



COPA DO MUNDO 2026

COMO TRANSFORMAR TORCIDA EM VENDA?

▶▶▶ [Leia na página 8](#)

Geração Z transforma relações de trabalho e leva empresas a se adaptarem

Perfil mais dinâmico e conectado desafia organizações a repensar estratégias de atração e retenção de talentos

A chegada da Geração Z ao mercado de trabalho tem provocado mudanças na forma como empresas e profissionais se relacionam. Mais do que ocupar novas vagas, esses jovens trazem diferentes expectativas sobre carreira, propósito e qualidade de vida. Por esse motivo, muitas organizações estão sendo desafiadas a repensar modelos tradicionais para atrair e reter talentos.

Nascidos entre 1997 e 2010, cercados pela tecnologia e pelo acesso rápido à informação, os jovens dessa geração tendem a valorizar ambientes mais dinâmicos, colaborativos e alinhados aos seus valores. Segundo a docente do Programa Jovem Aprendiz do Senac Viamão, Cristiane Silva de Lisboa, uma das principais diferenças em comparação com as gerações passadas, está na forma como o trabalho é encarado. “São jovens que gostam de entender o propósito do que fazem. Eles querem participar, opinar e compreender como seu trabalho contribui para o todo. Também valorizam muito a comunicação aberta e o reconhecimento”, explica.

Além disso, a busca por equilíbrio entre vida pessoal e profissional ganha protagonismo. A flexibilidade, antes vista como um benefício, passa a ser considerada essencial para muitos desses profissionais. “Para muitos, ela é vista como uma forma de equilibrar trabalho, estudos, família e vida pessoal. Eles buscam oportunidades de aprendizado, crescimento e desenvolvimento. Querem construir uma carreira, mas também desejam qualidade de vida, equilíbrio e um trabalho que faça sentido”, destaca.

No entanto, essa mudança de postura também traz desafios. Apesar de possuírem facilidade para lidar com a tecnologia, acessar informações e aprender rapidamente, os jovens também precisam desenvolver habilidades relacionadas à concentração, paciência e gestão do excesso de informações. “Muitos



SeventyFour_CANVA

“São jovens que gostam de entender o propósito do que fazem. Eles querem participar, opinar e compreender como seu trabalho contribui para o todo. Também valorizam muito a comunicação aberta e o reconhecimento

estão acostumados com respostas rápidas e podem esperar resultados em menos tempo. Um dos desafios é compreender que o crescimento profissional exige dedicação e construção gradual”, afirma Cristiane.

As diferenças também aparecem na relação com as empresas. Enquanto os jovens esperam mais diálogo, participação e feedback constante, muitas organizações ainda operam com estruturas mais tradicionais. “Essas diferenças aparecem principalmente na comunicação e na forma de encarar o

desenvolvimento profissional. Por isso eles costumam se adaptar melhor a ambientes que promovem diálogo, colaboração e respeito. Não rejeitam regras, mas gostam de entender sua importância”, pontua.

Para a docente, a adaptação não deve ser unilateral. “As empresas devem compreender as novas necessidades dos profissionais, enquanto os jovens precisam desenvolver comprometimento, responsabilidade e resiliência diante dos desafios do trabalho. Alguns jovens acreditam que alcançarão crescimento rápido e reconhecimento imediato. Com a experiência, normalmente compreendem melhor os desafios e etapas da construção de uma carreira”, avalia.

Do ponto de vista das organizações, compreender esse perfil é fundamental para manter a competitividade. Empresas que prometem um ambiente inovador sem oferecer oportunidades reais de crescimento, não investem em desenvolvimento profissional e não mantêm uma comunicação transparente não conseguirão reter esses profissionais. “As organizações precisam acompanhar as mudanças da sociedade e das novas gerações para permanecerem atrativas e competitivas”, complementa.

Quando há alinhamento entre empresa e colaborador, os impactos são positivos. Esse cenário contribui para ambientes mais colaborativos e para a construção de relações de trabalho mais sustentáveis no longo prazo. “O engajamento aumenta, o que favorece a produtividade, a inovação e a retenção de talentos”, diz Cristiane.

A tendência, segundo a docente, é que essa geração ganhe ainda mais espaço nos próximos anos, influenciando diretamente a cultura das organizações. Diante desse cenário, empresas que souberem se adaptar terão mais chances de atrair, desenvolver e reter talentos. “Vejo uma geração ocupando posições de liderança e contribuindo para transformar a forma de trabalhar, com profissionais cada vez mais conectados, inovadores e atentos às questões humanas e sociais”, conclui.

Como a logística pode manter a experiência do cliente diante de aumentos de demanda

O crescimento repentino da procura por determinados produtos passou a fazer parte da rotina. Seja por influência de tendências de consumo, mudanças de comportamento ou fatores externos que afetam o mercado, as empresas precisam lidar com oscilações cada vez mais rápidas e difíceis de prever. Nesses momentos, não basta ter produto disponível. ▶▶▶

Para informações sobre o

MERCADO
FINANCEIRO

faça a leitura do
QR Code com seu celular



Negócios em Pauta

AI/Congresso The smarter e South America 2026



Entre as melhores franquias do Brasil

Duas das principais redes do ecossistema de turismo no país, Vai Voando e Flytour Franchising, foram reconhecidas entre as melhores franquias do Brasil na edição mais recente do prêmio “Melhores Franquias do Brasil”, promovido pela revista Pequenas Empresas & Grandes Negócios (PEGN). O reconhecimento reforça a consolidação de modelos de negócio que combinam capilaridade, inclusão e escalabilidade no setor de turismo, em um momento em que o franchising brasileiro segue como um dos motores mais relevantes do empreendedorismo no país, com crescimento consistente e expansão de redes em diferentes segmentos de serviços. ▶▶▶ [Leia a coluna completa na página 3](#)

News@TI

Envato



ICMC abre vaga de pós-doutorado FAPESP em IA e Processamento de Línguas Naturais

@O Instituto de Ciências Matemáticas e de Computação (ICMC), da USP, em São Carlos, está com chamada aberta para o projeto Previsão e análise do sucesso na ciência com redes complexas e processamento de linguagem natural. Financiado pela Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (FAPESP), a pesquisa será desenvolvida de forma presencial no Núcleo Interinstitucional de Linguística Computacional (NILC), um dos principais centros de pesquisa do Brasil dedicado ao Processamento de Linguagem Natural (PLN). O projeto é destinado a pesquisadores que concluíram o doutorado nos últimos sete anos em áreas como: Ciência da Computação, Matemática Aplicada, Física, Engenharia Elétrica e de Computação, Ciência de Dados e Estatística. As atividades terão início o mais breve possível, mediante acordo. Os interessados têm até dia 31 de julho de 2026 para se inscrever exclusivamente via e-mail: diego@icmc.usp.br. ▶▶▶ [Leia a coluna completa na página 2](#)

A Mente do Cliente

As frases que repetimos moldam os comportamentos que aceitamos



Neiva Mendes

▶▶▶ [Leia na página 5](#)

A Outra Sala

O maior risco psicossocial talvez seja a história que inventamos.



Ana Luisa Winckler

▶▶▶ [Leia na página 4](#)

O consumidor já é híbrido

O consumidor brasileiro não é digital first, mas ele também não busca o ambiente físico primeiro. O entendimento atual é de que ele é, acima de tudo, um consumidor de comportamento híbrido. ▶▶▶

A Copa de 2026 não será vencida com gols, mas com pertencimento

A Copa do Mundo sempre foi um terreno confortável para as marcas. Bastava associar-se à Seleção, vestir o país de verde e amarelo e ativar promoções do tipo “compre e concorra” para aproveitar uma emoção coletiva já estabelecida. ▶▶▶

Seis estratégias para converter Provas de Conceito em contratos de alto valor

Diretor internacional de vendas da Kumulus revela o caminho para consolidar relacionamentos duradouros, indo além da implementação tecnológica e focando em resultados operacionais. ▶▶▶