

# REVISTA TÓPICOS

---

## A GERAÇÃO Z NAS ORGANIZAÇÕES: DESAFIOS E ESTRATÉGIAS DE ATRAÇÃO E RETENÇÃO DE TALENTOS

DOI: 10.5281/zenodo.17254433

*Thásia Rachell Maia Morais<sup>1</sup>*

### RESUMO

A inserção da Geração Z no mercado de trabalho tem provocado transformações nas relações organizacionais, exigindo uma revisão das práticas de gestão de pessoas e das estruturas tradicionais. Esta geração, marcada pelo domínio tecnológico, pela busca por propósito e pela valorização da autonomia, desafia os modelos convencionais e impõe novas demandas às lideranças e às organizações. Diante disso, este artigo teve como objetivo analisar se as empresas estão preparadas para acolher e reter os profissionais da Geração Z, a partir de uma revisão de literatura fundamentada em estudos disponíveis em plataformas científicas e bibliografias recomendadas na disciplina. O trabalho estruturou-se em três eixos analíticos: diversidade geracional e os desafios de convivência; estratégias de atração e retenção de talentos da Geração Z; e o grau de preparo das organizações frente às transformações em curso. Os resultados apontam que, embora haja avanços pontuais, a maioria das empresas ainda não promove adaptações estruturais e culturais suficientes para responder às

**REVISTA TÓPICOS - ISSN: 2965-6672**

# REVISTA TÓPICOS

---

especificidades dessa geração. Conclui-se que é necessário reconfigurar práticas gerenciais, desenvolver lideranças sensíveis às novas demandas e construir ambientes organizacionais que valorizem a escuta ativa, o propósito e o reconhecimento como elementos centrais da permanência da Geração Z nas organizações.

**Palavras-chave:** Geração Z. Gestão de Pessoas. Retenção de Talentos. Diversidade Geracional. Liderança Organizacional.

## ***ABSTRACT***

The entry of Generation Z into the labor market has led to significant changes in organizational dynamics, requiring a revision of traditional management and leadership practices. This generation, characterized by technological fluency, a search for purpose, and a preference for autonomy, challenges conventional models and introduces new demands to organizations. This article aims to analyze whether companies are prepared to welcome and retain Generation Z professionals, based on a literature review supported by recent studies available in scientific databases and course-recommended sources. The analysis is structured around three axes: generational diversity and challenges of coexistence; strategies for attracting and retaining Generation Z talent; and the level of organizational preparedness to address emerging changes. The findings indicate that, although some progress has been made, most companies have not implemented the structural and cultural adjustments needed to effectively respond to the specific characteristics of this generation. It is concluded that companies must reconfigure people management practices, develop leadership capable of addressing new demands, and build organizational

**REVISTA TÓPICOS - ISSN: 2965-6672**

# REVISTA TÓPICOS

---

environments that prioritize active listening, purpose, and recognition as key elements for retaining Generation Z professionals.

**Keywords:** Generation Z. People Management. Talent Retention. Generational Diversity. Organizational Leadership.

## 1. Introdução

A Geração Z trata-se de uma geração formada por indivíduos nascidos a partir dos anos 1990, marcados por forte inserção no ambiente digital, com facilidade para o uso de tecnologias, comportamento multitarefa, busca por autonomia, valorização da qualidade de vida e desejo por inserção em empresas que possuam propósito e responsabilidade social, segundo Tapscott (2009). Diferente das gerações anteriores, esses profissionais rejeitam modelos hierárquicos rígidos e demonstram menor tolerância à ausência de reconhecimento, feedback e oportunidades concretas de crescimento.

As organizações, por sua vez, lidam com a convivência simultânea de diferentes gerações em seus quadros, o que demanda lideranças mais sensíveis às especificidades geracionais e capazes de mediar expectativas diversas em torno do trabalho, da carreira e do ambiente organizacional. Para Rech et al. (2017), o despreparo para lidar com essa diversidade pode agravar conflitos e aumentar a rotatividade de profissionais da geração Z, que tendem a permanecer menos tempo nas empresas e a buscar novos desafios com mais frequência.

# REVISTA TÓPICOS

---

Diante disso, o presente artigo tem como objetivo analisar se as empresas estão preparadas para acolher e integrar a nova geração de trabalhadores da Geração Z. A investigação foi realizada por meio de revisão de literatura, com base em estudos recentes sobre o tema disponíveis nas plataformas SciELO, Google Acadêmico e na bibliografia sugerida na disciplina.

O artigo está estruturado em três capítulos. O primeiro trata da diversidade geracional e do desafio de gestão diante da inserção da Geração Z no mercado. O segundo discute as principais estratégias utilizadas pelas organizações para atrair e reter esses trabalhadores, com base nas expectativas e comportamentos predominantes. Por fim, o terceiro capítulo examina o grau de preparo das empresas para responder às demandas específicas dessa geração, considerando práticas institucionais e o papel do líder na construção de ambientes favoráveis à permanência e ao engajamento.

## **2. Como Você Analisa a Questão da Diversidade de Gerações na Organização e Como Manter o Equilíbrio com a Geração Z**

As organizações contemporâneas são compostas por um mosaico de gerações, cujo gerenciamento se apresenta como um dos principais desafios da administração. O cenário atual do mercado de trabalho não é mais caracterizado por uma simples substituição geracional, mas por uma complexa justaposição, na qual múltiplos grupos etários coexistem e interagem. Nesse cenário, fatores como os avanços na medicina, que prolongam a vida laboral, e as novas políticas de seguridade social contribuíram para dilatar o tempo de permanência dos profissionais em seus

# REVISTA TÓPICOS

---

postos, intensificando essa convivência. Para Mannheim (1993), o próprio conceito de geração, que pode ser entendido como o processo histórico compartilhado por indivíduos de uma mesma faixa etária, sofreu uma aceleração, com o intervalo de formação entre uma geração e outra encurtando de aproximadamente 25 para 10 anos.

Percebe-se que convivência entre profissionais com características, anseios e valores distintos tem o potencial de gerar conflitos. Tais tensões podem surgir a partir das diferentes expectativas e comportamentos relacionados ao trabalho, e o despreparo dos gestores para mediar essas diferenças pode incitar e agravar tais conflitos. Contudo, a divergência de opiniões não é necessariamente um fator destrutivo; se bem administrada, pode ser benéfica e impulsionar mudanças positivas dentro do ambiente de trabalho, segundo Lima et al. (2012).

O fato é que um gerenciamento adequado pode transformar a diversidade geracional em uma significativa vantagem competitiva. Uma equipe multigeracional, quando bem conduzida, promove um ambiente rico em conhecimento e estimula um volume maior e mais amplo de ideias, com múltiplos pontos de vista que fomentam a inovação. A chave para capitalizar essa oportunidade reside na capacidade da liderança de unir as gerações, promovendo a complementaridade de suas forças: a experiência e a sabedoria das gerações mais antigas, como Baby Boomers e Geração X, podem se aliar à eficiência tecnológica e às novas culturas trazidas pelas Gerações Y e Z, segundo Formeton & Stefano (2017). Com isso, o papel do líder é conduzir o grupo de forma que esses perfis se complementem,

# REVISTA TÓPICOS

---

formando uma equipe conectada, comprometida e focada em resultados grandiosos para a organização.

Diante desse contexto dinâmico, a chegada da Geração Z, também denominada "nativos digitais", de acordo com Prensky (2001), introduz novas variáveis que demandam atenção específica. Seus integrantes, nascidos a partir da década de 1990, cresceram imersos em um ambiente digital e interativo, o que moldou profundamente seu comportamento. A própria denominação "Z" remete ao termo "zapear", refletindo sua capacidade de realizar múltiplas tarefas simultaneamente, segundo Ceretta & Froemming (2011). São caracterizados como imediatistas, anseiam por rápida ascensão na carreira, valorizam a flexibilidade, a autonomia e a qualidade de vida e buscam trabalhar em empresas socialmente responsáveis e com um bom ambiente laboral. Para Tapscott (2009), eles insistem na liberdade de escolha sobre como e onde trabalhar e esperam que suas carreiras progridam com a mesma velocidade das interações digitais a que estão acostumados.

Conforme citados por Faria (2016), os líderes precisam ser colaborativos, participativos e descentralizadores, atuando como facilitadores. O estilo de liderança transformacional, que se caracteriza pela preocupação com o progresso e o desenvolvimento dos liderados, mostra-se particularmente adequado para gerar a confiança e a motivação necessárias, segundo Brant (2012). Dada a ansiedade e a tendência à dispersão dessa geração, uma tática eficaz consiste em fracionar projetos longos em etapas menores, permitindo a obtenção de resultados rápidos e, conseqüentemente, a oferta de feedbacks

# REVISTA TÓPICOS

---

constantes. É fundamental que o líder se mostre próximo e aberto à escuta, buscando fazê-los compreender o ritmo da empresa e alinhando suas expectativas, visto que esses jovens valorizam as conversas com a chefia.

Pode-se notar então que a comunicação surge como ferramenta fundamental para a gestão do equilíbrio geracional no qual a Geração Z valoriza a comunicação em todos os seus aspectos, e é por meio dela que as ações de gestão se tornam mais assertivas. O líder atua como um mediador da comunicação entre as equipes, garantindo que o estilo ágil dos nativos digitais não gere atritos com as gerações anteriores. Essa comunicação deve incluir a escuta ativa e o feedback frequente e construtivo, pois a ausência de devolutiva pode levar ao afastamento, à geração de conflitos e à queda no desempenho devido à desmotivação, de acordo com Oliveira (2021). Além de tudo, um líder emocionalmente inteligente e comunicativo consegue se antecipar a possíveis problemas, promovendo um ambiente de trabalho harmônico e produtivo para todas as gerações.

### **3. Como Atrair e Reter Talentos da Geração Z na Organização?**

Martins (2020) relata que a crescente inserção da Geração Z no mercado de trabalho impõe às organizações a necessidade de reavaliarem suas políticas de gestão de pessoas, uma vez que as antigas métricas de motivação já não são suficientes para engajar esses novos profissionais. O elevado índice de rotatividade associado a essa geração, cuja permanência em uma mesma organização frequentemente não ultrapassa os quatro anos, torna imperativo que as empresas desenvolvam ações eficazes não apenas para atrair, mas sobretudo para reter esses talentos e desestimular o Turn Over. Nesse

# REVISTA TÓPICOS

---

sentido, é possível perceber os conceitos de atração e retenção estão diretamente ligados à motivação e à decisão desses profissionais em continuar sua carreira na organização.

De acordo com Cavazotte et al. (2012), para atrair a Geração Z, as organizações precisam compreender que a reputação da empresa e seus valores exercem uma influência considerável na decisão desses jovens sobre onde trabalhar. Eles buscam se conectar com organizações que demonstrem um propósito claro, priorizando aquelas que consideram éticas, com transparência em suas ações e que se preocupam genuinamente com questões sociais e ambientais, segundo Colet & Mozzato (2019). Portanto, a construção de uma imagem de marca empregadora forte, pautada em valores de integridade, constitui um diferencial competitivo fundamental para captar a atenção desses talentos.

O fator que mais se destaca como decisivo para a Geração Z na escolha de um emprego é a oportunidade de desenvolvimento profissional. Pesquisas demonstram que, ano após ano, essa motivação supera outras, como a boa imagem da empresa no mercado ou a possibilidade de inovação. Rech et al (2017) defendem que, as empresas que desejam atrair esses jovens precisam comunicar claramente as oportunidades de aprendizado contínuo, capacitação e treinamento que oferecem, evidenciando um compromisso explícito com o crescimento e a qualificação de seus colaboradores.

Rech et al. (2017), citam que a Geração Z almeja um ambiente de trabalho que permita equilibrar a vida profissional e pessoal, valorizando sobremaneira modelos de trabalho remoto e horários flexíveis. Fantini &

# REVISTA TÓPICOS

---

Souza (2015), dizem que a possibilidade de customizar o próprio emprego e a descrição do cargo também se apresenta como um forte atrativo, atendendo ao desejo de autonomia e liberdade que caracteriza essa geração. Organizações que demonstram adaptabilidade em suas estruturas de trabalho tornam-se, conseqüentemente, mais desejáveis para esses profissionais que insistem na liberdade de escolha sobre como e onde trabalhar.

Uma vez que o talento da Geração Z é atraído, o desafio se volta para sua retenção, um processo que demanda um conjunto de ações contínuas e alinhadas às suas expectativas. Colet & mozzato (2019) ressaltam que, uma das estratégias mais importantes apontadas por gestores é a construção de um plano de carreira claro e diferenciado. Conforme apontado por Nakashima (2022), a transparência quanto às formas de crescimento profissional é crucial para gerenciar o imediatismo e a ansiedade por uma rápida ascensão, evitando falsas expectativas e frustrações que podem levar à desmotivação e ao desligamento.

A permanência desses profissionais está intrinsecamente ligada à oferta de desafios constantes e à criação de um ambiente que evite a monotonia, à qual eles demonstram grande rejeição, destacam Rech et al. (2017). Os trabalhadores da Geração Z não se sentem confortáveis em ambientes de trabalho monótonos, de acordo com Colet & Mozzato (2019). Cabe ao líder, portanto, propor continuamente novos desafios que incentivem a criatividade e abram espaço para o surgimento de ideias inovadoras, mantendo esses jovens engajados e estimulados a adquirir novos conhecimentos.

# REVISTA TÓPICOS

---

Nakashima (2021), relata que o reconhecimento é uma necessidade proeminente para esses jovens, que são ansiosos por devolutivas sobre seu desempenho. A implementação de avaliações de performance com feedbacks constantes é uma ferramenta poderosa de retenção, pois, além de valorizar o profissional, permite ao líder conquistar um maior engajamento e alinhar os objetivos individuais aos organizacionais. É o momento em que se pode mostrar os pontos fortes e aqueles que podem ser desenvolvidos. A ausência dessa devolutiva, por outro lado, pode levar ao afastamento, à geração de conflitos e à queda no desempenho devido à desmotivação, afirma Oliveira (2021).

Conforme Ferreira (2017), o papel do líder é central na retenção da Geração Z, exigindo uma postura inspiradora e um bom processo de comunicação, no qual a proximidade e a abertura para o diálogo fortalecem a relação de confiança e aumentam o nível de satisfação dos liderados. Um líder que conhece sua equipe consegue direcionar e orientar esses jovens, fazendo-os entender o ritmo da empresa e motivando-os a se engajar nos objetivos coletivos, ressalta Nakashima (2021). O estilo de liderança transformacional, que se caracteriza pela preocupação com o progresso e o desenvolvimento dos liderados, parece ser particularmente adequado para gerar o clima de confiança necessário para reter esses talentos, conforme Brant (2012).

A necessidade de recompensas tangíveis e intangíveis é um ponto consolidado nos estudos de Nakashima (2021). A gestão de valores da empresa e a percepção de justiça na distribuição de remunerações e prêmios são cruciais para a dedicação e a intenção de permanência desses indivíduos,

# REVISTA TÓPICOS

---

de acordo com Santos et al. (2018). É dever do líder oferecer outras formas de recompensa, como a capacitação profissional, que vão além das estritamente financeiras, para atender de forma completa às aspirações dessa geração.

Portanto, percebe-se que Cavazotte et al. (2012) defende que a Geração Z valoriza um bom ambiente de trabalho, especificamente um clima organizacional harmônico e cooperativo, no qual não haja competição excessiva entre os funcionários. Grubb (2018) destaca que construir uma cultura de inclusão, que acolha de bom grado as ideias e sugestões de todos, independentemente da idade, valoriza as perspectivas de todas as faixas etárias e mantém os colaboradores focados no futuro da empresa. Promover um ambiente com integração e respeito às diferenças é, portanto, fundamental para o bem-estar e o comprometimento de todos.

#### **4. Empresas Estão Preparadas para Receber a Nova Geração de Trabalhadores da Geração Z**

Não é novidade que a inserção da Geração Z no mercado de trabalho tem demandado das organizações uma profunda reavaliação de seus modelos de gestão, cultura organizacional e estratégias de retenção de talentos. Essa geração que é composta por indivíduos nascidos a partir da década de 1990 e caracterizada por sua alta conectividade, imediatismo e valorização de empresas éticas, inovadoras e comprometidas com questões sociais, demanda a capacidade das empresas de acolher e integrar esses profissionais de maneira eficaz, conforme Colet & mozzato (2019).

# REVISTA TÓPICOS

---

Diante disso, algumas organizações têm demonstrado consciência das necessidades dessa geração, ao reconhecerem que a motivação e retenção dos trabalhadores Z requerem mais do que remuneração adequada. As empresas que buscam se preparar para receber essa geração precisam construir uma cultura organizacional inclusiva e participativa, aliada à oferta de autonomia, flexibilidade e oportunidades de crescimento não engessadas por estruturas burocráticas, segundo Botrel (2022). A construção dessa base passa necessariamente pelo entendimento profundo das aspirações e do comportamento dessa nova força de trabalho. Nakashima (2022), cita que a ausência de capacitação para lidar com a diversidade geracional pode resultar em conflitos e desmotivação, o que compromete tanto a produtividade quanto a permanência desses profissionais nas empresas. Para que haja de fato uma preparação adequada, é necessário desenvolver lideranças aptas a identificar e valorizar as contribuições únicas da Geração Z, promovendo um ambiente harmônico e colaborativo, como preconizado por Rech et al. (2017).

A atuação efetiva do líder exige compreensão dos fatores tangíveis bem como remuneração e benefícios, mas também dos aspectos intangíveis, como reconhecimento, feedbacks frequentes, oportunidades de aprendizado e participação em decisões. De acordo com Rech et al. (2017), esses elementos são valorizados pela Geração Z e podem ser decisivos na sua permanência na organização. No entanto, muitos líderes ainda não foram devidamente treinados para aplicar práticas condizentes com essas expectativas.

# REVISTA TÓPICOS

---

Nesse sentido, Botrel (2022) salienta que o papel das organizações não se restringe à adaptação estrutural, mas envolve também a capacidade de promover um processo contínuo de melhoria e adaptação, tanto institucional quanto individual. Para isso, torna-se essencial conhecer as aspirações dos jovens egressos, entendendo que sua permanência estará condicionada à coerência entre os valores organizacionais e as expectativas individuais.

Enquanto essa geração busca ambientes dinâmicos, inovadores e horizontalizados, parte das empresas ainda opera sob modelos hierárquicos rígidos, que não favorecem a autonomia nem a inovação desejada por esses profissionais, conforme Cavazotte et al. (2012). Nakashima (2022) aponta que ao invés de aproveitarem as complementaridades entre as gerações, muitas lideranças veem a convivência entre perfis diferentes como fonte de tensão, o que reforça a importância de programas de capacitação voltados especificamente à gestão de equipes multigeracionais.

A própria concepção de carreira mudou para a Geração Z. Esses profissionais não visam estabilidade prolongada numa única empresa, mas sim experiências enriquecedoras e mobilidade, o que exige das organizações o desenvolvimento de estratégias de engajamento e retenção mais dinâmicas e criativas (Rech et al., 2017). Aquelas que se mantiverem presas a antigos paradigmas de gestão correm o risco de perder talentos essenciais para a inovação e competitividade.

Sob essa ótica Botrel (2022) enfatiza que é necessário desenvolver ambientes que favoreçam a colaboração, a escuta ativa, o reconhecimento do potencial de cada indivíduo e o compromisso ético-social das empresas.

**REVISTA TÓPICOS - ISSN: 2965-6672**

# REVISTA TÓPICOS

---

Essa geração busca pertencimento e propósito no trabalho, e as empresas que não estiverem dispostas a repensar suas estruturas e valores poderão encontrar grandes desafios em manter sua força de trabalho no futuro próximo.

Diante do exposto, é possível concluir que, embora existam iniciativas positivas em algumas organizações, a preparação plena das empresas para receber a Geração Z ainda é um processo em construção. Essa preparação exige mudanças profundas em mentalidade, estrutura e práticas de gestão. Não se trata apenas de receber esses profissionais, mas de integrá-los de forma efetiva e sustentável à dinâmica organizacional, respeitando suas especificidades e potencialidades.

## **Considerações Finais**

A convivência entre diferentes gerações no ambiente organizacional, longe de ser um obstáculo, pode representar uma vantagem competitiva quando bem gerida. No entanto, a inserção da Geração Z impõe desafios específicos, especialmente por seu perfil altamente conectado, imediatista, avesso à hierarquia tradicional e orientado por valores como propósito e flexibilidade. As organizações precisam reconhecer que a gestão multigeracional exige lideranças capacitadas, comunicação eficaz e políticas inclusivas que respeitem as diferenças de expectativas e trajetórias profissionais entre os grupos etários.

No que se refere à atração e retenção da Geração Z, observa-se que práticas tradicionais de gestão já não são suficientes para manter o engajamento

# REVISTA TÓPICOS

---

desses profissionais. Mais do que salário, buscam ambiente favorável, autonomia, crescimento contínuo e reconhecimento. A construção de uma proposta de valor alinhada a esses elementos é decisiva. Empresas que investem em planos de carreira, feedbacks constantes e espaços para participação ativa demonstram maior capacidade de engajar e manter esses talentos, minimizando índices de rotatividade.

Quanto ao grau de preparo das empresas, verifica-se que ainda há um caminho a ser percorrido. Embora algumas organizações já tenham implementado mudanças estruturais e culturais para acolher melhor a Geração Z, grande parte ainda opera sob modelos ultrapassados que não dialogam com esse novo perfil profissional. Falta, sobretudo, preparo das lideranças para atuar com escuta ativa, promover o reconhecimento contínuo e fomentar uma cultura organizacional que valorize o pertencimento, o propósito e a inovação.

Conclui-se, portanto, que a preparação das empresas para integrar a Geração Z não pode se limitar a ações pontuais ou adaptações superficiais. Exige uma reconfiguração mais profunda nas práticas de gestão de pessoas, na cultura organizacional e no estilo de liderança adotado. A geração Z já está presente no mercado, e as organizações que souberem entender suas motivações, respeitar suas especificidades e investir em sua permanência terão vantagem competitiva em um cenário cada vez mais dinâmico e multigeracional.

## **REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

**REVISTA TÓPICOS - ISSN: 2965-6672**

# REVISTA TÓPICOS

---

Botrel, F. M. (2022). Aspectos relacionados à liderança e motivação de equipes: a nova Geração Z no ambiente corporativo. Trabalho de Conclusão de Curso, Centro Universitário de Lavras, Lavras, MG, Brasil.

Brant, P. S. (2012). A relação entre líderes e membros (LMX), estilos de Liderança e seus impactos na Satisfação no trabalho. Dissertação de Mestrado, Fundação Mineira de Educação e Cultura, Belo Horizonte, BH, Brasil.

Cavazotte et al. (2019). Novas gerações no mercado de trabalho: expectativas renovadas ou antigos ideais?. Cadernos EBAPE.BR, 10(1), 162-180.

Ceretta, S. & Froemming, L. M. S. (2011). Geração Z: Compreendendo os hábitos de consumo da geração emergente. Revista do Mestrado Profissional em Administração da Universidade Potiguar, 3(2), 15-24.

Colet, D. S. & Mozzato, A. R. (2019). Nativos Digitais: características atribuídas por gestores à Geração Z. Revista de Gestão do Unilasalle, 8(2), 25-40.

Fantini, C. A. & Souza, N. C. S. (2015). Análise dos fatores motivacionais das gerações baby boomers, X, Y e Z e as suas expectativas sobre carreira profissional. Revista iPecege, 1(4), 126-145.

Faria, B. (2016). Fatores que motivam os jovens da geração Z nas Organizações. 2016. Trabalho de Conclusão de Curso, Universidade de Brasília, Brasília, DF, Brasil.

**REVISTA TÓPICOS - ISSN: 2965-6672**

# REVISTA TÓPICOS

---

Ferreira, J. R. M. (2017). A relevância da inteligência emocional na comunicação de líderes para o desenvolvimento e engajamento dos empregados. São Paulo, SP, Brasil.

Formenton, T. C. & Stefano, S. R. (2017). Gerações e Mercado de Trabalho: Suas Relações com as Organizações. Revista de Carreiras e Pessoas, 7(), 5-26.

Grubb, V. M. (2018). Conflitos de Gerações: desafios e estratégias para gerenciar quatro gerações no ambiente de trabalho. São Paulo: Autêntica Business.

LIMA, et al. (2012). Executivos jovens e seniores no topo da carreira: conflitos e complementariedades. Revista de Administração, 71(1), 63-93.

Mannheim, K. (1993). El problema de las generaciones. Revista Española de Investigaciones Sociológicas, 62, 145-168.

Martins et al. (2020). O mindset da administração de empresas de futuro: administração digital contemporânea. Revista Científica Multidisciplinar Núcleo do Conhecimento, 21(11), 5-15.

Nakashima, T. B. G. S. (2021). Os desafios dos líderes da geração Z e o papel da comunicação. In: VI SEMINÁRIO INTERNACIONAL DA MUST UNIVERSITY: FORMAÇÕES DOS PROFISSIONAIS DIGITAIS, LIDERANÇA E GESTÃO DE EQUIPES. A Arte da Gestão. Flórida: Must University.

**REVISTA TÓPICOS - ISSN: 2965-6672**

# REVISTA TÓPICOS

---

Nakashima, E. Y. (2022). O impacto da geração Z nas práticas de gestão de pessoas nas organizações. Trabalho de Conclusão de Curso, Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Pato Branco, PR, Brasil.

Oliveira, C. G (2021). Boas Práticas de Liderança em Projetos com Equipes com Mindset Fixo. Boletim Do Gerenciamento, 23(23), 49-57.

Rech et al. (2017). Geração Z, os nativos digitais: como as empresas estão se preparando para reter esses profissionais. Revista Tecnológica, 6(1), 152-166.

Santos et al. (2018). Satisfação e motivação no trabalho: insights sobre percepção da justiça distributiva e remuneração estratégica por indivíduos da geração Z. Revista de Ciências da Administração, 21(54), 77-94.

Tapscott, D. (2009). Grown Up Digital: how the net generation is changing your world. New York: McGraw-Hill.

<sup>1</sup> Enfermagem. Psicopedagogia e Neurociências. Mestranda em Administração pela Must University.  
[thasiamorais20873@student.mustedu.com](mailto:thasiamorais20873@student.mustedu.com)