

## DESAFIOS NA CONTRATAÇÃO E RETENÇÃO DE PROFISSIONAIS DA GERAÇÃO Z NO CONTEXTO EMPRESARIAL DE SOROCABA - SP

Larissa Jeronimo de Camargo<sup>1</sup>

Leticia de Souza Duarte<sup>2</sup>

Milton Cesar Maciel de Moraes<sup>3</sup>

Vanessa Celia Lucas Camargo Spironeli<sup>4</sup>

Carla Alessandra Branca Ramos Silva Aguiar<sup>5</sup>

**RESUMO:** A entrada da Geração Z no mercado de trabalho impôs novos desafios aos gestores, que precisam melhorar o processo de contratação e retenção de talentos. Nascidos entre 1996 e 2010, a Geração Z é a primeira nativa digital, por crescer num ambiente de intensa conectividade e acesso à informação, o que influenciou seu comportamento e expectativas em relação ao trabalho, valorizando aspectos como flexibilidade, propósito, bem-estar, desenvolvimento contínuo e alinhamento entre vida pessoal e profissional. O modelo tradicional de gestão de pessoas enfrenta dificuldades com os profissionais da Geração Z, pois eles buscam muito mais do que remuneração e benefícios convencionais, e podem gerar impactos significativos com alta taxa de rotatividade, custos adicionais de recrutamento e desligamento, perda de conhecimento organizacional e instabilidades nas equipes. O estudo dessa problemática enfrentada pelas empresas de Sorocaba/SP, busca soluções para adaptar os modelos atuais de gestão para atender às peculiaridades desse novo perfil profissional, oferecendo subsídios para a criação de políticas mais eficazes de captação e retenção de colaboradores, redução de custos com turnover, aumento de desempenho e de produtividade, ampliando a compreensão sobre a relação entre empresas e jovens profissionais, para criação de estratégias que favoreçam tanto o desempenho organizacional quanto a construção de carreiras mais sustentáveis, e também revelou que embora já existam avanços nas práticas de

---

<sup>1</sup> Aluna do Curso de Tecnologia em Gestão Empresarial EAD – CPS/FATEC;

<sup>2</sup> Aluna do Curso de Tecnologia em Gestão Empresarial EAD – CPS/FATEC;

<sup>3</sup> Aluno do Curso de Tecnologia em Gestão Empresarial EAD – CPS/FATEC;

<sup>4</sup> Aluna do Curso de Tecnologia em Gestão Empresarial EAD – CPS/FATEC;

<sup>5</sup> Professora Orientadora do Trabalho de Conclusão de Curso.

gestão em Sorocaba, as organizações ainda precisam evoluir em aspectos como flexibilidade, cultura organizacional e valorização profissional, para atender de forma mais efetiva às demandas da Geração Z.

**Palavras-chave:** gestão; processos; pessoas; rotatividade.

## 1 INTRODUÇÃO

O tema “Desafios da Gestão de Pessoas na Contratação e Retenção da Geração Z: Um Estudo com Base na Realidade Empresarial de Sorocaba – SP” foi escolhido por sua relevância no cenário organizacional atual. A área de Gestão de Pessoas tem se transformado de forma acelerada, acompanhando mudanças sociais, culturais e tecnológicas. Nesse contexto, a entrada da Geração Z no mercado de trabalho trouxe novos desafios, especialmente relacionados à contratação e retenção desses profissionais.

Composta, em geral, por indivíduos nascidos a partir da segunda metade da década de 1990, a Geração Z é considerada a primeira nativa digital. Cresceu em um ambiente de intensa conectividade e acesso à informação, o que influenciou diretamente seu comportamento e expectativas em relação ao trabalho. Diferente das gerações anteriores, esses jovens tendem a valorizar aspectos como flexibilidade, propósito, bem-estar, desenvolvimento contínuo e alinhamento entre vida pessoal e profissional. Dessa forma, os modelos tradicionais de gestão de pessoas, baseados em hierarquia e estabilidade, muitas vezes não correspondem às suas demandas.

Para as empresas, isso representa um desafio duplo: atrair candidatos que buscam muito mais do que remuneração e benefícios convencionais, e garantir a retenção desses talentos em um contexto marcado por altas taxas de rotatividade. Esse cenário gera impactos significativos, como custos adicionais de recrutamento, perda de conhecimento organizacional e instabilidade nas equipes.

Na cidade de Sorocaba – SP, polo regional de indústrias, comércios e serviços, essa realidade também se manifesta. Diversas organizações locais relatam dificuldades em adaptar suas práticas de gestão de pessoas às características dessa geração, evidenciando a necessidade de estratégias mais eficazes para manter sua competitividade e sustentabilidade.

Diante desse panorama, surge a seguinte problemática de pesquisa: quais são os principais desafios enfrentados pelas empresas de Sorocaba – SP na contratação

e retenção da Geração Z, e de que maneira os modelos atuais de gestão de pessoas podem ser ajustados para atender às demandas desse novo perfil profissional?

A escolha do tema se justifica por sua importância acadêmica e prática. No âmbito acadêmico, contribui para a discussão sobre comportamento organizacional e gestão de pessoas em tempos de transformações geracionais. Para as empresas, oferece subsídios para a criação de políticas mais eficazes de atração e retenção de talentos, reduzindo custos com turnover e aumentando a produtividade. Além disso, possui relevância social, pois aborda a inserção dos jovens no mercado de trabalho e seu papel no desenvolvimento econômico da região.

Com esse enfoque, este estudo tem como objetivo geral analisar os padrões de contratação e retenção da Geração Z no contexto empresarial de Sorocaba. Espera-se que os resultados deste estudo ampliem a compreensão sobre a relação entre empresas e jovens profissionais, contribuindo para estratégias de gestão de pessoas que favoreçam tanto o desempenho organizacional quanto a construção de carreiras mais sustentáveis para essa geração.

## **2 REFERENCIAL TEÓRICO**

A escolha do tema justifica-se pela crescente inserção de jovens da Geração Z no mercado de trabalho (BRASIL, 2024) e pelas mudanças significativas que esse processo tem provocado nas práticas de gestão de pessoas (SOUZA; WEILER, 2025). Essa geração, que gradualmente assume maior protagonismo nas organizações, traz consigo novas formas de se relacionar com o trabalho, exigindo que empresas repensem estratégias tradicionais de atração, desenvolvimento e retenção de talentos.

Segundo Ceribeli (2023), a Geração Z corresponde, em linhas gerais, aos nascidos entre meados da década de 1990 e o início de 2010. Crescendo em um ambiente altamente tecnológico, esses jovens desenvolveram habilidades digitais de forma natural, apresentando facilidade para aprender e se adaptar a novas ferramentas (REIS, 2017). Essa familiaridade com a tecnologia os diferencia das gerações anteriores e influencia diretamente seu comportamento social e profissional.

De acordo com Martins (2024), a Geração Z possui valores e expectativas distintas em relação ao mundo do trabalho, o que desafia as organizações a desenvolver novas abordagens para atração, engajamento e retenção. Essa geração tende a priorizar fatores como propósito, flexibilidade, aprendizado contínuo,

qualidade de vida e equilíbrio entre vida pessoal e profissional, em detrimento de modelos rígidos baseados apenas em estabilidade ou remuneração.

Boldrini e Lucena (2014) reforçam que a inserção dessa geração no mercado representa um desafio crescente para as organizações, que precisam adaptar seus ambientes, práticas e valores para corresponder às suas expectativas. A ausência de adequação pode gerar alta rotatividade, desmotivação e dificuldades em construir equipes estáveis.

Além disso, a literatura aponta que a retenção de talentos dessa geração é um dos principais obstáculos enfrentados pelas organizações. Para Oliveira e Fialho (2022), a Geração Z não permanece em empresas que não ofereçam oportunidades de crescimento ou que não estejam alinhadas a seus valores pessoais. Esse comportamento, embora positivo do ponto de vista da busca por propósito, gera altos índices de turnover e impactos financeiros e organizacionais relevantes.

Outro aspecto destacado por Santos (2021) é que a Geração Z valoriza ambientes colaborativos e inovadores, onde possa contribuir ativamente com ideias e ter autonomia para executar tarefas. Modelos de gestão verticalizados, comuns em muitas empresas tradicionais, tendem a gerar insatisfação entre esses profissionais, que buscam maior participação e reconhecimento. Isso evidencia a necessidade de as organizações repensarem sua cultura e práticas internas.

No contexto da contratação, Rodrigues (2023) ressalta que a atração de jovens da Geração Z vai além da oferta de bons salários. Benefícios como horários flexíveis, possibilidade de home office, plano de carreira estruturado e programas de bem-estar têm se mostrado determinantes no processo de decisão desses profissionais.

Considerando a realidade local, estudar essa temática sob a perspectiva de empresas de Sorocaba – SP permite uma análise prática e focada dos impactos dessas transformações no ambiente corporativo regional. Sorocaba é reconhecida como um polo industrial e de serviços diversificado, reunindo empresas de diferentes portes e setores. Nesse cenário, os desafios relacionados à contratação e retenção da Geração Z tornam-se ainda mais relevantes, pois afetam diretamente a dinâmica de competitividade e inovação da região.

Dessa forma, este estudo busca contribuir não apenas para o campo acadêmico, mas também para a prática da gestão de pessoas, oferecendo informações que possam auxiliar gestores e profissionais da área na criação de estratégias mais eficazes, alinhadas às demandas da Geração Z.

### **3 METODOLOGIA**

A pesquisa será embasada nas análises de Silva (2024) que abrange a peculiaridade da Geração Z e a necessidade de revisão das práticas de gestão; Escobar, Lopes da Silva e Martins (2024) que debate sobre as práticas de atração e retenção de talentos da Geração Z e Thomaz Lima et al. (2022) que destacam os princípios motivacionais dessa geração nas organizações.

Será utilizada uma abordagem qualitativa, conduzida por meio de estudos de caso e levantamento de dados primários e secundários com foco em indústrias da cidade de Sorocaba. Gil (2010) ressalta que a pesquisa qualitativa busca interpretar fenômenos complexos no contexto em que ocorrem, o que a torna especialmente adequada para estudos organizacionais e de comportamento humano no ambiente de trabalho. Assim, este estudo adotará como delineamento metodológico o estudo de caso, conforme Yin (2015), que o define como uma estratégia de pesquisa empírica voltada a examinar um fenômeno contemporâneo em seu contexto real, sobretudo quando não há fronteiras claramente definidas entre o fenômeno e o contexto.

Para coletarmos os dados utilizaremos:

- Estudos de caso com indústrias de médio e grande porte localizadas em Sorocaba, com análise das práticas adotadas na gestão da Geração Z.
- Entrevistas semiestruturadas com gestores de recursos humanos e especialistas, a fim de coletar percepções sobre os desafios e estratégias em uso.
- Levantamento estatístico por meio de formulários online (Google Forms), com o intuito de coletar dados sobre desemprego jovem, rotatividade e inserção profissional.
- Análise de dados públicos que são provenientes das fontes oficiais (como IBGE e Observatório do Trabalho da Prefeitura de Sorocaba) para que possamos embasar a discussão sobre o panorama do emprego jovem com estatísticas e identificar quais tendências no comportamento do mercado de trabalho.

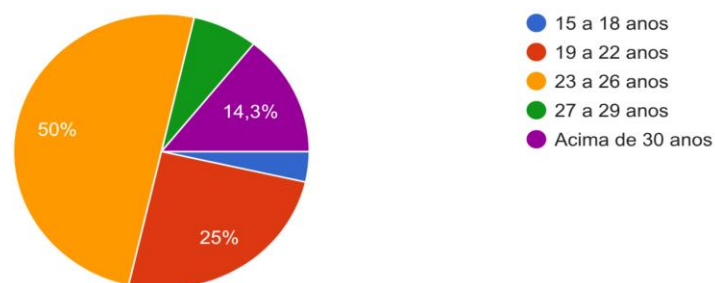
### **4 RESULTADOS E DISCUSSÃO**

Na coleta de dados via formulário online, através de entrevista direcionada para a identificação do perfil do entrevistado, foram entrevistadas 28 (vinte e oito) pessoas,

conforme gráfico 1 – Perfil dos entrevistados. Através da pesquisa pode-se perceber que a idade dos respondentes, com faixa etária entre 23 à 26 anos, corresponde a 50% do total, sendo que os demais jovens da geração Z entre outras faixas, correspondem a 36% dos entrevistados. A faixa etária acima de 30 anos corresponde a 14,3% dos entrevistados. A pesquisa contou com respostas de jovens, em sua maioria na faixa etária entre 23 a 26 anos, mas também representando outros subgrupos (19–22 e 27–29 anos), reconhecendo a diversidade dentro da própria geração, permitindo analisar diferentes momentos da trajetória profissional.

Gráfico 1- Perfil dos entrevistados.

Qual é a sua idade?  
28 respostas

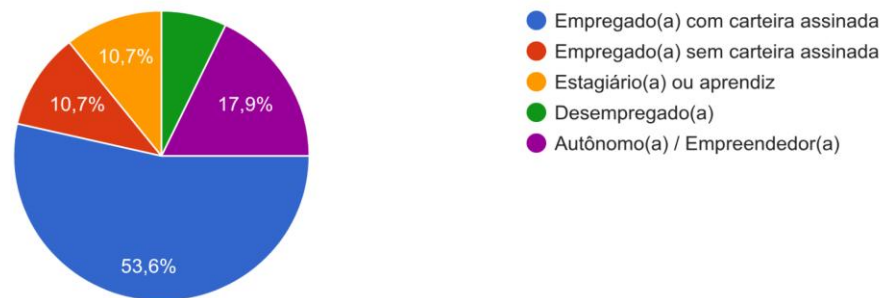


Fonte: Dados da pesquisa (2025).

Quanto à situação profissional, de acordo com a pesquisa, 53,6% dos respondentes são jovens empregados em situação formal, 10,7% se mantêm com trabalhos informais, 10,7% trabalham como estagiários ou jovens aprendizes, 17,9% são autônomos ou empreendedores e 7,10% estão atualmente desempregados, o que remete a variedade de inserções no mercado de trabalho, conforme observamos na figura do gráfico 2. Segundo Brasil (2025), um estudo recente publicado pelo MTE baseado no ano de 2024, houve um grande crescimento dos jovens de faixa etária entre 14 e 24 anos no mercado de trabalho formal, havendo recuo significativo tanto na taxa de desemprego quanto na informalidade, trazendo à tona a atual realidade também representada em questão regional, como na cidade de Sorocaba – SP foco desta pesquisa.

Gráfico 2- Setores de atuação profissional.

Qual é a sua situação profissional atual?  
28 respostas

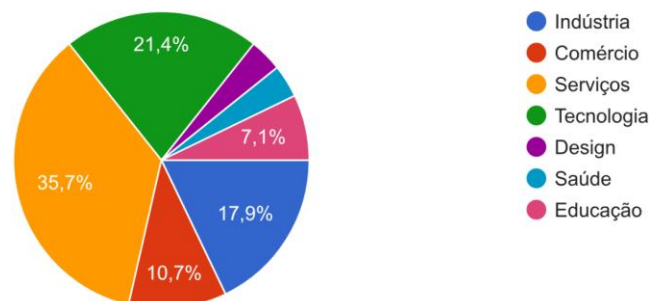


Fonte: Dados da pesquisa (2025).

Quanto aos principais setores da economia onde atuam, sua grande maioria com 35,7% respondeu serviços, 21,4% trabalham no setor de tecnologia, sendo os demais setores citados como indústria, comércio, design, saúde e educação; setores que somados perfazem o total de 42,9% da pesquisa. Nesse contexto de acordo com o gráfico 3 abaixo, observa-se que a geração Z está mais inserida em setores mais tecnológicos e funcionais, o que é justificado por seu perfil moderno, inovador e prático.

Gráfico 3- Setores da economia onde atua

Qual setor da economia você atua (ou busca atuar)?  
28 respostas

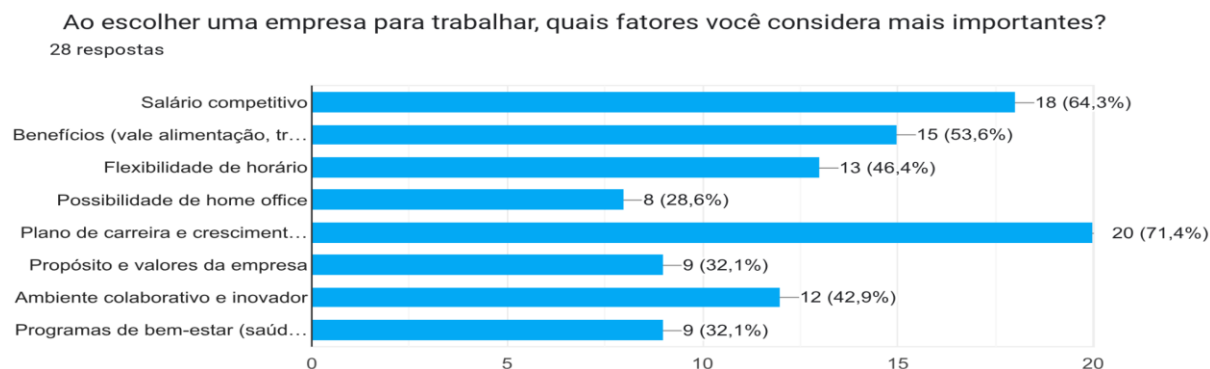


Fonte: Dados da pesquisa (2025).

Ao serem questionados quanto aos fatores decisivos na escolha de uma empresa para trabalhar, de acordo com o gráfico 4, os fatores de maior relevância foram:

- Salário competitivo e benefícios (vale-alimentação, plano de saúde, convênios);
- oportunidades de aprendizado e plano de carreira;
- flexibilidade e equilíbrio entre vida pessoal e profissional;
- possibilidade de home office.

Gráfico 4 - Fatores importantes na escolha de uma empresa.

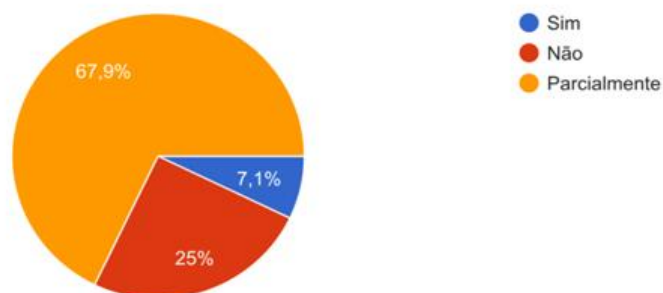


Fonte: Dados da pesquisa (2025).

De acordo com o gráfico 5 apresentado abaixo, quando questionados sobre as empresas de Sorocaba, se estão preparadas para atrair a Geração Z, a grande maioria de 67,9% respondeu “parcialmente”, o que sugere que existem esforços em andamento, mas ainda insuficientes para atender às expectativas desse público. Os demais 25% entendem que as empresas de Sorocaba não estão preparadas e apenas 7,1% defendem que as empresas estão totalmente preparadas.

Gráfico 5 - Percepção sobre o preparo das empresas de Sorocaba.

Na sua opinião, as empresas de Sorocaba estão preparadas para atrair a Geração Z?  
28 respostas

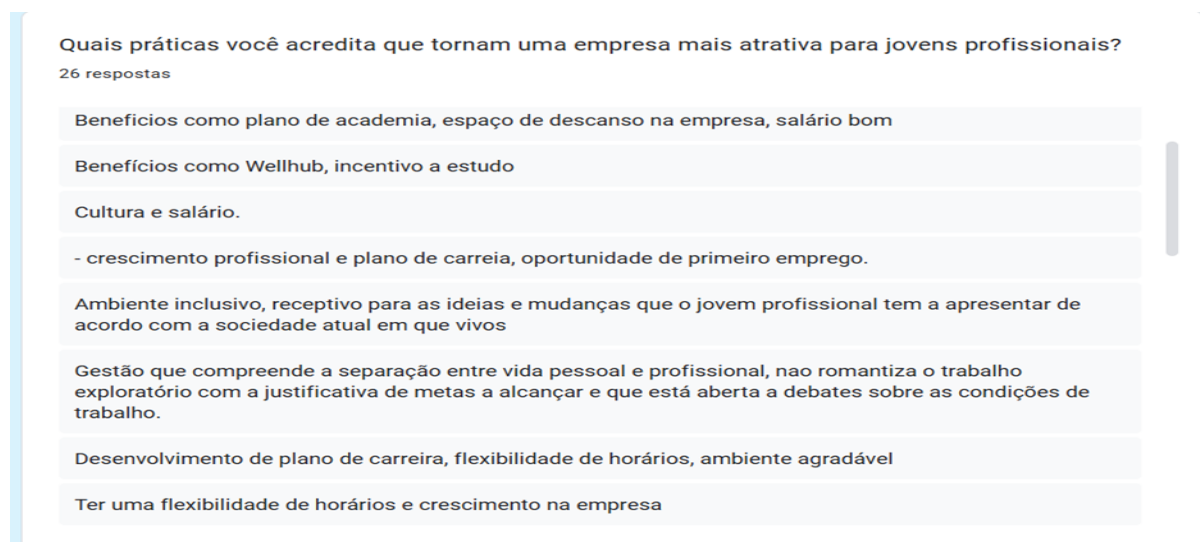


Fonte: Dados da pesquisa (2025).



Sobre as práticas que tornam uma empresa mais atrativa, no gráfico 6 abaixo, destacaram-se: flexibilidade nos processos, incentivo a estudos, benefícios diferenciados (como programas de bem-estar e psicologia), valorização das habilidades individuais e perspectivas claras de crescimento.

Gráfico 6 – Práticas mais atrativas ofertadas pelas empresas.

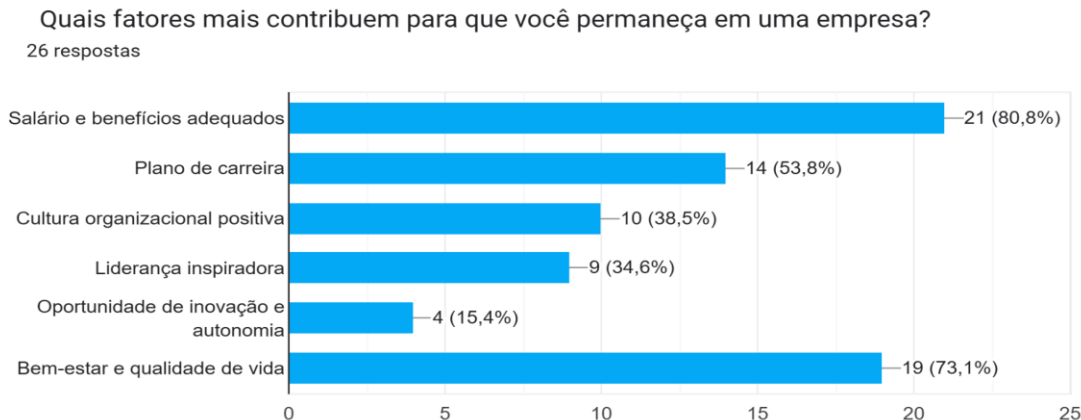


Fonte: Dados da pesquisa (2025).

Dos fatores apontados como motivo para permanecer na empresa, metade dos jovens declarou já ter deixado um emprego por não se identificar com os valores ou práticas organizacionais, reforçando a relevância de fatores culturais e de propósito na retenção dessa geração. Entre os fatores que mais contribuem para permanecer em uma empresa, foram destacados no gráfico 7:

- salário e benefícios adequados;
- liderança inspiradora e ambiente de reconhecimento;
- plano de carreira estruturado;
- autonomia e inovação no trabalho.

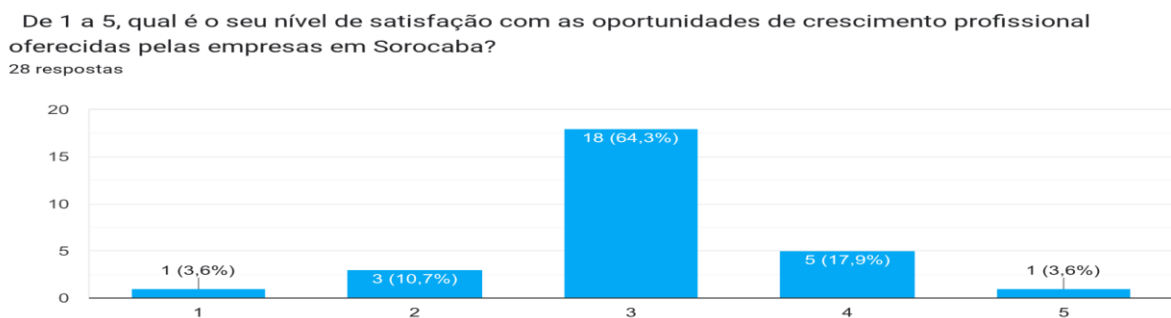
Gráfico 7- Fatores que contribuem para permanecer na empresa



Fonte: Dados da pesquisa (2025).

Na avaliação de satisfação (escala de 1 a 5), a maioria classificou as oportunidades de crescimento profissional em Sorocaba como “razoáveis” (3 a 4 pontos), demonstrando que há espaço para melhorias.

Gráfico 8 – Nível de satisfação com oportunidades de crescimento



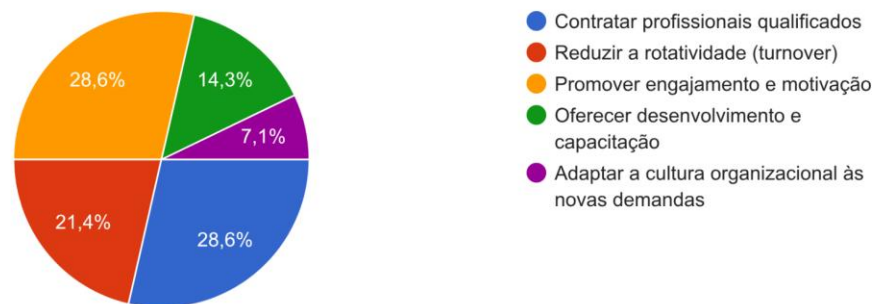
Fonte: Dados da pesquisa (2025).

Quanto aos maiores desafios da gestão de pessoas em relação à Geração Z, 28,6% dos entrevistados apontaram: contratação de profissionais qualificados, 28,6% responderam promoção de engajamento e motivação, 21,4% apontam sobre o desafio da rotatividade (turnover), 14,3% informaram que o desafio está na oferta de desenvolvimento contínuo e por fim 7,1% responderam: Adaptar a cultura organizacional às novas demandas.

Gráfico 9- Desafios da gestão em relação à Geração Z

Na sua opinião, qual é o maior desafio da gestão de pessoas em relação à Geração Z?

28 respostas



Fonte: Dados da pesquisa (2025).

Por fim, as sugestões de mudanças e práticas que poderiam melhorar a experiência da Geração Z incluíram: flexibilização de processos internos, maior atualização de benefícios, apoio psicológico, criação de projetos que valorizem ideias dos jovens e reconhecimento das particularidades individuais.

Esses resultados obtidos apontam que, embora já existam avanços nas práticas de gestão em Sorocaba, as organizações ainda precisam evoluir em aspectos como flexibilidade, cultura organizacional e valorização profissional, para atender de forma mais efetiva às demandas da Geração Z.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao concluir este estudo, pode-se compreender que a presença da Geração Z no mercado de trabalho representa um ponto de virada para as empresas de Sorocaba – SP. Ao longo da pesquisa, percebemos que os modelos tradicionais de gestão de pessoas já não acompanham as expectativas desse novo grupo de profissionais, que busca muito mais do que estabilidade e benefícios comuns. Eles desejam propósito, oportunidades reais de crescimento, flexibilidade e equilíbrio entre vida pessoal e profissional — fatores que influenciam diretamente suas decisões de permanência ou saída de uma empresa.

Os resultados mostraram que, embora existam iniciativas positivas nas organizações sorocabanas, ainda há um longo caminho a ser percorrido. Muitas empresas estão em processo de adaptação, mas ainda não conseguem atender plenamente às demandas dessa geração, o que se reflete, principalmente, nos altos

índices de rotatividade. A pesquisa revelou que um número significativo de jovens já deixou empregos por não se identificar com os valores organizacionais, reforçando o quanto cultura, reconhecimento e ambiente de trabalho têm peso nas escolhas da Geração Z.

Por outro lado, os dados também apontam oportunidades importantes. Quando há liderança inspiradora, clareza de crescimento, valorização das individualidades e incentivo ao desenvolvimento, esses jovens tendem a se engajar mais e permanecer por mais tempo. Isso mostra que a chave para atrair e reter essa geração está menos em benefícios tradicionais e mais na construção de experiências de trabalho significativas.

Diante disso, fica evidente que atender às necessidades da Geração Z não é apenas um desafio, mas uma chance para que as empresas repensem suas estratégias, inovem em gestão e fortaleçam sua competitividade. Criar ambientes mais humanos, flexíveis e alinhados às transformações tecnológicas e sociais não beneficia somente os jovens profissionais, mas também contribui para equipes mais motivadas, produtivas e preparadas para o futuro.

Assim, este estudo reforça que compreender a Geração Z e adaptar a gestão de pessoas às suas características é um passo essencial para que as organizações avancem rumo a um modelo de trabalho mais moderno, sustentável e conectado com as expectativas das novas gerações — e também com o que o mercado atual exige.

## Referências

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011.

BOLDRINI, Bruna Cristina; LUCENA, Wellington Machado. Os desafios enfrentados pelas organizações atuais pela inserção da “Geração Z” no mercado de trabalho. **Destarte - Revista Interdisciplinar**, v. 4, n. 2, p. 1-15, 2014.

Disponível em:

<https://estacio.periodicoscientificos.com.br/index.php/destarte/article/view/423>.

Acesso em: 23 abr. 2025.

BOLDRINI, Eduardo; LUCENA, Maria Clara. **Novas gerações e os desafios da gestão de pessoas**. São Paulo: Atlas, 2014.

BRASIL. Ministério do Trabalho e Emprego. **Juventude e mercado de trabalho: panorama nacional**. Brasília: MTE, 2024.

BRASIL. Ministério do Trabalho e Emprego. **Empregabilidade Jovem: dados sobre o mercado de trabalho para adolescentes e jovens no Brasil – 1º trimestre de**

2024. Brasília: MTE, 2024. Disponível em: <https://www.gov.br/trabalho-e-emprego/empregabilidade-jovem>. Acesso em: 24 abr. 2025.

BRASIL. Ministério do Trabalho e Emprego. **Jovens ganham espaço no mercado de trabalho e impulsionam queda no desemprego e na informalidade**. Brasília: MTE 2025. Disponível em: <https://www.gov.br/trabalho-e-emprego/pt-br/noticias-e-conteudo/2025/abril/jovens-ganham-espaco-no-mercado-de-trabalho-e-impulsionam-queda-no-desemprego-e-na-informalidade>. Acesso em: 22 nov. 2025.

CERIBELI, Renata. **Perfil e comportamento da Geração Z**: desafios e oportunidades no mercado de trabalho. Curitiba: Appris, 2023.

ESCOBAR, A. de A., Lopes da Silva, C. G., & Martins, G. (2024). Impactos da Geração Z no mercado de trabalho: reestruturações necessárias para atrair e reter talentos nas organizações. **Revista Científica Multidisciplinar Viabile**, 3(1). DOI: 10.56876/revistaviabile.v3n1.01 - Disponível em: <https://institutoviabile.com.br/impactos-da-geracao-z-no-mercado-de-trabalho/>. Acesso em: 23 abr. 2025.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

MARTINS, Alessandra. Geração Z: impactos, expectativas e desafios no ambiente corporativo. **Revista Tópicos**, v. 2, n. 16, 2024. ISSN: 2965- 6672. Disponível em: <https://revistatopicos.com.br/artigos/geracao-z-impactos-expectativas-e-desafios-no-ambiente-corporativo>. Acesso em: 23 abr. 2025.

MARTINS, João Paulo. **Gestão de pessoas e novas gerações**: práticas para o século XXI. São Paulo: Saraiva, 2024.

OLIVEIRA, Lucas; FIALHO, Ana Beatriz. **Retenção de talentos da Geração Z**: perspectivas e estratégias. Belo Horizonte: UFMG, 2022.

REIS, Elismar Vicente; TOMAÉL, Maria Inês. A geração Z e as plataformas tecnológicas. **Informação & Informação**, [S. l.], v. 22, n. 2, p. 371–388, 2017. DOI: 10.5433/1981-8920.2017v22n2p371. Disponível em: <https://ojs.uel.br/revistas/uel/index.php/informacao/article/view/31460>. Acesso em: 23 abr. 2025.

REIS, Fernando. **Geração Z e tecnologia**: um estudo sobre nativos digitais. Rio de Janeiro: Elsevier, 2017.

RODRIGUES, Camila. **Contratação e atração da Geração Z**: tendências no mercado de trabalho brasileiro. Campinas: Alínea, 2023.

SANTOS, Mariana. **Ambientes colaborativos e o impacto na Geração Z**. Porto Alegre: Bookman, 2021.

SILVA, R. N. C. da. (2024). A singularidade da Geração Z no mercado de trabalho. **Revista Tópicos, Ciências Sociais Aplicadas**, 27 de novembro de 2024. DOI: 10.5281/zenodo.14231443

Disponível em: [https://revistatopicos.com.br/artigos/a-singularidade-da-geracao-z-no-mercado-de-trabalho\\_](https://revistatopicos.com.br/artigos/a-singularidade-da-geracao-z-no-mercado-de-trabalho_) - Acesso em: 23 abr. 2025.

SOUZA, André; WEILER, Patrícia. **Gestão de pessoas e os desafios contemporâneos**. Florianópolis: UFSC, 2025.

SOUZA, C. E. C. de; WEILER, T. K. R. A Influência da Geração Z nas Organizações. **Revista Ciência da Sabedoria**, [S. l.], v. 4, n. 1, p. e72, 2025. Disponível em: <https://revista.faciencia.com.br/index.php/rcs/article/view/72>. Acesso em: 24 abr. 2025.

THOMAZ LIMA, E., BONIOLO, M. C., de CARVALHO MIDÕES e SILVA, T., & de Oliveira, M. A. (2022). Geração Z no mercado de trabalho: fatores que incentivam a motivação dos jovens nas organizações. **Revista Científica ACERTTE**, 2(6), e2677. DOI: 10.47820/acertte.v2i6.77 - Disponível em: <https://acertte.org/index.php/acertte/article/view/77> - Acesso em: 23 abr. 2025.

YIN, R. K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2015.