

Engarrafador[®]

A plataforma de conteúdo da cadeia de valor de bebidas

MODERNO

Cerveja #1



O HYPE DAS PROTEÍNAS E DAS BEBIDAS LO/NO

Em alta no mundo e com perspectivas
de crescimento acima de dois dígitos
nos próximos anos

EDITORIAL



O HYPE DAS PROTEÍNAS E DAS BEBIDAS LO / NO

Os fabricantes de cervejas e outras bebidas precisam estar atentos aos processos de biofermentação utilizados para a extração de proteínas que, além de fornecerem uma fonte adicional de nutrientes para a bebida em processo, podem também ser uma fonte adicional de receita.

Alguns fabricantes de máquinas no Brasil atendem essa nova demanda com um portfólio de equipamentos que inicia com lotes menores de produção.

A fermentação é um processo muito bem conhecido pelos fabricantes de cerveja, mas como tudo na vida segue evoluindo, daí a importância de explorar a oportunidade e permanecer na vanguarda da indústria de bebidas e alimentos no mundo.

Assim como o mercado de bebidas saudáveis e suplementos alimentares, as bebidas sem e com baixo teor de álcool estão com crescimento global anual de 7% com um movimento de quase 800 bilhões de dólares. Esse crescimento é sustentado pelo aumento da conscientização do consumidor por aspectos de uma vida mais saudável.

Cerveja #1

O HYPE DAS PROTEÍNAS E DAS BEBIDAS LO / NO



PROCESSO

FERMENTAÇÃO DE PRECISÃO PARA PRODUÇÃO DE CERVEJAS, ALIMENTOS E PROTEÍNAS ALTERNATIVAS

Com o aumento da população mundial e, conseqüentemente, da demanda por alimentos, a fermentação de precisão assume papel de destaque em várias indústrias impactando diretamente a disponibilidade e qualidade dos produtos no mercado

1



MERCADO

CERVEJA ARTESANAL TEM QUEDA DE VENDAS NOS ESTADOS UNIDOS

Relatório Anual de Produção da Indústria Cervejeira aponta queda nas vendas

2



CONSUMO

BACCO DESTILADOS LANÇA MARCA DE BEBIDAS ZERO ÁLCOOL

Produtos sem álcool da marca curitibana miram novas gerações e acompanham a transformação global no consumo de bebidas

3



TENDÊNCIAS

GERAÇÃO Z VAI REPRESENTAR 58% DA FORÇA DE TRABALHO NO MUNDO ATÉ 2030

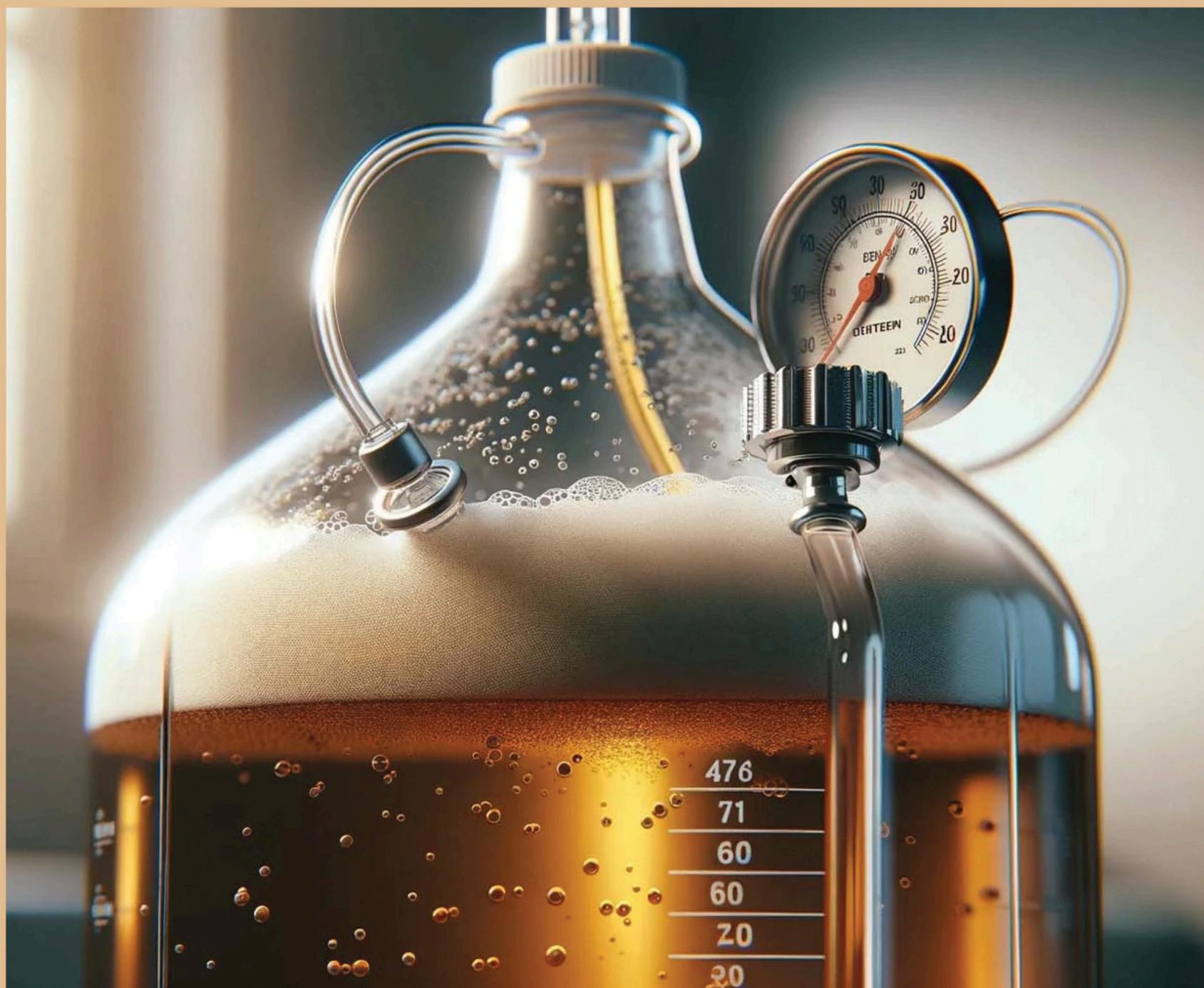
Eles valorizam mais o equilíbrio entre a vida pessoal e profissional, assim como a responsabilidade social corporativa, o tempo livre remunerado e os horários flexíveis

4



FERMENTAÇÃO DE PRECISÃO PARA PRODUÇÃO DE CERVEJAS, ALIMENTOS E PROTEÍNAS ALTERNATIVAS

Com o aumento da população mundial e, conseqüentemente, da demanda por alimentos, a fermentação de precisão assume papel de destaque em várias indústrias impactando diretamente a disponibilidade e qualidade dos produtos no mercado





Definido como um processo biológico que transforma açúcares em álcool e dióxido de carbono, através da utilização de microrganismos como leveduras e bactérias, a fermentação nas cervejarias é um método amplamente utilizado, assim como na produção de diversas bebidas alcoólicas, como vinho e sidra, além de algumas bebidas não alcoólicas, como kombucha.

Com o avanço da ciência e o desenvolvimento de novas tecnologias, a fermentação atingiu padrões de excelência nas cervejarias com a utilização de equipamentos, leveduras e controles de processos cada vez mais eficazes possibilitando a fabricação de produtos de alta complexidade com características únicas de sabor e aroma.

Novas tecnologias, como sensores e softwares especializados em cervejaria entregam os dados que a operação necessita em tempo real permitindo ajustes e tomadas de decisão vitais para a qualidade do processo.

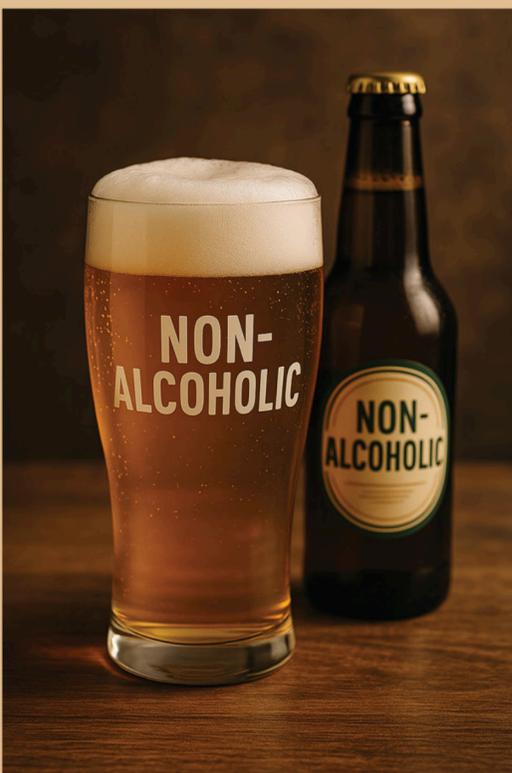
DESAFIOS E O FUTURO DA FERMENTAÇÃO

Entre os principais desafios da fermentação de bebidas está a contaminação por microrganismos indesejáveis podendo comprometer a qualidade do produto final, resultando em sabores off-flavors ou até mesmo na produção de substâncias tóxicas. Portanto, a higiene e o controle de qualidade são essenciais durante todo o processo de fermentação, desde a seleção dos ingredientes até o envase da bebida.



Pesquisas avançadas estão possibilitando o desenvolvimento de novas cepas de leveduras e bactérias, que podem resultar em bebidas com perfis de sabor únicos.

A fermentação de precisão permite maior controle e inovação no processo cervejeiro com a adoção de novas tecnologias, como: monitoramento em tempo real com a utilização de sensores que reduzem erros com sensível economia de tempo e outros desperdícios.



Produção de cervejas sem álcool

Bioreatores modernos, como o Steinecker Poseidon (veja abaixo), utilizam fermentação de precisão para criar cervejas sem álcool de forma rápida e eficiente, com fermentação em apenas 48 horas.

Sustentabilidade

A fermentação de precisão ajuda a reduzir o impacto ambiental, diminuindo o uso de recursos naturais e as emissões de gases de efeito estufa. Além disso, incentiva a produção local, reduzindo custos de transporte.





FERMENTAÇÃO DE PRECISÃO

A fermentação de precisão é uma técnica biotecnológica avançada que utiliza microrganismos geneticamente modificados para produzir proteínas, enzimas e outros compostos específicos. Esses microrganismos, como leveduras, bactérias ou fungos, são programados para agir como “fábricas” que sintetizam moléculas desejadas, como proteínas semelhantes às de origem animal, mas sem a necessidade de exploração animal.

Essa técnica é utilizada na produção de alternativas alimentares, como leite, queijos, carnes vegetais, bebidas e outros produtos que imitam características de alimentos tradicionais.

Proteínas alternativas: Microrganismos geneticamente modificados são usados para produzir proteínas como caseína (encontrada no leite) e albumina (presente nos ovos), permitindo a fabricação de queijos, leites e outros produtos lácteos sem a necessidade de exploração animal.

Substitutos de carne: Da mesma forma é utilizada para criar proteínas que imitam a textura e o sabor da carne, contribuindo para o desenvolvimento de alternativas vegetais. Muitas proteínas alternativas são derivadas de plantas, como soja, ervilha, grão-de-bico e arroz. Elas são usadas para criar produtos como hambúrgueres, leites e queijos à base de plantas.



Enzimas e vitaminas: Permite a fabricação de enzimas específicas para melhorar processos industriais e vitaminas para enriquecer alimentos de forma eficiente e sustentável.

Criação de novos sabores e ingredientes: A tecnologia possibilita o desenvolvimento de ingredientes que aprimoram o sabor e a funcionalidade dos alimentos.

CIÊNCIA E TECNOLOGIAS AVANÇADAS

A fermentação de precisão utiliza uma combinação de tecnologias avançadas como:

1 | ENGENHARIA GENÉTICA

Microrganismos, como bactérias, leveduras e fungos, são modificados geneticamente para produzir moléculas específicas, como proteínas semelhantes às de origem animal.

2 | BIOLOGIA SINTÉTICA

Essa abordagem permite projetar e construir novos sistemas biológicos ou modificar os existentes para realizar funções específicas, como a produção de ingredientes alimentares.

3 | BIOREATORES AVANÇADOS

Equipamentos que fornecem condições controladas para o crescimento de microrganismos e a produção de compostos desejados, garantindo eficiência e consistência.



4 | ANÁLISE DE DADOS E INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL

Ferramentas de IA são usadas para monitorar e otimizar os processos de fermentação, ajustando parâmetros como temperatura, pH e concentração de nutrientes.

5 | TÉCNICAS AVANÇADAS

Após a fermentação, técnicas avançadas são utilizadas para separar e purificar os compostos produzidos, garantindo alta qualidade e segurança.

SOLUÇÕES TECNOLÓGICAS

A Kronos, através de sua divisão de processos Steinecker, disponibiliza ao mercado um bioreator que utiliza a fermentação de precisão para produção de produtos como enzimas, gorduras, proteínas, vitaminas e outros.

As proteínas produzidas no fermentador podem ser combinadas com outros ingredientes e posteriormente processadas para reproduzir carnes, ovos ou laticínios. Segundo a empresa, um exemplo concreto desse cultivo e replicação de proteínas é a produção de biomassas, onde as células são colocadas em um tanque bioreator e a multiplicação celular acontece. Com parâmetros controlados, o bioreator fornece o ambiente adequado para a propagação dos nutrientes e sua transformação de acordo com as especificações do fabricante de bebidas e alimentos.



Com design compacto e oferecido em tamanhos de 500 a 100 mil litros, o bioreator permite ganhos de escala e flexibilidade. O equipamento pode ser adaptado em tanques e processos já existentes possibilitando eficiência de custos. Possui fácil instalação, operação simples e baixa manutenção.

O bioreator foi concebido com base na tecnologia já comprovada pela Steinecker para fermentação de cerveja, o fermentador Steinecker Poseidon. O equipamento é uma alternativa para a produção rápida, ecológica e econômica de cerveja, inclusive sem álcool. Nesse processo, o mosto é produzido em um ambiente aeróbico sem produção de etanol, possibilitando a produção de cerveja sem álcool 0,0%, em tempos extremamente reduzidos com fermentação em 48 horas.



CERVEJA ARTESANAL TEM QUEDA DE VENDAS NOS ESTADOS UNIDOS



Relatório Anual de Produção da Indústria
Cervejeira aponta queda nas vendas



A Brewers Association (BA) - associação que representa as pequenas e independentes cervejarias artesanais americanas divulgou seus números anuais de produção, destacando uma nova realidade para o mercado.

As cervejarias artesanais produziram 23,1 milhões de barris de cerveja em 2024, uma queda de 3,9% em relação a 2023. A participação de mercado da Craft em volume caiu ligeiramente para 13,3%, já que o mercado geral de cerveja dos EUA caiu 1,2% em volume.

O emprego no setor cervejeiro artesanal aumentou para 197.112 em 2024, um aumento de 3,0% em relação ao ano anterior, impulsionado pela mudança para modelos focados em hospitalidade, como choperias e cervejarias, que criam mais empregos nas comunidades locais.

Em valor, as artesanais atingiram cerca de US\$ 28,9 bilhões, um aumento de 3% em relação ao ano anterior. Esse crescimento reflete ajustes de preços e desempenho estável nas vendas no local, que superaram as vendas distribuídas em muitos mercados. A cerveja artesanal representou 24,7% do mercado total de cerveja nas vendas no varejo.

Em 2024, havia 9.861 cervejarias artesanais em operação nos EUA, incluindo 2.034 microcervejarias, 3.599 cervejarias, 3.948 cervejarias com choperia e 280 cervejarias artesanais regionais. 2024 foi o primeiro ano desde 2005 em que o número de cervejarias que fecha-



ram ultrapassou as aberturas de cervejarias em todo o país. No entanto, o número total de cervejarias nos EUA aumentou para 9.922, acima das 9.838 em 2023. Ao longo do ano, 430 novas cervejarias foram abertas, enquanto 529 fecharam. Embora as aberturas tenham diminuído pelo quarto ano consecutivo - refletindo um setor em amadurecimento e altamente competitivo - a taxa de fechamento permaneceu relativamente baixa em aproximadamente 5%.

“Em um mercado maduro, não é todo ano que acontece um crescimento substancial”, disse Matt Gacioch, economista da equipe da Brewers Association. “Embora possa não acontecer um volume de produção adicional, esse crescimento pode vir em operações de aprimoramento, práticas de negócios e cerveja de classe mundial. Mesmo neste ambiente desafiador, as pequenas cervejarias demonstraram que têm habilidades e resiliência para lutar durante esse período para estarem melhor posicionadas para os próximos meses e anos.”

As pequenas cervejarias lutam para sobreviver ao aumento de preços dos ingredientes, mudanças nas preferências do consumidor e aumento da concorrência em um mercado saturado. Tarifas sobre equipamentos de fabricação importados, barris de aço, latas de alumínio e ingredientes-chave, como lúpulo e malte, são exemplos dessas pressões financeiras. Esses custos são desafiantes para cervejarias pequenas e independentes, que geralmente operam com margens de lucro apertadas. Como resultado, muitos são forçados a adiar os planos



de expansão, aumentar os preços ou absorver perdas - agravando ainda mais os ventos contrários que já desafiam a indústria da cerveja artesanal.

EMBALAGENS

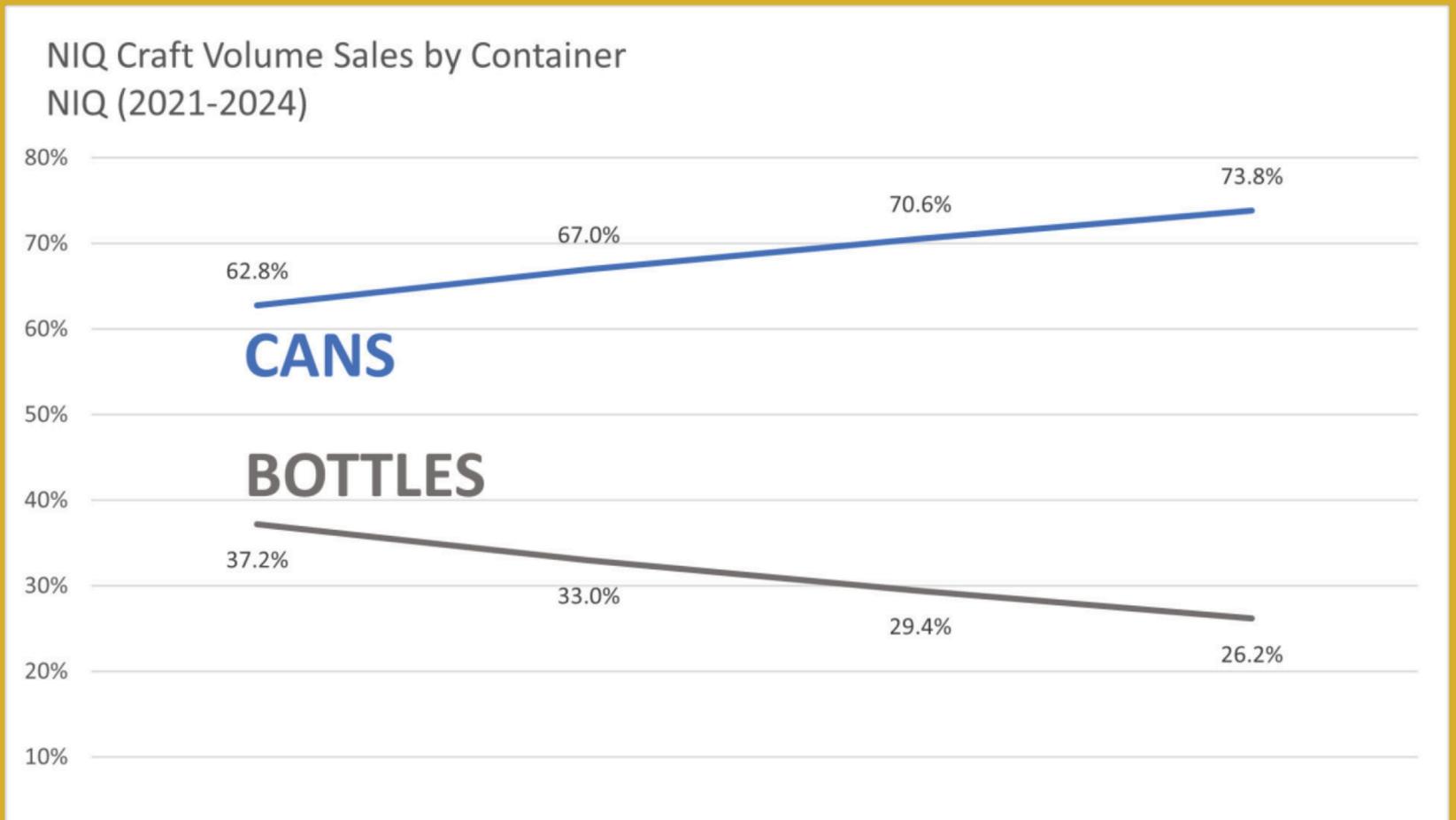
A guerra tributária travada em âmbito mundial atrai também as atenções da indústria de cerveja artesanal, pois essas tarifas podem impactar uma das principais embalagens utilizadas pelo setor nos últimos anos, a lata de alumínio.

Apesar de queda nas vendas em 2024, as latas continuaram em alta, representando quase três em cada quatro embalagens vendidas (76,0% para a BA Craft). O gráfico abaixo demonstra o aumento constante das latas nos quatro anos anteriores, aumentando a participação do volume de vendas de 3 a 4 pp anualmente desde 2021. Entendendo ser difícil para o alumínio crescer ainda mais à medida que atinge tal participação, até mesmo uma desaceleração (que pode estar começando a acontecer) ainda deixa a lata como embalagem dominante em um futuro próximo.

Para impulsionar esse crescimento nas latas, os cervejeiros americanos investiram significativamente em equipamentos nas últimas décadas, portanto não parece viável a troca de embalagem nesse momento, mesmo com o risco de aumento de preços causados pelas tarifas de alumínio.



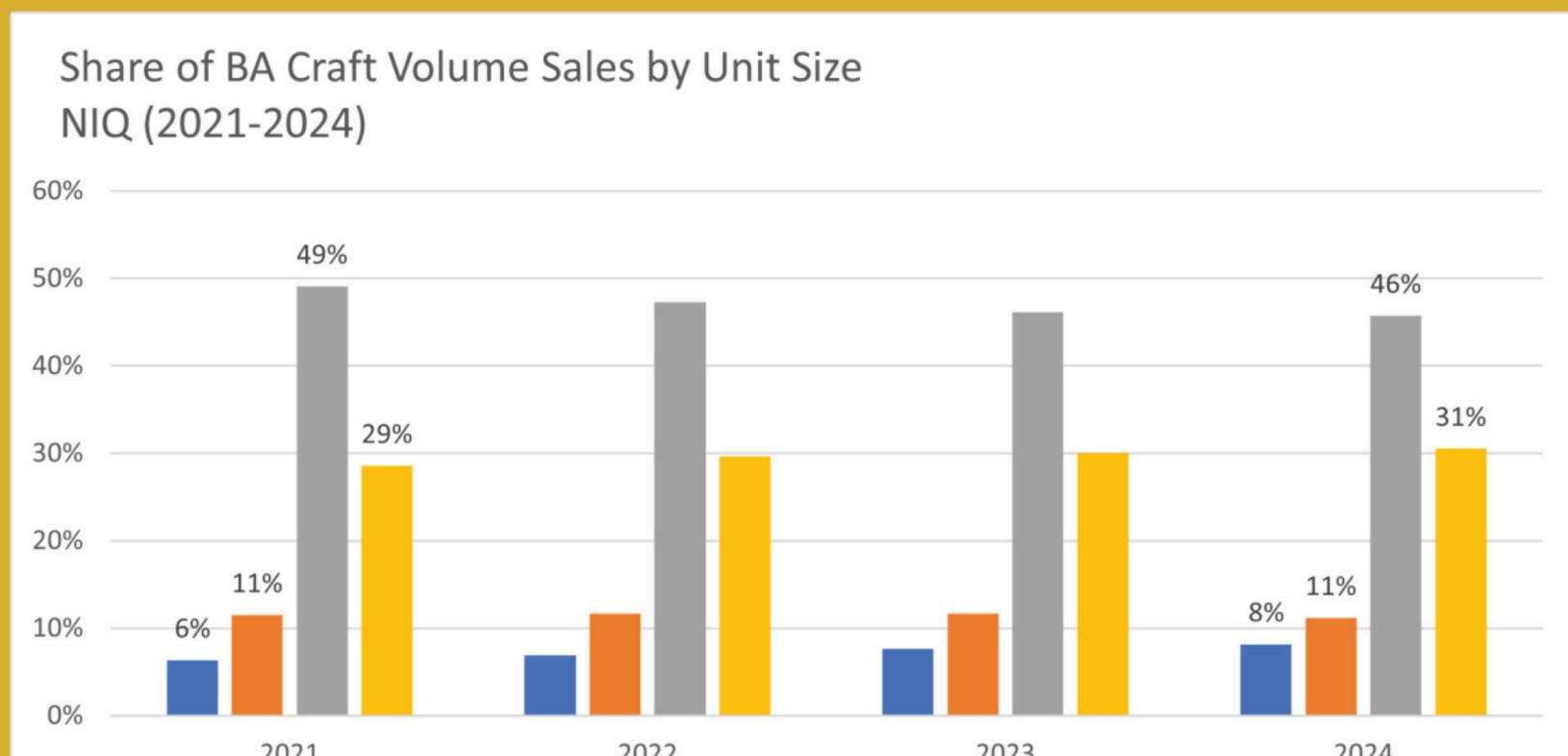
Gráfico do volume de vendas da NIQ Craft por recipiente (latas vs. garrafas) em 2021-2024



Na análise feita pela BA Craft, quatro tamanhos de unidade representam 96% da participação de volume: pacotes de 1 (ou “individuais”), pacotes de 4, 6 e 12 unidades. Entre estes, o pacote de 6 mantém a maior participação (46%), mas o volume caiu 5% no ano e o tamanho do pacote perdeu 0,4 pp da participação geral do volume. As maiores quedas foram observadas em embalagens de 4, cuja participação de 11% em 2024 caiu 0,5 p.p. em relação ao ano anterior, com uma queda de 8% no volume. Os pacotes de 12 tiveram ganho de participação com ligeiro declínio de volume, e o único ganhador em volume e participação foi a unidade individual.



Gráfico de participação do volume de vendas da BA Craft por tamanho unitário 2021-2024



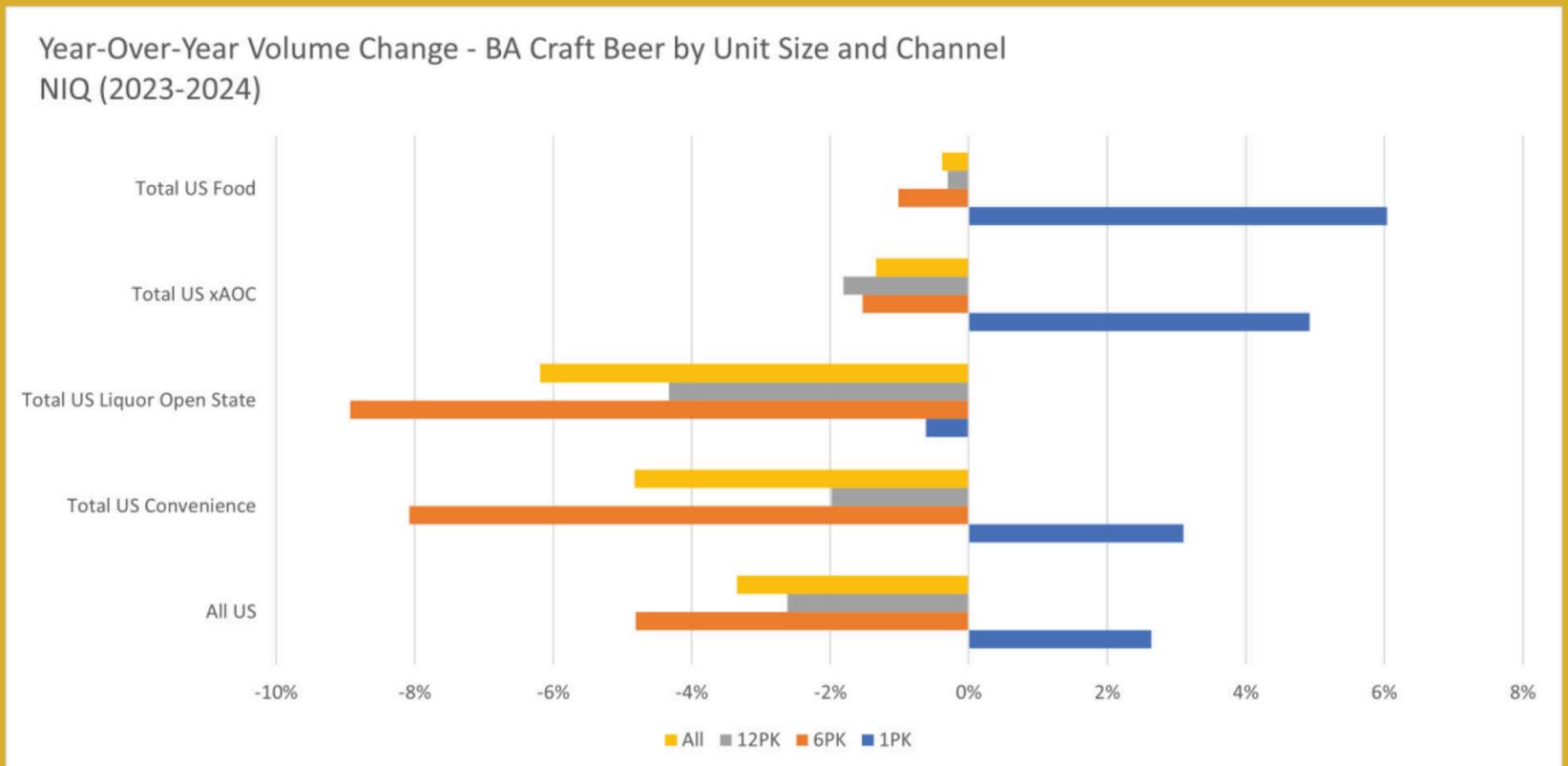
Nos Estados Unidos, o aumento da população de solteiros ou de pessoas que moram sozinhas vem impulsionando a embalagem de 19,2 onças (570ml), representando em 2024 mais da metade do volume de vendas de singles da BA Craft (54%), ganhando 6,6 pp de participação na embalagem individual. Entre as cervejas que aumentaram os volumes no ano passado, além da IPA (uma preferência dos americanos), estão American Pale Ale, Extra Pale Ale, Pilsner e Sour.

CANAIS

Algumas das tendências no tamanho da embalagem podem estar ligadas à evolução nas vendas do canal, sendo que as vendas nas lojas de alimentos ficaram estáveis para a BA Craft, enquanto todos os outros canais experimentaram queda de volume em 2024.



Gráfico de variação de volume ano a ano em BA Craft por tamanho de unidade e canal (2023-2024)



Em todos os canais, o volume da BA Craft caiu 18% entre 2021 e 2024, embora seja importante notar que 2021 foi um ponto alto devido à mudança no comportamento de compra na pandemia. As lojas de alimentos caíram menos 15%, seguidas pela conveniência (-16%).

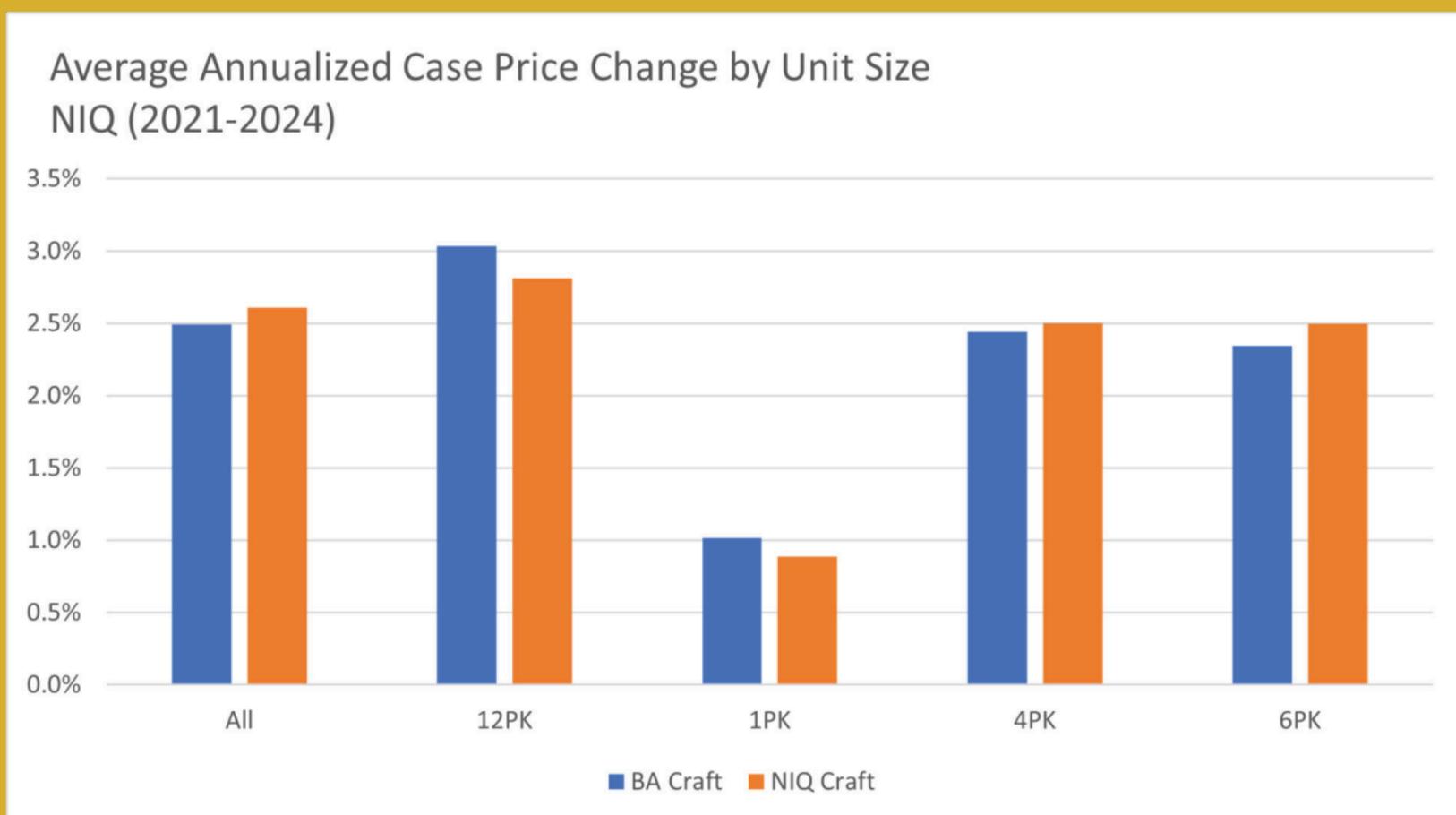
Os principais declínios ocorreram em drogarias (-48%) e lojas de bebidas (-25%). Este último é provavelmente um dos principais problemas para os cervejeiros artesanais, já que as lojas de bebidas costumavam ser um dos pontos de entrada mais fáceis para produtores pequenos e independentes. Para alguns estados (por exemplo, Colorado), essa mudança é impulsionada por regulamentações que tornaram legal a comercialização de cerveja forte em supermercados, reduzindo as visitas a lojas de bebidas à medida que os consumidores compram sua cerveja no mesmo lugar que sua comida.



PRECIFICAÇÃO

Quando olhamos para uma perspectiva de vendas em dólares, as tendências são mais positivas (ou menos negativas). Por exemplo, em comparação com a queda de 4,0% nas vendas em volume da BA Craft de 2023 a 2024, as vendas em dólares caíram 2,4%. Essa tendência indica que os preços estão subindo ao longo do tempo à medida que os volumes estão diminuindo, preenchendo parte dessa lacuna. Vale a pena notar aqui que sabemos que a cerveja é um bem elástico, então não vamos ignorar o fato de que parte do declínio do volume pode ser impulsionado pelo aumento do preço.

Gráfico da variação média anualizada do preço da caixa por tamanho unitário





Mercado global de bebidas sem álcool deve movimentar US\$ 778,59 bilhões até 2029



A Bacco Destilados acompanha a transformação
no consumo de bebidas com o lançamento
de bebidas zero álcool



O avanço do consumo consciente e a busca por bem-estar têm transformado o mercado global de bebidas. Nesse cenário, a Bacco Destilados lança a marca Miden, composta por destilados 100% zero álcool, voltada a consumidores que buscam alternativas sofisticadas, com sabor marcante, mas livres dos efeitos do álcool.

De acordo com relatório da Research and Markets, o mercado global de bebidas sem álcool deve movimentar US\$ 778,59 bilhões até 2029, frente aos US\$ 630,68 bilhões projetados para 2025, com uma taxa de crescimento anual composta (CAGR) de 5,4%. Brasil e Estados Unidos estão entre os países com maior potencial de crescimento, impulsionados pelo aumento de consumidores que priorizam hábitos saudáveis, experiências diferenciadas e consumo responsável.

Entre os destaques da nova marca está o Miden Alternative Gin, feito a partir de ingredientes naturais como zimbro, cardamomo, alecrim e jabuticaba. A bebida oferece a complexidade dos destilados tradicionais, mas sem álcool, açúcar ou calorias. O produto acaba de conquistar medalha de bronze no World Drinks Awards 2025, em Londres, na categoria No & Low. Já o Miden Italian Spritz, uma releitura sem álcool do clássico aperitivo italiano, feito a partir da hidrodestilação de casca de laranja, hibisco, uma mistura de ervas e adição de especiarias, pode ser consumido puro ou misturada com água tônica, espumante zero e outras opções.



“Com a Miden, queremos ampliar o acesso a bebidas que acompanham o novo comportamento do consumidor, sem abrir mão de qualidade e versatilidade. Nossos produtos são pensados para atender tanto o público final quanto bares e restaurantes que desejam incorporar drinks sem álcool ao seu portfólio. Queremos mostrar que a nossa solução possibilita a experiência de apreciar um bom destilado, mas de forma saudável e inclusiva, ideal para quem busca momentos de celebração e relaxamento sem as limitações que uma bebida alcoólica pode impor. Acreditamos que essa categoria ocupará um espaço cada vez mais relevante nas gôndolas e nas cartas de bebidas dos estabelecimentos”, afirma José Henrique Tomasson, diretor e cofundador da Bacco Destilados.

Segundo dados da Euromonitor Internacional, o consumo de bebidas sem álcool no Brasil cresceu 24% em 2023, impulsionado por perfis como o da geração Z e dos millennials, que valorizam alternativas com menor impacto à saúde e mais alinhadas a estilos de vida ativos.

“Nós nos destacamos pela qualidade e inovação de nossas bebidas, oferecendo soluções práticas para bares e restaurantes que buscam agilidade e consistência na oferta de drinks. Nosso objetivo é atender tanto o mercado tradicional de destilados quanto o crescente segmento de bebidas sem álcool”, finaliza José.



Geração Z vai representar 58% da força de trabalho no mundo até 2030



Eles valorizam mais o equilíbrio entre a vida pessoal e profissional, assim como a responsabilidade social corporativa, o tempo livre remunerado e os horários flexíveis



A Geração Z define aqueles que nasceram entre o final dos anos 1990 até o início da década de 2010 e é caracterizada por quem já cresceu conectado. Diversos fatores influenciam o comportamento dela, como o uso massivo das redes sociais (Whatsapp, TikTok e Instagram) e eventos históricos marcantes, sejam as mudanças climáticas ou a pandemia de Covid-19. Obviamente, esses fenômenos transformam a maneira como essas pessoas se comportam, se comunicam, aprendem e trabalham. Quando o foco é o mercado de Tecnologia, que envolve Computação e IA, isso se torna ainda mais complexo.

De acordo com o relatório Career Interest Survey conduzido pela The National Society of High School Scholars (NSHSS) no ano passado, a Geração Z tem demonstrado maior interesse em carreiras na área da saúde (46%) do que na área de Engenharia (18%), Ciências (15%), Tecnologia (10%) ou Matemática (5%). Além disso, 59% acredita que a IA terá um impacto mais negativo do que positivo nos próximos 10 anos, sendo que 62% se sente preocupada com o possível desemprego causado pela IA. Contudo, de acordo com o Fórum Econômico Mundial, a Geração Z vai representar 58% da força de trabalho no mundo até 2030, por isso, tentar decifrá-la e refletir sobre como atraí-la é essencial para o sucesso dos negócios.

“A cada chegada de uma nova geração de talentos, passamos por transformações profundas nos nossos modos de vida, porque somos convidados a refletir sobre as problemáticas trazidas por aquela geração, apontamentos esses que não éramos capazes de identificar antes. Percebo que, desta vez, a Geração Z está disposta a questionar os padrões e condutas do mercado



de trabalho, pois está mais interessada no crescimento pessoal, no bem-estar e em um modo de vida mais equilibrado entre trabalho e lazer”, sugere Ana Letícia Lucca, que é especialista em Gestão Estratégica de Carreiras e CRO da Escola da Nuvem.

Os dados confirmam essa tese: para a Geração Z, os fatores mais importantes na hora de escolher um lugar para trabalhar são o tratamento justo entre os funcionários (28%), o equilíbrio entre a vida pessoal e profissional (25%) e a responsabilidade social corporativa (14%). Oportunidades de desenvolvimento profissional são bastante relevantes (86%), assim como tempo livre remunerado (63%) - que podem ser férias, dia de folga no aniversário, emenda de feriados, entre outros - e horários flexíveis (61%), segundo o relatório da NSHSS.

“É nossa responsabilidade entendermos como funciona e o que diz essa geração, pois eles serão os trabalhadores do futuro. Ao invés de questioná-los, podemos

motivá-los a desenvolver as próprias habilidades para crescer na carreira. Se eles estão ávidos por mudanças, devemos dar oportunidade a eles para mostrarem o próprio potencial. A criatividade e proatividade são bastante valorizadas no universo dos negócios e percebo que há bastante sede nesta geração para demonstrar suas aptidões”, comenta Ana Letícia.





A pesquisa “Gen Z e Millennial de 2024: Viver e trabalhar com propósito em um mundo em transformação” mostrou que 6 em cada 10 funcionários da Geração Z acreditam que têm o poder de impulsionar a mudança em suas organizações. Além disso, de acordo com o estudo da NSHSS, as qualidades que eles mais valorizam em uma gestão é uma comunicação clara (48%), honestidade e integridade (33%). Quando feito um recorte para a área de Tecnologia, as empresas em que essa geração mais deseja trabalhar são, em ordem, Google, Amazon, Apple, Microsoft, Netflix, Tesla, IBM, Intel e Samsung, segundo o relatório da The National Society of High School Scholars.

O Guia Salarial 2025, elaborado pela Michael Page, trouxe apontamentos interessantes sobre como as empresas enxergam o mercado de trabalho, pensando nele como um todo, não somente na Geração Z. As princi-



As principais estratégias usadas pelas organizações para atrair talentos incluem o acesso a oportunidades de aprendizado e desenvolvimento (51,1%), pacotes de benefícios e remuneração competitiva (43,7%), e apostar na boa reputação da empresa (38,4%). Para elas, o maior desafio para a retenção de profissionais continua sendo a concorrência salarial com outras empresas (66,3%), assim como a falta de oportunidades de crescimento e desenvolvimento interno (34,4%).

“Quando pensamos especificamente no mercado de TI, os desafios para efetivamente acolher os profissionais são muitos. Percebo que a falta de programas seletivos focados em diversidade e algum grau de déficit educacional são determinantes. A falta de redes de contato, o desconhecimento das oportunidades no setor, a insegurança relacionada ao ambiente corporativo e a escassez de representatividade no setor de TI também influencia alguns grupos. Por isso, penso que devemos conectar esse anseio do jovem por maior responsabilidade social por parte das empresas com a criação de oportunidades reais. Muitos enfrentam barreiras financeiras e dificuldades de adaptação ao ritmo acelerado e exigente da indústria tecnológica. A volta ao trabalho presencial também é um dificultador para pessoas residentes em locais com menos oportunidades de trabalho”, explica Ana.

De fato, de acordo com o relatório da Michael Page, 44,7% dos candidatos acreditam ser mais produtivos trabalhando em casa, sendo que eles preferem modelos de trabalho mais flexíveis para alcançarem melhor



gestão de tempo e redução do estresse, principalmente o relacionado ao tempo de deslocamento. “O papel das empresas é o de oferecer oportunidades reais de contratação, além de proporcionar um ambiente de trabalho inclusivo e de aprendizado contínuo para todos. Elas devem atuar como mentoras, dando suporte para o desenvolvimento com programas de integração, treinamento e feedback constante. Para se tornarem mais inclusivas, podem adotar programas de recrutamento específicos para esse fim, fazer parcerias com ONGs e proporcionar mentorias focadas em inclusão, assim como no desenvolvimento de políticas internas que promovam a diversidade. Além disso, criar um ambiente de trabalho acolhedor é essencial para reter esses talentos, assim como ter planos de carreira claros, que incentivem o crescimento dentro da empresa. O acompanhamento contínuo é fundamental para garantir que os profissionais se sintam apoiados”, finaliza a especialista.