

# Empresas & Negócios

MERCADO CRIPTO EM 2026

## CINCO PREVISÕES INSPIRADAS NA REVOLUÇÃO DA PRAIA BITCOIN

Leia na página 8

### Equipes com quatro gerações

## Desafio da liderança multigeracional nas empresas brasileiras

Para o executivo Alessandro Ferreira, CFO da Sorocaba Refrescos, integrar gerações distintas é uma oportunidade de inovação e equilíbrio nas organizações

A convivência entre Baby Boomers, Geração X, Millennials ou Geração Z já é uma realidade em boa parte das empresas brasileiras. Em um mesmo time, é possível encontrar profissionais que começaram a carreira antes da internet e outros que cresceram conectados a ela. Esse encontro de mentalidades, ritmos e expectativas vem exigindo dos líderes uma nova habilidade: a gestão multigeracional.

Para o executivo Alessandro de Freitas Ferreira, CFO da Sorocaba Refrescos, empresa do sistema Coca-Cola, o desafio não está apenas nas diferenças de idade, mas no modo como cada geração entende o trabalho. "Enquanto os Baby Boomers valorizam estabilidade e reconhecimento hierárquico, os Millennials e a Geração Z buscam propósito, autonomia e velocidade. O papel do líder é equilibrar esses mundos, criando espaços de aprendizado mútuo e respeito", afirma.

De acordo com levantamento da Society for Human Resource Management (SHRM), cerca de 35% da força de trabalho global pertence à Geração X, 38% à Geração Y e 6% à Geração Z. Já os Baby Boomers representam aproximadamente 18% dos profissionais ainda ativos. A mesma pesquisa aponta que 61% das empresas enfrentam conflitos geracionais dentro das equipes, especialmente relacionados à comunicação e à flexibilidade de horários.

Ferreira defende que lidar com quatro gerações no mesmo ambiente corporativo



Alessandro de Freitas Ferreira

**“Enquanto os Baby Boomers valorizam estabilidade e reconhecimento hierárquico, os Millennials e a Geração Z buscam propósito, autonomia e velocidade. O papel do líder é equilibrar esses mundos, criando espaços de aprendizado mútuo e respeito.”**

é uma oportunidade para aumentar a performance coletiva. "A convivência entre gerações diferentes amplia a capacidade de inovação. Jovens trazem novas tecnologias e velocidade, enquanto profissionais mais

experiêncies oferecem visão estratégica e consistência nas decisões. Quando essas forças se complementam, a empresa ganha em solidez e adaptação", explica.

No entanto, o executivo alerta que essa integração não acontece de forma automática. "Não basta reunir gerações distintas e esperar harmonia. É preciso criar uma cultura organizacional que valorize as diferenças, promova o diálogo e reconheça que motivadores e linguagens mudaram", pontua.

Uma das soluções apontadas por Ferreira é o mentoring reverso, modelo no qual profissionais mais jovens compartilham conhecimentos sobre tecnologia e novas ferramentas, enquanto os mais experientes oferecem repertório e visão de negócio. "É uma via de mão dupla. A liderança precisa estimular essa troca como prática contínua, não como projeto pontual", reforça.

Segundo ele, a gestão multigeracional também passa por revisar políticas internas e a proposta de valor ao empregado. "Não é possível motivar um colaborador de 60 anos da mesma forma que um de 25. O que mantém um é a estabilidade; o que engaja o outro é o desafio. Empresas que entendem isso conseguem atrair e reter talentos de todos os perfis", afirma Ferreira.

Um estudo recente do World Economic Forum mostra que países que promovem maior integração entre gerações podem elevar o PIB per capita em até 19% em três décadas. Para o executivo, o número reforça o impacto econômico e humano da diversidade etária. "A geração não define competência. O que define é a capacidade de aprender com o outro. E as organizações que entenderem isso sairão na frente na corrida pela inovação e pela sustentabilidade de longo prazo", conclui.

### Conheça três práticas para fortalecer o fluxo de clientes e manter a agenda cheia

Manter o fluxo constante de clientes é um desafio recorrente entre profissionais de serviços, especialmente em períodos de menor movimento.

### Mercado empreendedor segue desafiador para startups

Em um momento de cautela diante do atual cenário político e econômico, soluções inovadoras e de resultados imediatos, como a automatização de processos e a racionalização de custos, podem ser importantes diferenciais para que jovens empresas se destaquem.

### Panorama dos meios de pagamento para e-commerce no Brasil

O meio de pagamento deixou de ser detalhe técnico para virar peça central da estratégia dos e-commerces no Brasil.

### Marketing 2026: cinco estratégias sensoriais que se destacarão

O consumidor moderno busca experiências que despertem emoções e memórias duradouras – o que evidencia que não basta oferecer um bom produto: é necessário criar ambientes imersivos, onde visão, som, aroma e, até mesmo, o toque, se conectem para gerar pertencimento e diferenciação nessa relação.

Para informações sobre o  
**MERCADO FINANCEIRO**  
faça a leitura do  
QR Code com seu celular



**Empresas & Negócios do AGRO**  
agronegocio@netjen.com.br

Nesta edição temos um Suplemento de Agronegócio que aborda os principais assuntos do setor.



### Negócios em Pauta

Divulgação: Heli Brasil



### Tripla premiação global

A Heli Brasil teve seu modelo de gestão e resultados reconhecidos durante o Global Dealer Meeting 2025, organizado pela Heli China (Anhui Forklift Group), uma das sete maiores fabricantes de equipamentos do mundo. No evento, realizado em Hefei, na China, com líderes de mais de 180 países, a unidade brasileira recebeu três premiações de muita honra. Além de uma homenagem adicional à presidente do Grupo KMR, Kelly Rech, que também foi convidada a apresentar sua história e metodologia de crescimento e liderança para a rede global de altos executivos. Na ocasião, a presidente do Grupo KMR, Kelly Rech, recebeu uma distinção direta do presidente da Heli China, Mr. Zhou, pela eficiência no comando da operação brasileira. Em cerimônia privada, o time Heli Brasil, headquarter em Itajá (SC), foi premiado pela solidez e pelo desempenho que garantiu a visibilidade da marca na América do Sul. No encerramento do evento, a Heli Brasil recebeu o prêmio de performance em vendas e engajamento da equipe, validando sua estratégia comercial (<https://helibrasil.com/>).

Leia a coluna completa na página 3

### News@TI

Divulgação/ Katélia Lab



Prof. Dr. Anderson Cunha (UFSCar), Dra. Valéria Longo (Katélia Lab) e Profa. Dra. Lucia Helena Mascaro Sales (CDMF/CEPID/FAPESP/UFSCar)

### Tecnologia genética impulsiona startup que cria exame para saúde capilar

A KATLÉIA LAB, em parceria com centros de pesquisa da Universidade Federal de São Carlos (UFSCar), depositou no dia 19 de novembro uma patente referente ao Hair DNA, uma tecnologia inovadora de diagnóstico capilar genético, que revoluciona a forma como cabelos e couro cabeludo são avaliados e tratados com base no DNA. O exame analisa 60 polimorfismos de 20 genes, diferenciando sete perfis capilares, o que permite uma abordagem de cuidado personalizado, precisa e baseada em ciência. O trabalho integra um projeto apoiado pela Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (projetos 17/25796-3 e 16/15454-5), por meio do Programa Pesquisa Inovativa em Pequenas Empresas (PIPE), e desenvolvido em parceria com o Centro de Desenvolvimento de Materiais Funcionais (CDMF/CEPID/FAPESP/UFSCar) e do Departamento de Genética e Evolução da UFSCar.

Leia a coluna completa na página 2

### A Mente do Cliente

Quando escolher demais cansa:  
O Paradoxo da Abundância



Neiva Mendes

Leia na página 5

### A Outra Sala

O trauma da escassez:  
quando o desejo não morre,  
só aprende a caber



Ana Luisa Winckler

Leia na página 4