, qual é seu método preferido de aprendizado?
[Após uma pergunta sobre quais métodos os participantes da pesquisa mais usam]



O que a geração Z acha da IA Gen e o aprendizado

Embora sejam nativos digitais, a geração Z tem dúvidas sobre a função da IA generativa no aprendizado

Como a geração Z, os millennials e a geração X enxergam o aprendizado personalizado com base em IA

As tecnologias de IA generativa estão se tornando cada vez mais integradas no ambiente de trabalho e nas nossas vidas pessoais. Elas aparecem em processos e produtos com que interagimos todos os dias. É de se esperar que as atitudes geracionais sobre a IA Gen e suas influências variem, dependendo amplamente de como pessoas de idades diferentes enxergam a introdução de novas tecnologias. Como verdadeiros "nativos digitais", nossa suposição inicial pode ser de que a geração Z será a menos resistente e mais pronta para adotar a IA Gen, tanto no trabalho quanto no aprendizado. No entanto, quando perguntamos aos participantes da geração Z sobre aprendizado auxiliado por IA Gen, os dados mostram que esse não é sempre o caso.

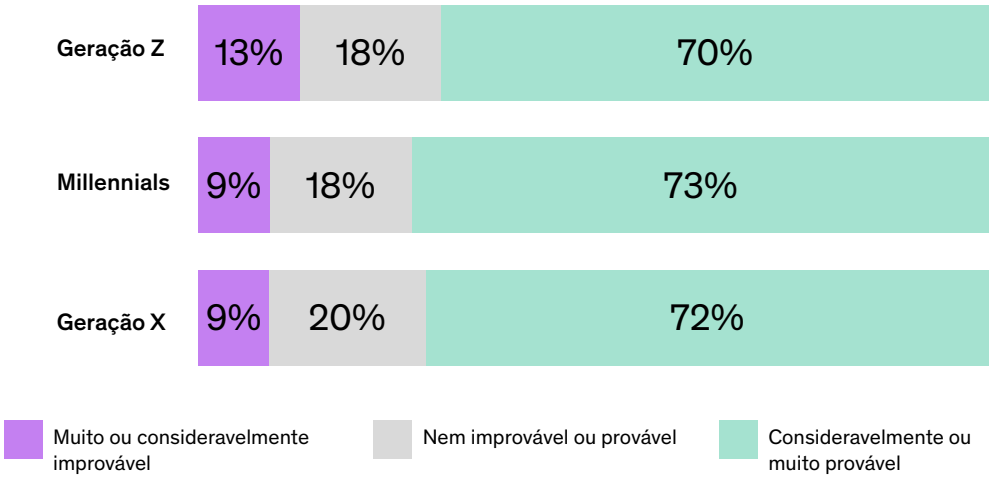
Quando perguntamos aos participantes **qual a probabilidade de eles** usarem uma plataforma de aprendizado online que oferece uma experiência de aprendizado personalizada baseada em IA, os resultados mostraram que a geração Z tem menor probabilidade de usar (70%) do que a geração X (72%) ou millennials (73%), e 13% dos participantes da geração Z são céticos em relação a qualquer tipo de uso (em comparação com apenas 9% de outras gerações).

Da mesma maneira, ao avaliar **até que ponto o aprendizado personalizado com base em IA pode melhorar ou piorar as experiências de aprendizado**, a geração Z é visivelmente mais pessimista do que millennials ou a geração X. Um total de 13% acredita que isso poderia piorar um pouco ou significativamente a experiência de aprendizado (comparado com apenas 7% de millennials e geração X), e embora 70% da geração Z acredite que o aprendizado personalizado auxiliado por IA Gen poderia melhorar um pouco ou significativamente a experiência de aprendizado, eles ficam atrás de millennials (77%) e da geração X (73%) nessa crença.

Probabilidade de utilizar uma experiência de aprendizado personalizada com base em IA entre diferentes gerações*

PERGUNTA DA PESQUISA

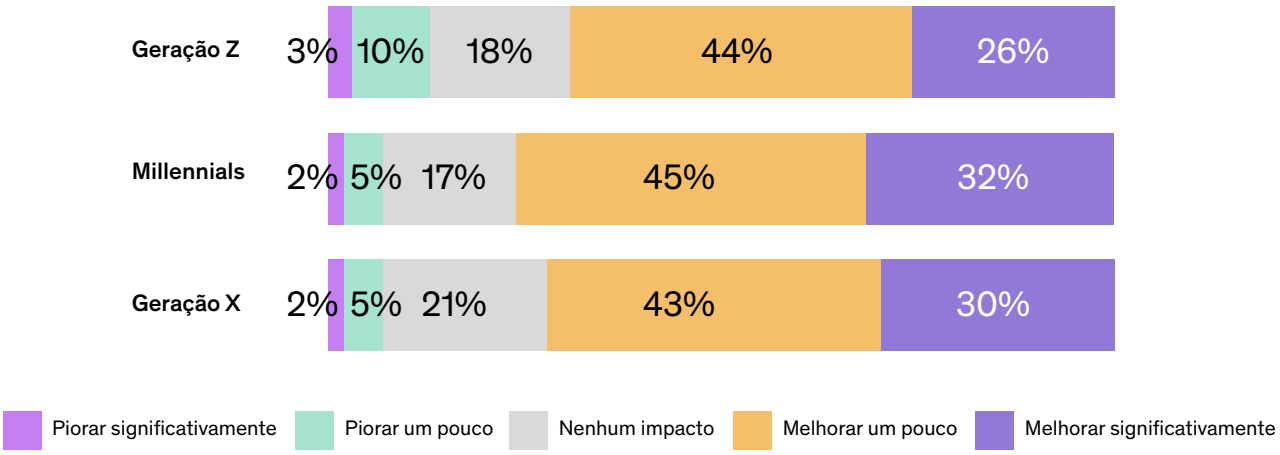
Qual é a probabilidade de você usar uma plataforma de aprendizado online se ela oferecer uma experiência de aprendizado personalizada baseada em IA?



Impacto do aprendizado personalizado com base em IA nas experiências de aprendizado entre diferentes gerações*

PERGUNTA DA PESQUISA

Até que ponto você acredita que um aprendizado personalizado com base em IA pode piorar ou melhorar suas experiências de aprendizado?



**Todas as porcentagens foram arredondadas para o número inteiro mais próximo, então a soma de todas as respostas pode ficar ligeiramente acima ou abaixo de 100%.*

Os principais recursos do aprendizado personalizado com base em IA para a geração Z

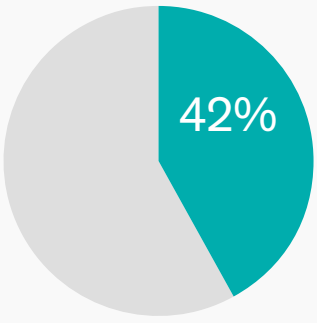
Ao mesmo tempo em que a geração Z tem algumas dúvidas gerais sobre os benefícios do aprendizado com base em IA, eles podem ver o apelo de algumas das experiências de aprendizado personalizado que ele pode trazer. As principais são as trilhas de aprendizado personalizadas com base em seus pontos fortes e fracos (42%), assistência e orientação em tempo real (39%) e cronogramas de aprendizado flexíveis de acordo com o ritmo de cada pessoa (35%).

Cada um desses elementos reforça temas que vemos em outros pontos das respostas da geração Z na pesquisa. Eles estão relacionados à disposição dessa geração de aprender e um desejo para receber feedback e estrutura ao engajar com o aprendizado no ambiente de trabalho. Eles querem poder interagir com ajuda quando precisam e querem flexibilidade para encaixar o aprendizado em seu cronograma no próprio ritmo.

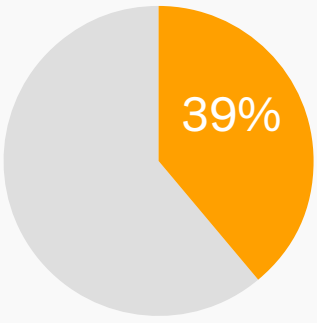
Os três principais aspectos do aprendizado personalizado com base em IA para a geração Z

PERGUNTA DA PESQUISA

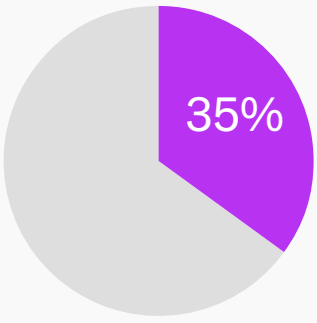
Quais aspectos do aprendizado personalizado com base em IA são mais interessantes para você? Selecione até três opções.



Trilhas de aprendizado personalizadas com base nos meus pontos fortes e fracos



Assistência e orientação em tempo real



Programações de aprendizado flexíveis de acordo com meu ritmo

O que está por trás das hesitações da geração Z quando se trata do aprendizado com base em IA

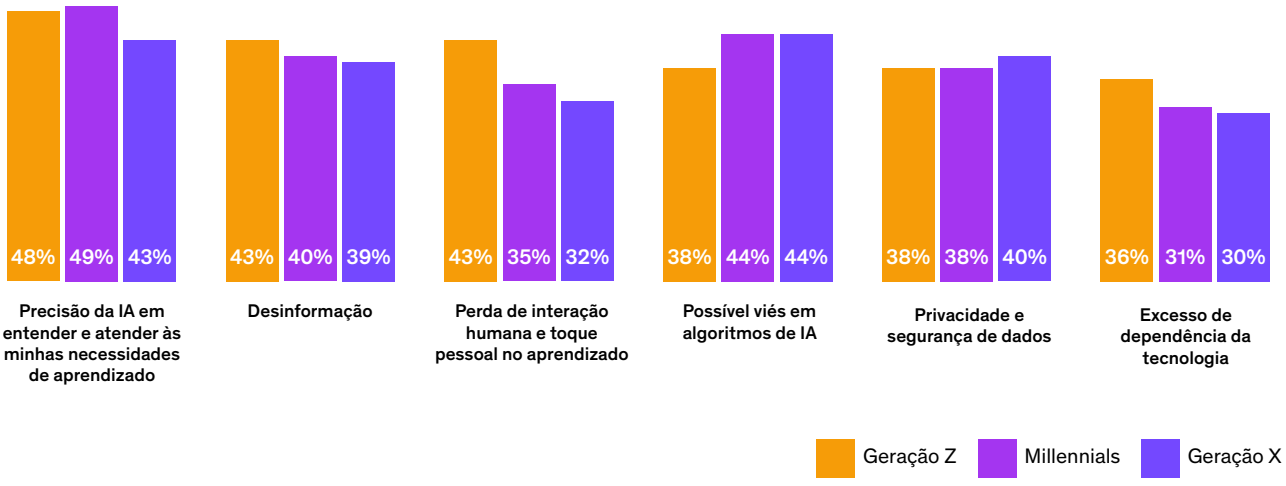
Considerar as preocupações da geração Z em relação ao aprendizado com base em IA ajuda a explicar por que essa geração é mais hesitante do que as outras em interagir com ele. Nos nossos dados, a geração Z mostra mais preocupação sobre a precisão da IA o que a geração X (48% da geração Z x 43% da geração X). Todas as gerações estão preocupadas com o potencial da IA Gen de incorporar viés em suas experiências de aprendizado, com mais de um terço dos participantes em cada geração indicando que isso é uma preocupação (geração Z em 38% x millennials/geração X em 44%). Esses fatores estão alinhados (e podem ajudar a explicar) uma descoberta recente da EY que a geração Z é a que menos usa IA no trabalho (63%) em comparação com a geração X (70%) e millennials (74%).

Pode ser que a geração Z, como indivíduos que passaram a maior parte da vida mergulhados em experiências digitais, seja mais propensa a ter uma perspectiva crítica sobre os valores relativos e os pontos fracos de quaisquer novas tecnologias, incluindo a IA Gen.

Preocupações sobre o uso de IA para experiências de aprendizado personalizado entre diferentes gerações

PERGUNTA DA PESQUISA

Quais preocupações você tem sobre experiências de aprendizado personalizadas com base em IA? Selecione todas as opções aplicáveis.



Desenvolver uma estratégia de aprendizado para ajudar a entregar o que a geração Z quer do trabalho

As descobertas deste relatório nos mostram que existem muitos estereótipos sobre a geração Z entre as gerações mais velhas, mas a imagem que os participantes da pesquisa da geração Z mostram é muito mais complexa. Isso implica que a geração Z tem um longo caminho a percorrer quando se trata de lidar com as opiniões de gerações mais velhas no trabalho. Para poder receber e integrar com eficiência a geração mais jovem no ambiente de trabalho, é importante que os líderes organizacionais entendam melhor a própria geração Z e abordem diretamente a necessidade de todos os funcionários, para controlar os estereótipos geracionais desde o começo. Isso se aplica não só aos trabalhadores mais jovens, mas todas as gerações, como por exemplo a suposição de que boomers não são usuários capazes de usar tecnologia.

De acordo com Lindsay Pollack, falando sobre como gerenciar diferentes gerações no podcast Leading Up da Udemy, "Entender o que a geração Z quer é talvez menos importante do que como eles querem. Existem três palavras que eu usaria, que acho que todos querem no trabalho e de diferentes maneiras. Essas palavras são liberdade, clareza e conexão". Pollack ainda fala sobre como cada geração procura alcançar esses aspectos de maneiras diferentes. Em outras palavras, a geração Z, assim como qualquer outro conjunto de humanos que veio antes dela, quer os mesmos elementos básicos do trabalho. A questão é que eles definem esses aspectos de maneira diferente dos millenials, da geração X e dos boomers.

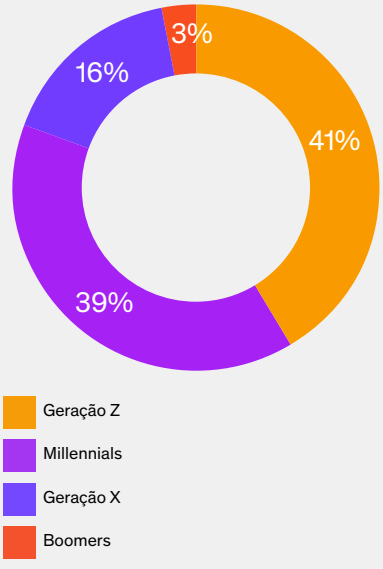
O aprendizado será uma área de oportunidade para líderes de todos os níveis oferecerem aos funcionários da geração Z a liberdade, a clareza e a conexão de maneira que atenda a eles e à organização da melhor maneira.

> **Fale conosco para saber como a Udemy Business pode ajudar você a motivar os funcionários da geração Z no aprendizado no ambiente de trabalho.**

Metodologia de dados:

Os insights deste relatório são derivados de uma pesquisa quantitativa que a Udemy realizou de 1º de abril a 7 de maio de 2024. Coletamos resultados de 6.677 alunos globais multigeracionais em 10 países: Austrália, Brasil, China, Alemanha, Índia, Japão, México, Coreia do Sul, Reino Unido e Estados Unidos. Os participantes foram obtidos em painéis e entre usuários da Udemy.

O detalhamento de participantes por geração aparece abaixo.



**Devido ao tamanho da amostra, os boomers foram removidos das análises entre gerações, mas incluídos nos dados agregados.*

Sobre a Udemy Business

A Udemy transforma vidas por meio do aprendizado, garantindo que todos tenham acesso às habilidades mais recentes e relevantes.

A Udemy Business viabiliza possibilidades, capacitando empregadores a oferecer aprendizado sob demanda para todos os funcionários, aprendizado imersivo para equipes técnicas pela Udemy Business Pro e aprendizado de coorte para líderes pela Udemy Business Leadership Academy. Com nossa Plataforma de habilidades inteligente, oferecemos uma solução de aprendizado completa que impulsiona o aprendizado relevante em grande escala, para que as organizações possam criar forças de trabalho ágeis e alcançar resultados comerciais importantes.

→ Saiba mais em **business.udemy.com**