



UNIFEOB
CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO
OCTÁVIO BASTOS
ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE
CIÊNCIAS CONTÁBEIS

PROJETO INTEGRADO
O CUSTO OCULTO DA MÃO-DE-OBRA E SEU
IMPACTO FINANCEIRO
BOMBRIL S/A

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

JUNHO, 2023



CENTRO UNIVERSITÁRIO OCTÁVIO BASTOS

UNIFEOB

CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO
OCTÁVIO BASTOS

ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE

CIÊNCIAS CONTÁBEIS

PROJETO INTEGRADO

O CUSTO OCULTO DA MÃO-DE-OBRA E SEU
IMPACTO FINANCEIRO

BOMBRIL S/A

MÓDULO AVALIAÇÃO EMPRESARIAL

AVALIAÇÃO DE EMPRESAS - PROF. LUIZ FERNANDO PANCINE

ADMINISTRAÇÃO DE PESSOAL E OBRIGAÇÕES
TRABALHISTAS - PROF^a. JULIANA MARQUES BORSARI

ESTUDANTES:

ALINE D. G. DE OLIVEIRA, RA 1012021100194

SANDRA AP. DE LIMA, RA 1012020200110

BRUNO DOS S. OLIVEIRA, RA 1012020100677

LAÍS A. MONSERRAT SILVA, RA 1012021100104

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

JUNHO, 2023

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	3
2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA	5
3. PROJETO INTEGRADO	7
3.1 ADMINISTRAÇÃO DE PESSOAL E OBRIGAÇÕES TRABALHISTAS	7
3.1.1 SALÁRIO VERSUS REMUNERAÇÃO	7
3.1.2 CUSTOS OCULTOS RELACIONADOS À MÃO-DE-OBRA	8
3.2 AVALIAÇÃO DE EMPRESAS	11
3.2.1 RISCO X RETORNO	12
3.2.2 PAYBACK E FLUXO DE CAIXA PARA ANÁLISE DE PROJETOS	14
3.3 CONTEÚDO DA FORMAÇÃO PARA A VIDA: CONSTRUINDO SUA MARCA	19
3.3.1 CONSTRUINDO SUA MARCA	19
3.3.2 ESTUDANTES NA PRÁTICA	30
4. CONCLUSÃO	32
REFERÊNCIAS	33
ANEXOS	35
RELATÓRIO DE AUTOAVALIAÇÃO	36

1. INTRODUÇÃO

Este trabalho foi elaborado para aprofundarmos o conhecimento adquirido ao longo do segundo trimestre de 2023 , nas disciplinas de Avaliação de Empresas e Administração de Pessoal e Obrigações Trabalhistas, de forma que conseguimos colocar em prática o conteúdo aprendido.

Para melhor exemplificar e trazer da teoria à análise prática, escolhemos uma empresa muito conhecida de todos os brasileiros por suas “1001 utilidades”, ou seja, A Bombril S.A, uma empresa de capital aberto negociada na B3 e que conta com um quadro de funcionários de mais de 2.500 pessoas.

Sabemos que para nos tornarmos grandes profissionais na área de ciências contábeis, precisamos antes de tudo ter um olhar atento para as empresas e seus segmentos, além do cenário econômico em si. Precisamos nos atentar ao histórico financeiro e patrimonial , e além disso ter uma perspectiva sobre a sua prospecção futura de crescimento. Desta forma se faz necessário conhecer o público alvo, conhecer os ativos e passivos.

Outro ponto importante na análise financeira de uma grande empresa é saber analisar a melhor forma de gerir o quadro de pessoal, já que é um fator impactante para o sucesso das operações. A análise do quadro efetivo começa desde o processo seletivo, até a necessidade de demissão. E avaliar o quanto as operações impactam no orçamento, assim como no planejamento e atendimento às demandas.

Saber avaliar seus colaboradores é de suma importância para o crescimento da empresa, e um ativo determinante para o orçamento, pois junto com uma contratação, vem os impactos e obrigações trabalhistas, que também precisam ser contabilizados no processo de admissão. Assim como os encargos de uma demissão, que de um funcionário que já não traz o retorno esperado para o trabalho proposto, também devem

ser analisados e programados no setor financeiro, uma vez que deve-se ter analisado o valor da mão de obra qualificada hoje, versus sua produção em contrapartida com o custo da demissão do colaborador.

Outro fato importante abordado e que conseqüentemente traz uma boa economia à empresa, é o profissional de departamento pessoal estar sempre atento às normas trabalhistas e suas atualizações, sempre procurando segui-las, pessoal no bem estar pessoal e coletivo de cada empregado, visto que uma possibilidade de processo trabalhista pode custar caro à empresa.

Desta forma, abordaremos ao longo deste PI (Projeto Integrado) a prática das disciplinas mencionadas, agregadas à análise da empresa estudada, a condução de boas práticas um contador, e quão importante é o seu trabalho para uma empresa.

2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA

A empresa escolhida para Análise neste Projeto Integrado é a Bombril S.A, uma empresa brasileira denominada Sociedade Anônima de capital aberto listada na B3, cadastrada sob o CNPJ: 50.564.053/0001-03, cuja sede encontra-se localizada na Av. Marginal Direita Anchieta, 25806-25920 - Vila Jordanópolis, São Bernardo do Campo - SP, 09891-420. Empresa muito conhecida e divulgada na década de 90 com o famoso e conhecido jargão “1001 utilidades”.

A empresa teve início em 1948 no Brooklin, em São Paulo, já em 1976 mudou sua produção para uma moderna fábrica em São Bernardo do Campo, onde é considerada a casa da Bombril. Já em 1984 é a vez da inauguração da Bombril Nordeste, em Recife (PE), e a razão social muda para Bombril S/A. A empresa passa a ter ações negociadas na Bolsa de Valores. Em 1987, mais uma inauguração, agora da Bombril Minas, em Sete Lagoas (MG). As três sedes contam com mais de 2.500 funcionários.

A principal atividade da empresa está desde a sua fundação em ser pioneira no mercado de higiene e limpeza, que já está presente em 90% dos lares brasileiros há 74 anos. Entre os seus principais produtos comercializados, podemos citar, por exemplo, a esponja de aço, sapólio, detergente limpol, amaciante Mon Bijou, desinfetante Pinho Bril, entre outros, contando mais de 16 marcas e 264 itens de produtos que são comercializados em todo o Brasil.

Uma das informações que encontramos na página da empresa é que ela é regida pela Governança Corporativa, Nível 1, que garante à seus acionistas e investidores uma visão da gestão eficiente e a transparência das informações sobre seus recursos humanos e financeiros, assim como boas práticas.

Um outro diferencial da empresa também é que recentemente foi referência na contratação de pessoas com enquadramento na diversidade e inclusão social, colocando pessoas em primeiro lugar, implantando programas como “Minha Bombril” que valorizam os funcionários da empresa.

“As pessoas são a chave de tudo. Não adianta ter um produto bom, mas que não seja bom para quem o produz, para o meio ambiente e para todo o restante da escala produtiva”, diz o Vice-presidente da Bombril, Marcus Rodrigues.

Um outro ponto importante sobre a empresa e que nos chamou a atenção para escolhê-la para este trabalho, é o fato que no início dos anos 2000, ao tentar diversificar seu portfólio ampliando para a indústria de cosméticos, a empresa se endividou e chegou a pedir recuperação judicial. Por volta de 2015 a dívida estava em torno de 900 milhões.

Em 2017, após uma reestruturação e corte de gastos, ao buscar um olhar mais crítico para os produtos, e boas negociações com seus fornecedores, foi possível fechar o ano no azul, e deste então, vêm quitando anualmente seus débitos. Estima-se que a dívida hoje esteja em torno de 400 milhões.

3. PROJETO INTEGRADO

3.1 ADMINISTRAÇÃO DE PESSOAL E OBRIGAÇÕES TRABALHISTAS

Neste tópico iremos abordar a distinção entre salário e remuneração, e também demonstrar como é o processo de uma rescisão contratual, e todos os valores a serem declarados neste processo, e os custos ocultos que nele há.

3.1.1 SALÁRIO *VERSUS* REMUNERAÇÃO

O salário é a contraprestação empregada ao colaborador pelas prestações de seus serviços junto ao empregador, em virtude do contrato de trabalho entre as partes, o valor do salário varia de acordo com a vaga exigida.

Remuneração é relacionado a tudo aquilo que o colaborador recebe após sua prestação de serviço além do salário base como por exemplo, comissões, horas extras, gratificações, adicional noturno, periculosidade, entre outros componentes que atribuem os direitos do colaborador.

No caso da Bombril S/A, será demonstrado os valores estimados dos últimos 36 meses para o demais cargos existentes na empresa, que são:

- ❖ Auxiliar operacional - R\$1.124 até R\$2.062.
- ❖ Promotor de vendas - R\$1.280 até R\$1.763.
- ❖ Auxiliar de produção industrial - R\$1.024 até R\$2.263.
- ❖ Auxiliar de serviços gerais - R\$1.426 até R\$1.842.
- ❖ Operador de empilhadeira - R\$1.440 até R\$3.365.
- ❖ Operador de máquinas - R\$1.404 até R\$2.872.
- ❖ Agente de marketing - R\$1.395 até R\$2.170.
- ❖ Operador de produção - R\$670 até R\$3.118.

- ❖ Auxiliar de operador de máquinas - R\$1.201 até R\$1.909.
- ❖ Multioperador - R\$1.294 até R\$3.478.
- ❖ Ajudante de produção industrial - R\$1.586 até R\$1.778.
- ❖ Aprendiz - R\$822 até R\$974.
- ❖ Assistente administrativo - R\$670 até R\$3.365.

A Bombril S/A conta também com alguns benefício, sendo ele:

- Plano médico.
- Plano odontológico.
- Estacionamento para funcionários.
- Ticket alimentação e refeição.
- Loja de produtos para funcionários.
- Participação nos lucros e resultados (PLR).
- Auxílio creche.
- Licença maternidade estendida.
- Seguro de vida.
- Vale transporte fretado.

3.1.2 CUSTOS OCULTOS RELACIONADOS À MÃO-DE-OBRA

Muitas das vezes ao desligar um colaborador, a empresa pode estar ou não preparada para lidar com a situação, isso depende do tempo em que o colaborador atua na empresa. Quando a empresa tem que lidar com tal situação, ela pode arcar com custos que não havia estimado em seu fluxo de caixa.

Suponhamos que a empresa decida demitir um de seus colaboradores que atua em um determinado setor, onde seu salário equivale à R \$1.900,00 com uma jornada de trabalho de 8 horas diárias e 44 semanais.

Admissão: 01/01/2020

Demissão: 20/07/2022

Os seguintes cálculos serão realizados com base em seu tempo de serviço prestado com a empresa, começando com o último mês trabalhado. Considerando que em seu último mês o colaborador trabalhou 20 dias, seu salário deste mês é igual:

$$\text{R\$}1.900,00 / 30 \text{ dias} = \text{R\$}63,3$$

$$\text{R\$}63,3 \times 20 = \underline{\text{R\$}1.266,6} \text{ de salário base de 20 dias trabalhados.}$$

Vamos apurar o último período aquisitivo de férias que o colaborador tem a receber. Considerando o último período aquisitivo que são 7 meses, lembrando que quando o colaborador trabalha 15 dias ou mais é considerado período integral, então seu saldo de férias a receber é:

$$\text{R\$}1.900,00 / 12 = \text{R\$}158,33$$

$$\text{R\$}158,33 \times 7 = \text{R\$}1.108,33$$

Abono do terço sobre o valor R\$369,44

$$\text{R\$}1.108,33 + \text{R\$}369,44 = \underline{\text{R\$}1.477,77}$$

O 13º salário é calculado com base no período trabalhado no último ano, sendo assim será feito o cálculo com base nos 7 meses, chegando ao valor de:

$$\text{R\$}1.900,00 / 12 = \text{R\$}158,33$$

$$\text{R\$}158,33 \times 7 = \underline{\text{R\$}1.108,33} \text{ de 13º a receber.}$$

O aviso prévio é calculado no período de 30 dias, independente do tempo que o colaborador atua na empresa, para cada ano trabalhado é acrescido 3 dias no aviso prévio, ou seja, o colaborador possui 36 dias de aviso prévio a receber. Vale lembrar que esse período do aviso prévio será calculado nas demais verbas, serão apurados mais 1/12 avos do 13º e as férias, sendo o seguinte valor:

$$R\$1.900,00 / 30 = R\$63,3$$

$$R\$63,3 \times 36 = \underline{R\$2.278,8}$$

$$\text{Férias proporcionais aviso prévio: } R\$2.533,33 / 12 = \underline{R\$211,11}$$

$$13^\circ \text{ proporcional aviso prévio: } R\$1.900,00 / 12 = \underline{R\$158,33}$$

E por último iremos calcular o FGTS. Quando o colaborador é demitido sem justa causa, é feito um pagamento de uma multa de 40% em cima do saldo do FGTS, estimando que o saldo de seu FGTS é de R\$4.712,00, o valor total será:

$$R\$4.712,00 \times 40\% = \underline{R\$1.884,8}$$

Com base nos cálculos apurados acima, o colaborador deverá receber:

- ❖ Saldo salário R\$1.266,6
- ❖ Férias vencidas R\$2.533,33
- ❖ Férias proporcionais R\$1.477,77
- ❖ 13º proporcional R\$1.108,33
- ❖ Aviso prévio proporcional R\$2.278,8
- ❖ 13º aviso prévio R\$158,33
- ❖ Férias proporcional aviso prévio R\$211,11
- ❖ Saldo FGTS R\$4.712,00
- ❖ Multa 40% FGTS R\$1.884,8
- ❖ Valor total a receber R\$15.631,07

Após realizarmos todo o cálculo de rescisão, chegamos a um valor total de R\$15.631,07 que o colaborador irá receber sobre sua rescisão. Os custos ocultos não são considerados na rescisão contratual, sendo eles como vale transporte, vale alimentação, plano de saúde, entre outros.

Agora, caso ocorra do colaborador pedir demissão, a empresa fica isenta de encargos como a multa de 40% do FGTS. Se a demissão for por justa causa, a empresa deverá pagar apenas o saldo de salário e férias vencidas.

3.2 AVALIAÇÃO DE EMPRESAS

Neste tópico do Projeto Integrado apresentaremos o conceito de risco e retorno, assim como o método payback de avaliação de investimentos.

O risco em um investimento é a oscilação no retorno, ou seja, a possibilidade de perda de dinheiro ou de não obter o retorno esperado em relação ao investimento realizado. Todo investimento apresenta algum nível de risco, podendo ser maior ou menor dependendo das características do investimento em si e das condições do mercado financeiro.

Há vários tipos de risco que podem afetar um investimento, como o risco de mercado (relacionado à oscilação dos preços dos ativos), o risco de crédito (relacionado à inadimplência do emissor do título), o risco de liquidez (relacionado à dificuldade de vender o ativo), o risco político (relacionado à instabilidade política e econômica do país) e o risco cambial (relacionado às flutuações do câmbio).

Antes de realizar um investimento, é importante avaliar o nível de risco envolvido e ponderar se ele está adequado às suas expectativas e ao seu perfil como investidor, sendo eles Conservador, Moderado ou Arrojado.

O conceito de retorno, simplesmente é a expectativa de receitas de qualquer investimento. É a porcentagem de ganho que terá com a escolha de um ativo, ou seja, o lucro que terá ao investir em determinado produto.

Já o payback refere-se a uma métrica financeira utilizada para avaliar o tempo necessário para recuperar o investimento inicial realizado em um projeto ou empreendimento. O payback é calculado determinando-se o período de tempo

necessário para que os fluxos de caixa gerados pelo projeto sejam iguais ou superiores ao investimento inicial.

O cálculo do payback é relativamente simples. Primeiro, é necessário determinar os fluxos de caixa esperados para cada período do projeto, incluindo tanto as entradas de caixa (receitas) como as saídas de caixa ou desembolsos (custos e despesas). Em seguida, os fluxos de caixa são acumulados ano a ano até que a soma acumulada seja igual ou superior ao investimento inicial.

O período de tempo necessário para atingir o payback é expresso em anos ou meses, dependendo da unidade de tempo utilizada. Normalmente, quanto mais curto for o período de payback, mais rápido o investimento será recuperado.

O payback é uma métrica popular porque fornece uma medida simples e fácil de entender da rapidez com que o investimento inicial será recuperado. No entanto, o payback não leva em consideração o valor do dinheiro ao longo do tempo, ignorando os efeitos do custo de oportunidade e a taxa de desconto. Portanto é importante considerar outras métricas de avaliação, como o Valor Presente Líquido (VPL) e a Taxa Interna de Retorno (TIR), para uma análise financeira mais completa.

3.2.1 RISCO X RETORNO

O risco e retorno são conceitos fundamentais em investimentos e estão interligados. O risco é a possibilidade de perda de dinheiro ou não obter o retorno esperado em relação ao investimento realizado, já o retorno é o lucro obtido por um investimento em relação ao capital investido.

Normalmente, quanto maior o risco de um investimento, maior é a expectativa de retorno. Por outro lado, quanto menor o risco, menor costuma ser o retorno esperado.

Isso ocorre porque investimentos de maior risco tendem a envolver ativos que possuem maior volatilidade, como ações de empresas de menor porte, enquanto

investimentos de menor risco costumam ser estáveis e oferecer menor potencial de crescimento.

Os investimentos por possuírem riscos atrelados, devem permitir uma projeção mínima de retorno com o intuito de verificar se satisfazem ou não às expectativas dos investidores.

O fluxo de caixa tem uma relação importante com o custo de capital de uma empresa. O custo de capital é o retorno mínimo que uma empresa deve obter em seus investimentos para remunerar os recursos fornecidos por seus investidores, como acionistas e credores. O fluxo de caixa, por sua vez, representa a entrada e saída de recursos financeiros ao longo de um período de tempo.

Quando uma empresa realiza investimentos, é essencial que ela avalie o impacto desses investimentos em seu fluxo de caixa. Os investimentos devem gerar fluxos de caixas futuros que sejam capazes de cobrir o custo de capital da empresa. Caso contrário, a empresa estará destruindo valor para seus investidores.

Ao analisar um projeto de investimento, é comum utilizar técnicas de avaliação, como o Valor Presente Líquido (VPL) e a Taxa Interna de Retorno (TIR). Essas técnicas estão diretamente relacionadas ao fluxo de caixa do projeto ao custo de capital da empresa. O VPL representa a diferença entre os fluxos de caixa futuros ao investimento inicial,

O Custo de Capital é usado como a taxa de desconto para trazer a valor presente os fluxos de caixa futuros. Se o custo de capital for alto, a taxa de desconto será maior, o que pode reduzir o VPL de um projeto. Portanto, o custo de capital afeta diretamente a análise de viabilidade de um investimento e sua relação com o fluxo de caixa.

Além disso, o fluxo de caixa também desempenha um papel fundamental na determinação do custo de capital de uma empresa. A capacidade da empresa de gerar fluxos de caixa está diretamente relacionada ao risco percebido pelos investidores. Empresas com fluxo de caixa estáveis e previsíveis tendem a ter um custo de capital menor, uma vez que são consideradas menos arriscadas. Por outro lado, empresas com

fluxos de caixa voláteis e incertos podem enfrentar um custo de capital mais elevado devido ao maior risco percebido pelos investidores.

Portanto o fluxo de caixa e o custo de capital são interdependentes. O fluxo de caixa influencia a análise de viabilidade de um investimento, enquanto o custo de capital afeta a determinação do valor presente dos fluxos de caixa futuros. É essencial que as empresas considerem esses dois aspectos de forma conjunta para tomar decisões de investimento eficientes.

3.2.2 PAYBACK E FLUXO DE CAIXA PARA ANÁLISE DE PROJETOS

Payback é um cálculo que permite saber em quanto tempo os lucros trazidos por um investimento cobrirão o valor aplicado inicialmente, ou seja, quanto tempo um investimento leva para se pagar. É usado por empreendedores e investidores, auxiliando na tomada de decisão. Dessa maneira, o investidor sabe o intervalo que precisará aguardar para ter de volta o seu dinheiro, antes mesmo de investir.

O cálculo do payback também permite entender se o investimento compensa, auxiliando na tomada de decisão. Há dois modos de calcular o payback: o simples e o descontado. O simples é calculado sem considerar o valor do dinheiro no tempo, o descontado já inclui os valores descontados para o presente por meio de uma taxa de juros.

O payback simples é calculado pela seguinte fórmula:

$$\text{PAYBACK SIMPLES} = \text{INVESTIMENTO INICIAL} / \text{SALDO MÉDIO DO FLUXO DE CAIXA NO PERÍODO}$$

Já o payback descontado diferente do simples, leva em consideração uma taxa de desconto que faz a correção de valores do período.

Isso porque o valor muda em função do tempo, então é preciso fazer a devida **correção monetária** conforme a valorização ou desvalorização da moeda. Por isso é preciso acrescentar os seguintes conceitos ao cálculo do payback:

- TAXA MÍNIMA DE ATRATIVIDADE (TMA): essa taxa é usada como parâmetro para definir a rentabilidade mínima esperada do investimento e pode ser baseada na taxa de juros básica da economia (SELIC) ou benchmark desejado.
- VALOR PRESENTE LÍQUIDO (VPL): é o valor líquido do fluxo de caixa atual calculado a partir de valores futuros (em outras palavras: um indicador que traz os valores investidos para o presente considerando uma taxa de desconto)

Então o cálculo fica da seguinte forma:

$$\text{VALOR DESCONTADO(VPL)} = \text{SALDO MÉDIO DO FC NO PERÍODO} / (1+TMA)^I$$

Depois aplicar esse valor a fórmula:

$$\text{PAYBACK DESCONTADO} = \text{INVESTIMENTO INICIAL} / \text{VALOR DESCONTADO.}$$

Com base no cálculo realizado da simulação realizada no tópico anterior sobre a possível rescisão de um funcionário, a nossa equipe fez a análise do payback dessa rescisão.

O objetivo é demonstrar em quanto tempo a empresa irá recuperar o investimento desse desligamento por meio da economia no desembolso do salário mensal desse funcionário.

Essa análise é feita constantemente pelas empresas para avaliarem a viabilidade de investimentos na redução do valor da folha de pagamento.

É lógico que essa decisão deve considerar outras variáveis, como o comprometimento da operação, a carga de trabalho nas equipes, a qualidade do trabalho ou serviço prestado, entre outras, mas com certeza a análise financeira pesará na decisão dos gestores e precisa estar muito bem fundamentada para uma melhor assertividade.

Então no primeiro quadro, “Demissão Colaborador”, tem demonstrado o quanto tem de despesa no mês com este colaborador, salário, encargos e provisão de férias, somando um total de R\$2.630,44. No mesmo quadro, na parte destacada, mostra os gastos que terá com a rescisão deste colaborador, totalizando o valor de R\$15.631,07.

No segundo quadro, "Demonstração Resultado Projetado”, mostra em formato de DRE, o gasto atual mensal, a proposta sendo o custo da rescisão contratual e a variação do caso.

No terceiro quadro, demonstra o Fluxo de Caixa, o VPL e a TIR. Então temos o valor investido nesta rescisão, que é R\$15.631,07, a um Custo de Capital de 10%, a empresa pediu empréstimo ao banco e a taxa de juros foi esta.

O custo que tenho ao ano com este colaborador é de R\$31.565,28, sendo o valor mensal (R\$2.630,44) * 12 meses, o demitindo vou ter um desembolso de R\$15631,07, trazendo a valor presente (fórmula citada acima) a uma taxa de custo de capital no valor de 10%, no primeiro ano, vou uma economia de R\$28.695,71, significando que já no primeiro ano eu tenha pago o valor da rescisão e mais R\$13.064,64 sobrando no meu caixa.

Então sintetizando, conforme o último quadro, a perspectiva financeira que temos é que o total do valor investido, ou seja, o custo que teve para demitir este colaborador, foi de R\$15.631,07, no primeiro ano de Fluxo de Caixa, ele me traz uma receita de R\$28.695,71, somente deixando de pagar salário deste colaborador nos últimos 12 meses, possui esta economia.

Tendo um payback (ano) de 0,54, normalmente o payback aceitável para um projeto é de 3 anos, e em nossa análise em menos de uma ano já ocorre o retorno deste investimento, então o projeto será APROVADO.

DEMONSTRAÇÃO RESULTADO PROJETADO

	ATUAL	PROPOSTA	VARIAÇÃO
RECEITAS	-	-	-
(-) Custos Produtos Vendidos	-	-	-
(=) LUCRO BRUTO	-	-	-
(-) Despesas	-2.630,44	-15.631,07	-13.000,63
(=) LUCRO OPERACIONAL	-2.630,44	-15.631,07	-13.000,63
(+/-) Receitas/Despesas financeiras liquidas	-	-	-
(=) EBITDA	-2.630,44	-15.631,07	-13.000,63
(-) Depreciação	-	-	-
(=) LUCRO ANTES IR	-2.630,44	-15.631,07	-13.000,63
(-) Imposto de Renda	-	-	-
(=) LUCRO LÍQUIDO	-2.630,44	-15.631,07	-13.000,63
(+) Depreciação	-	-	-
(=) FLUXO CAIXA GLOBAL	-2.630,44	-15.631,07	-13.000,63
	custo mês	custo rescisão	variação

DEMONSTRAÇÃO RESULTADO PROJETADO

	ATUAL	PROPOSTA	VARIAÇÃO
RECEITAS	-	-	-
(-) Custos Produtos Vendidos	-	-	-
(=) LUCRO BRUTO	-	-	-
(-) Despesas	-2.630,44	-15.631,07	-13.000,63
(=) LUCRO OPERACIONAL	-2.630,44	-15.631,07	-13.000,63
(+/-) Receitas/Despesas financeiras liquidas	-	-	-
(=) EBITDA	-2.630,44	-15.631,07	-13.000,63
(-) Depreciação	-	-	-
(=) LUCRO ANTES IR	-2.630,44	-15.631,07	-13.000,63
(-) Imposto de Renda	-	-	-
(=) LUCRO LÍQUIDO	-2.630,44	-15.631,07	-13.000,63
(+) Depreciação	-	-	-
(=) FLUXO CAIXA GLOBAL	-2.630,44	-15.631,07	-13.000,63
	custo mês	custo rescisão	variação

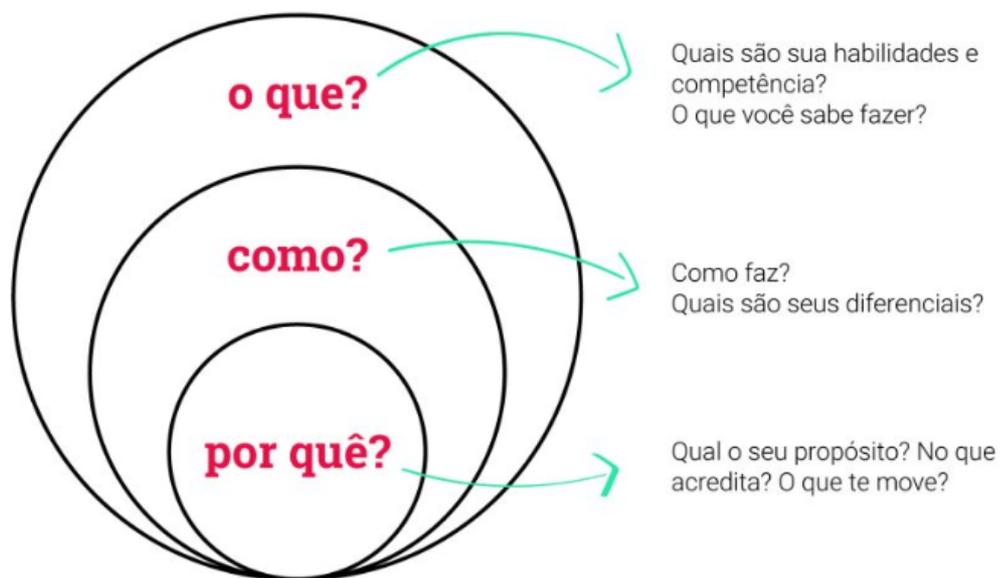
	Valor investido	R\$	15.631,07		Custo de Capital	10%
VPL	Valor Presente Líquido				Valor Presente	
ANO	0 >	-R\$	15.631,07	>	-R\$	15.631,07
	1 >	R\$	31.565,28	>	R\$	28.695,71
	2 >	R\$	31.565,28	>	R\$	26.087,13
	3 >	R\$	31.565,28	>	R\$	23.715,57
	4 >	R\$	31.565,28	>	R\$	21.559,61
	5 >	R\$	31.565,28	>	R\$	19.599,64
		R\$	142.195,33		R\$	142.195,33
TIR	Taxa Interna de Retorno					
ANO	0 >	-R\$	15.631,07			
	1 >	R\$	31.565,28			
	2 >	R\$	31.565,28			
	3 >	R\$	31.565,28			
	4 >	R\$	31.565,28			
	5 >	R\$	31.565,28			
			201%			

PERSPECTIVA FINANCEIRA

Total do Investimento	R\$ 15.631,07
Fluxo de Caixa (1º ano) (Valor Presente)	R\$ 28.695,71
Payback (ano)	0,54
Payback (aceitável)	3 anos
PROJETO APROVADO	

3.3 CONTEÚDO DA FORMAÇÃO PARA A VIDA: CONSTRUINDO SUA MARCA

Em geral, a marca pessoal é um conceito que revela quem nós somos, o que valorizamos e o que podemos oferecer. Um exemplo disso é quando somos colaborador de alguma empresa, nossos colegas de trabalho criam uma percepção sobre nós com base no que somos no dia a dia.



3.3.1 CONSTRUINDO SUA MARCA

Marca Pessoal

A marca pessoal é uma estratégia para que você crie a imagem que deseja mostrar. É o processo de definir e promover o que você representa como pessoa. Sua marca pessoal é o culminar das experiências, habilidades e valores que diferenciam você.

Ela irá diferenciá-lo da concorrência e permitir que você crie confiança com clientes e empregadores. Além de lapidar sua imagem, ajudará a evidenciar o seu

talento e aquilo que o diferencia dos outros. Sua marca pessoal tem que ter a “sua cara”. Nela, é preciso mostrar aquilo que você é, assim como pelo que se interessa. Apresente também suas experiências e pontos relevantes na sua história. Sua vivência é capaz de inspirar e auxiliar outras pessoas que estejam em situações parecidas.

É você quem determina e controla sua reputação, seja por meio de suas ações na faculdade, no trabalho, na vida social e até mesmo o que você decide compartilhar nas redes sociais. Suas ações definirão a distinção, confiança e segurança da sua marca pessoal.

A marca pessoal é um pré-requisito para a carreira, precisa ser construída sobre alguns pilares e necessariamente deve oferecer: autenticidade, consistência e ser atraente para o público interno e externo. Segue algumas dicas para manter sua marca pessoal:

Seja autêntico: Seja honesto sobre quem você é, seus atributos e qualidades. Se você se conhece, pode promover uma marca honesta;

Aprenda com as grandes marcas: Identifique o que o diferencia dos demais. O que você faz para se destacar;

Torne-se visível: As maneiras de fazer isso incluem criar redes, participar de projetos sociais, mostrar suas habilidades em apresentações ou workshops ligados à sua área de atuação.

Seja consistente: Sua mensagem deve ser consistente. Tudo o que você faz – e até o que não faz – contribui para a sua marca pessoal, desde a maneira como você fala ao telefone até a maneira como se comporta nas reuniões ou escrever seus e-mails;

Torne-se Benchmark: conceito que vem o inglês, significa referência. Mas você deve estar se questionando: como ser referência no mercado de trabalho durante a minha carreira? Imagine uma árvore grande: O que vemos dela (as folhas, flores e frutos) é a sua marca pessoal. Logo abaixo do solo, nas primeiras raízes, está a sua identidade. E nas raízes mais profundas, que alimentam e sustentam toda a árvore, está o autoconhecimento. Logo, se as suas raízes não são profundas, a imagem facilmente sofrerá danos e, assim como a árvore, estará sujeita a tombar na primeira tempestade.

Personal Branding: trata do gerenciamento da coisa mais importante na sua vida profissional: a reputação. Para reforçar, reputação é aquilo que te torna diferente numa sociedade de profissionais muito iguais.

Autoconhecimento é a chave de uma boa gestão da sua imagem, conhecendo seus pontos fortes e de desenvolvimento você irá poder evidenciar as características que deseja.

Assertividade: Tenha objetivos bem definidos e precisos. Para quem não sabe onde quer chegar, qualquer rumo, leva ao Norte” saiba como gostaria que as outras

peessoas o vissem e como gostaria de ser lembrado, assim você saberá para onde mirar, criando metas e estratégias específicas para alcançar seus objetivos.

Diferenciação: Use seu Networking. Após o upgrade em sua marca pessoal, as pessoas devem saber quão bom profissional você é. Sabendo trabalhar bem sua rede de contatos, você pode se tornar referência na sua área de atuação.

Como diferenciar marca pessoal e marketing pessoal?

A marca pessoal é como planejar a sua pode alavancar a carreira é a reunião de seus talentos e de seus atributos, bons e ruins.

Marketing pessoal é como você vai mostrar ao mundo todas essas características, ou seja, as estratégias que vai adotar para refletir ao mercado o diferencial do seu produto e o valor da sua marca pessoal.

Com tecnologia abundante e a inteligência artificial tomando o lugar de processos tradicionais, o valor humano passa a ter cada vez mais relevância. A tecnologia pode até substituir o homem em algumas funções, mas nunca terá discernimento, pensamento crítico e emoção.

Refleta sobre o diferencial que você pode apresentar, o seu valor, lembrando que marca pessoal é aquilo que as pessoas falam de você, quando você não está presente.



Exemplificando: Se você fizer uma pesquisa rápida na internet sobre os personagens mais influentes nos últimos dez anos, vai perceber um fenômeno

interessante. Raros personagens mantiveram-se nessa lista por muito tempo. Assim, podemos afirmar que a construção da marca pessoal não é simplesmente criar um personagem e investir em marketing publicitário. Vai muito além. É sobre ser autêntico.

Vitrine Pessoal

O poder da imagem pessoal na sua vida e carreira. Cuidar da imagem pessoal significa fazer com que suas melhores qualidades sejam percebidas pelas pessoas ao seu redor. Isso, é claro, só gera benefícios. Você aprende a se expressar melhor, para além das palavras, e consegue criar uma compreensão quase instantânea da sua personalidade e competências.

Você sabe o real motivo de ser e parecer? Daniel Kahneman, psicólogo e Prêmio Nobel de Economia (2002), escreveu um livro chamado “Thinking Fast and Slow”, no qual ele afirma que nós temos dois sistemas de pensamento diferentes: um é imediato e impulsivo, e o outro, demorado e racional. Como o pensamento racional consome muita energia, usamos o pensamento imediato para decidir, julgar e analisar. Aplicando esse conceito no ambiente corporativo, um dos erros cometidos pelo sistema de pensamento rápido e impulsivo é o fato de que tanto você como seus chefes, amigos e liderados estabelecem conceitos com base em dados parciais, enquadramentos, experiências passadas.

Quanto maior a distância física ou de convivência da relação, seja com líderes, chefes ou clientes, maior a necessidade de uma imagem pessoal sólida, uma vitrine onde você é a principal atração. A sua marca pessoal será vital para transmitir a real qualidade de seu trabalho.

Daniel Oppenheimer, professor em Princeton, refutou um mito. Muitos alunos acreditam que os professores se impressionaram com um vocabulário complicado, rebuscado, excessivamente técnico. Em um artigo publicado numa das revistas científicas de maior relevância, Applied Cognitive Psychology, ele demonstra que expressar ideias familiares com linguagem pretensiosa é tomado como sinal de baixa inteligência e pouca credibilidade, ou seja, o caminho para uma comunicação eficaz é a simplicidade. Procure discursos de líderes mundiais da política, economia e do mundo empresarial. Aqueles que têm maior destaque e influência tornaram-se notáveis principalmente pela fala simples ao tratar de assuntos complexos. Em vez de mensagens mirabolantes, torne sua comunicação simples, tente torná-la emocionante. Isso só será possível se você tiver conteúdo e consistência.

Quem não é visto, não é lembrado: Para ser visto, tenha um foco. Muita gente não tem foco tratando-se de redes sociais, tentando ser “tudo para todos” ou opinando e compartilhando todo tipo de conteúdo. Decida qual é a sua mensagem principal e vá em frente.

William Arruda, autor do livro “Digital You: real Personal Branding in the virtual age”, afirma que o primeiro passo para fortalecer sua marca pessoal é o gerenciamento das suas redes sociais. Defina as metas de marca e o que deseja alcançar com a presença nas redes. Depois de saber onde você quer chegar, é hora de planejar e definir em quais plataformas você estará, de acordo com o seu perfil.

Inclua seus interesses e habilidades em todas as descrições de perfil das suas mídias sociais. Eles servirão como palavras-chave que ajudarão sua marca a aparecer nos resultados de pesquisa relevantes quando as pessoas procurarem essas informações. Considere a possibilidade de ter um blog focado nos seus interesses. Você pode convidar alguns amigos para escrever uma coluna semanal. Outra opção é ter um canal de vídeo para divulgar seus conhecimentos.

O objetivo principal da sua marca pessoal nas redes deve ser o engajamento. Por isso, não adianta promover o seu perfil ou o do seu empreendimento o tempo inteiro. Opte por uma marca que conte histórias, compartilhe suas experiências, conhecimentos e habilidades. Claro que nem sempre será possível criar seu conteúdo, por isso, ao compartilhar algo, verifique a autenticidade e busque fontes confiáveis.

Por fim, e não menos importante, participe de grupos ligados à sua área de formação, interaja, compartilhe informações. Em grupos específicos, é possível encontrar profissionais mais experientes e dispostos a colaborar com a sua carreira.

Uma das tendências para os próximos anos é o fim dos treinamentos oferecidos pelas empresas da forma como você conhece hoje. Grande parte da responsabilidade do aprendizado foi transferida para você. E a velocidade da mudança no local de trabalho exige que você faça do aprendizado uma atividade diária. Se você não aprender ativamente todos os dias, perderá rapidamente sua relevância. É sua responsabilidade determinar o que e como aprender.

Outro fato importante é que os profissionais com mentalidade empreendedora são procurados pelos empregadores mais desejados da atualidade. Portanto, você precisa assumir que é o CEO da sua marca. Se você já atua no mercado como funcionário, pense e se comporte como o dono da empresa em que você trabalha.

Quando as pessoas querem saber mais sobre você, iniciam uma pesquisa no Google, inserem seu nome e conferem os resultados. Mitch Joel, autor de “Ctrl Alt Delete”, fala de uma primeira postura digital. O autor afirma que a web geralmente é o primeiro lugar onde vamos quando queremos aprender sobre algo ou alguém. Se a sua impressão inicial é fraca, você está desperdiçando oportunidades e será deixado para trás.

Duas outras tendências no atual cenário ganham cada vez mais espaço. A primeira delas é o vídeo, que assume atualmente uma das mais importantes formas de comunicação comercial. O vídeo permite oferecer uma comunicação completa e favorece uma conexão mais profunda e emocional com aqueles a quem você deseja influenciar.

O trabalho remoto também é uma tendência, o que proporciona liberdade, mas exige responsabilidade. Ao elaborar suas metas e planos de carreira, considere o impacto dessas tendências para criar a sua marca pessoal.

Quando outras pessoas na sua área de atuação e seus seguidores nas redes sociais te enxergam como um especialista confiável, naturalmente perceberão que você é a melhor escolha dentre todas as existentes no mercado. Para criar credibilidade em sua marca pessoal você deve ser honesto em todos os aspectos. Você não terá credibilidade se não fizer o que você fala. Cuide de sua vida e carreira de maneira confiável. A comunicação genuína o ajudará a estabelecer confiabilidade por meio de sua marca pessoal. A marca pessoal é a união da sua presença dentro e fora das redes sociais. Enquanto as redes permitem alcançar um grande público, algumas atitudes reforçam a sua credibilidade, tais como manter-se atualizado sobre a sua área de atuação, a participação em eventos ligados aos seus interesses. Esteja preparado para falar em público. Em algum momento você precisará falar na frente das pessoas, compartilhando aquilo que você faz de melhor. Seja honesto consigo mesmo e com os outros. Prometeu, cumpra. Combinou um prazo, cumpra. Marcou um compromisso, chegue no horário.

Ao longo do tempo e até na história recente do empreendedorismo brasileiro, grandes marcas mostraram-se grandes farsas. Tinham audiência, espaço na grande mídia, eram consideradas como exemplo de sucesso pessoal, financeiro e profissional. A sua carreira é o seu maior patrimônio. A sua reputação chegará antes de você num processo seletivo.

Uma reputação manchada e uma marca pessoal vulnerável podem causar prejuízos pessoais e profissionais.



Exemplificando: Se você deseja divulgar as suas habilidades profissionais e buscar oportunidades de emprego, invista na criação de seu perfil do LinkedIn. Se a sua área de formação está ligada à arte, fotografia, moda, design, artesanato, as plataformas indicadas são aquelas voltadas para o segmento.

Networking

Network é um termo que vem do inglês (“net” é rede e “work” é trabalho) e significa rede de relacionamentos ou rede de contatos. O que é networking, então: trata-se de uma rede de pessoas que trocam informações e conhecimentos entre si, e que pode ser muito mais poderosa do que você pensa. Portanto, qualquer pessoa deve realizar o networking, se quiser fortalecer o digital branding e a sua marca corporativa ou pessoal.

Networking é assumir a responsabilidade de conhecer a outra pessoa. Isso mostra que você é um atencioso e que deseja compartilhar informações, uma apresentação estratégica ou um artigo, por exemplo. Cuidar desse assunto com um enfoque mais inteligente e eficaz trará resultados melhores para a sua carreira. Ainda hoje, muita gente não dá o devido valor a essa estratégia fundamental na vida profissional.

Com uma rede bem cultivada, o seu objetivo será compartilhado e quando a oportunidade surgir você será lembrado. Muita gente pensa em network de forma interesseira, quando na verdade você precisa ser interessante. Network não quer dizer que você deve fazer algo por interesse. É uma colaboração genuína.

Toda sua história de vida, seus comportamentos serão levados em consideração quando você iniciar o networking. Ou seja, a sua reputação falará primeiro e se desenvolverá conforme os seus contatos te conhecerem melhor, se você é eficaz, se é sincero, se trabalha bem em equipe, e assim por diante.

Tratando-se de network, priorize a qualidade dos seus contatos. Segundo Diane Darling, autora do livro “Networking: desenvolva sua carreira criando bons relacionamentos”, geralmente se conhece de 200 a 250 pessoas que, teoricamente, abrem a possibilidade de você vir a conhecer 10 mil pessoas. É difícil cuidar bem de uma rede tão extensa. Portanto, concentre-se no desenvolvimento de relacionamentos.

Defina objetivos: Um bom ponto de partida para criar sua rede de relacionamentos e fazer networking é saber onde você quer chegar.

Busque contatos que já passaram por sua vida : Vale a pena começar a rede por contatos que já passaram pela sua vida e se perderam em algum momento.

Resgate boas histórias : Encontradas as pessoas, uma boa forma de resgatar esses contatos é contar histórias comuns que faziam vocês rirem em alguma época.

Misture online e offline: Encontros presenciais produzem conexões mais profundas, nas redes sociais são ágeis e permitem que você acesse várias pessoas em menos tempo, independentemente de onde elas estejam.

Vá a eventos variados: Um almoço reservado apenas com um contato faz com que vocês tenham possibilidade de conversar de forma mais aprofundada sobre alguns assuntos. Por outro lado, uma conferências, por exemplo, permitem diversas interações, novas ou antigas, e são excelentes para encontrar uma pessoa específica pela primeira vez. Algumas dicas práticas podem te ajudar:

- Fique a, pelo menos, 45 cm de distância do seu interlocutor;
- Mantenha os ombros e os quadris paralelos;
- Faça contato visual, mas sem encarar;
- Não cruze os braços, essa não é uma postura amistosa;
- Preste atenção no seu tom de voz, pois ele pode sugerir tanto falta de confiança como arrogância ou ansiedade.
- Controle o andamento da conversa;
- Se o interlocutor der sinais de impaciência, desacelere. Se o assunto começar a se arrastar, aumente o ritmo;
- Use um vocabulário que o outro entenda;
- Evite clichês, analogias e expressões técnicas, a não ser que o seu interlocutor seja da mesma área que a sua;
- Ao participar de uma palestra, por exemplo, é mais fácil abordar o palestrante antes da apresentação, porque depois pode ser que tenha muita gente em volta dele, e o contato ficará mais difícil. Seja breve e objetivo em sua abordagem;
- Nos eventos, procure abordar os solitários. Eles costumam ser mais receptivos e boas conexões podem sair daí. No mínimo, é uma excelente maneira de praticar suas habilidades em networking. Talvez você possa contribuir com essa pessoa, apresentando-a a alguém da sua rede.

Busque pontos em comum e não seja repetitivo: Quando fizer contato com alguém, da forma que for, você precisa ter algo a dizer. Se o assunto for sempre você mesmo ou sua busca de emprego, você corre o risco de aborrecer as pessoas. Você até pode fazer isso, se houver espaço. O melhor é se focar na outra pessoa e demonstrar interesse (verdadeiro) por ela.

Tente criar uma rede variada: Conheça pessoas de várias áreas e vários níveis, júnior, pleno e sênior. Com isso, você não fica preso a uma rotina, com as mesmas pessoas, os mesmos assuntos, mesmos tipos de eventos, mesmos locais etc.

Siga empresas que te interessam: Siga as empresas de seu interesse nas redes profissionais. Observe o que é dito sobre ela, quem comenta e, se achar interessante, estabeleça contatos com essas pessoas.

Participe de grupos de discussão: Outra dica para fazer networking é participar de grupos de discussão da sua área, seja nas redes profissionais, blogs profissionais ou comunidades de colegas da graduação ou da pós. Tente manter-se ativo, mostrar interesse e mostrar o que está desenvolvendo na área, no seu trabalho. Perguntas para pessoas estratégicas, por exemplo, podem legitimar seu conhecimento.

Diferencie amigos de colegas de profissão: Separe sua rede de amigos da sua rede profissional. Amigos são pessoas com quem você possui intimidade e um afeto diferenciado, que frequentam sua casa e sabem sobre a sua vida pessoal. Colegas de profissão são pessoas que nunca foram à sua casa, mas têm interesses em comum com você, além de alguma afinidade, é claro.

Estabeleça uma relação qualidade x quantidade: Uma boa rede de contatos deve ter um equilíbrio entre qualidade e quantidade. O ideal é ter uma rede de contatos com quem você consiga conversar e desenvolver um relacionamento verdadeiro, ainda que profissional.

Mantenha uma frequência para os contatos: Networking é uma atividade que nunca acaba. Não basta adicionar o contato de uma pessoa para achar que ela faz parte da sua rede. Isso só vai funcionar se você conseguir manter contato com as pessoas, saber como elas estão e fazer com que elas saibam como anda a sua carreira. É preciso ter interesse verdadeiro pelas pessoas e não buscá-las apenas quando estiver precisando de ajuda.

Vá direto ao assunto: Se você precisa pedir alguma coisa para alguém, evite começar como quem não quer nada, perguntando da família, do cachorro, daquela viagem etc. Quer pedir alguma coisa para alguém com quem fala remotamente, seja apenas educado e vá direto ao assunto. O melhor é ser verdadeiro e objetivo no contato. A pessoa poderá decidir se vai ajudar ou não, mas as chances de ela se irritar com você serão bem menores.

Esteja disposto a ajudar: Networking é uma vida de mão dupla.

Seja verdadeiro: Networking exige uma periodicidade, mas, mais uma vez, também exige interesse pelas pessoas e novos assuntos para conversar. Tente conviver com as pessoas e se interessar de verdade pelo que elas pensam e fazem. Só assim você terá assunto e motivo para estreitar uma relação. É preciso se fazer presente e se mostrar disponível. Para isso, as redes sociais são sensacionais, desde que utilizadas de forma adequada.

Na prática, você deve fazer networking com as pessoas de forma generosa e descomprometida. Esses contatos podem incluir:

Agradecimento: você pode dizer “obrigado”, por exemplo, pelos insights que a apresentação daquela pessoa proporcionou;

Cumprimentos: de parabéns por uma apresentação, projeto, resultados, etc;

Feedback: a pessoa sugeriu que você fizesse alguma coisa? Indicou seu nome para uma vaga? Diga a ela como essa história continuou.

Novidade: você pode compartilhar uma reportagem que tenha lido sobre a área de atuação da pessoa. Algo realmente interessante que possa ajudá-la em alguma coisa.

Oferecer um contato: por exemplo, dizer que a palestra dele(a) pode ser ótima para um determinado grupo e que você conhece o(a) organizador(a).

Sabemos que construir e manter uma rede de relacionamentos é a chave para encontrar o emprego dos sonhos e construir uma carreira bem-sucedida.



Exemplificando: Publicar atualizações em sites, blogs e redes sociais. Divulgar informação relevante. Criar conteúdo de valor para a rede. Enviar e-mails, fazer contatos telefônicos ou via inbox periodicamente.

Redes Sociais Profissionais

A sua presença na rede permite que você tenha acesso a quatro pontos relevantes:

- 1 - Descobrir novas ideias e tendências;
- 2 - Conectar-se com seu público alvo de maneira mais profunda;
- 3 - Buscar oportunidades de trabalho;

4 - Construir e aprimorar sua marca pessoal.

O fato é que é impossível separar o uso pessoal, do social e do profissional. Existem maneiras pelas quais você pode proteger sua privacidade e controlar quem vê determinado conteúdo, mas o ônus é você ter que estar vigilante. Uma vida exposta e polêmica em determinados assuntos podem colocar o seu desempenho num processo seletivo em risco.

Um dos espaços mais indicados para o networking são as redes profissionais, principalmente o LinkedIn. Os Grupos do LinkedIn são um ótimo espaço para networking, entretanto, não use essa ferramenta apenas como promoção pessoal. Ao fazer um comentário, jamais use links remetendo para um texto ou post seu sobre produtos e serviços. Apenas opine ou participe do debate, sempre de forma cordial e simples. Você não deve ignorar uma das principais redes sociais profissionais, o LinkedIn. Geralmente, cria-se um perfil quando é preciso mudar de emprego ou se está procurando um. É melhor aprender a usá-lo o quanto antes. Essa rede profissional funciona melhor quando você a utiliza como uma ferramenta de gerenciamento de carreira e não apenas para procurar emprego. O LinkedIn oferece várias maneiras de expandir sua rede, localizando e se conectando com profissionais relevantes em seu setor. A chave é encontrar, abordar e se conectar com pessoas que você já conhece, pessoas com quem você gostaria de conhecer e pessoas que você deveria conhecer. Você também deve postar seu próprio conteúdo, mostrando seus conhecimentos regularmente.

Por ser uma plataforma muito utilizada entre os recrutadores na busca por novos talentos, você deve cultivá-la, cuidar, investir tempo em manter o seu perfil e pesquisar sobre as tendências.

Outro recurso importante é a possibilidade de dar e receber recomendações das pessoas com quem você já trabalhou. Alguns recrutadores levam as recomendações no LinkedIn quase tão a sério quanto as recebidas pessoalmente.

Outra ferramenta no LinkedIn é o “Aconselhamento Profissional”. A própria plataforma identifica perfis de profissionais que são especialistas em suas áreas e os convida para serem conselheiros. Procure esses perfis e faça contato.

As redes sociais profissionais são focadas tanto na busca por talentos como na estratégia de prospecção de clientes em muitas empresas. Por tratar-se de um ambiente voltado estritamente aos negócios, existe um conjunto de etiquetas para sua atuação nessa rede.

Algumas atitudes podem te ajudar a criar uma presença positiva e reforçar a sua credibilidade nas redes.

- No caso do e-mail, revise o texto para evitar erros de português e confira os anexos antes de enviar. Não se esqueça: e-mails são documentos;
- Nos aplicativos de mensagens, evite mandar mensagens particulares em grupos e tome cuidado com as piadinhas e fofocas. Há casos de demissão por justa causa por conta de mensagens trocadas;

- Nas redes sociais, em que as fotos e vídeos são predominantes, atente-se para postagens e situações polêmicas. Racismo, sexismo e preconceito de qualquer tipo são vedados.



Exemplificando: Construir perfil no LinkedIn, tendo em mente três pilares: Perfil, Conexões e Atuação. No perfil você deve colocar todas as informações relevantes sobre sua trajetória profissional. Isso inclui a foto, o resumo das qualificações, as habilidades e o que você pode oferecer ao seu novo empregador. Escolha uma foto do perfil na qual você esteja olhando para frente, com um plano de fundo profissional e um sorriso. Invista em contatos que realmente você conheça pessoalmente e vá ampliando a sua rede aos poucos. Existe uma ferramenta dentro da plataforma que possibilita pedir que um contato te apresente a determinada empresa ou pessoa.

3.3.2 ESTUDANTES NA PRÁTICA

Optamos pela elaboração de um banner onde nos apresentamos e divulgamos a marca que construímos juntos, como equipe ao longo deste curso de ciências contábeis. Ao nos apoiarmos uns aos outros conseguimos avaliar os diferenciais e qualidades de cada um de nós, conseguimos trazer mais conteúdo, e agregar na bagagem que vamos levar para nossas redes sociais e para o mercado de trabalho em si.

CONSTRUINDO SUA MARCA

O que te define?

Qual o seu diferencial?



Como você se apresenta?

Suas escolhas, seu posicionamento, sua linguagem, e formação são a sua marca.



4. CONCLUSÃO

Chegamos ao fim de mais um projeto onde pudemos aprender colocando em prática os conhecimentos adquiridos, nas disciplinas de Análise de Empresa e Administração de Pessoal e Obrigações Trabalhistas, assim como no conteúdo de Formação para a Vida a nossa marca pessoal é imprescindível para termos sucesso na vida pessoal e profissional e é a base para construir uma carreira de sucesso. É você quem determina e controla sua reputação, seja por meio de suas ações na faculdade, no trabalho, na vida social e até mesmo o que você decide compartilhar nas redes sociais. Suas ações definirão a distinção, confiança e segurança da sua marca pessoal.

Utilizamos a empresa Bombril S.A. para estudar e explicar o conteúdo adquirido, o que foi de grande importância para a realização do trabalho. Através desta análise conseguimos verificar o quão importante é o trabalho do profissional de contábeis, e como é importante que este se mantenha atualizado frente à economia e atualizações das legislações trabalhistas, fiscais e previdenciárias.

Um olhar atento a todas as demandas e questões, pode salvar uma empresa de se afundar em dívidas ao realizar ações não planejadas, sem o foco ao consumidor principal e o mercado de atuação. Ou mesmo uma análise estratégica pode auxiliar a colocar em execução o plano de investir em novas modalidades ou ativos.

REFERÊNCIAS

Disponível em:

<https://www.bombril.com.br/quem-somos> - Acesso 10/06/2023

Disponível em:

<https://ri.bombril.com.br/a-bombril/perfil-corporativo-e-historico/> - Acesso em 10/06/2023

Disponível em:

<https://sistemaswebb3-listados.b3.com.br/listedCompaniesPage/main/12190/CODBOLS/A/overview?language=pt-br> - Acesso em 10/06/2023

Disponível em:

<https://economia.uol.com.br/noticias/redacao/2023/04/25/bombril-historia-empresa-dividas.htm#:~:text=O%20que%20aconteceu%20com%20a,retorno%20esperado%20com%20os%20lan%C3%A7amentos.> - Acesso em 10/06/2023

Disponível em:

<https://www.mundorh.com.br/bombril-amplia-o-foco-em-pessoas-e-reforca-a-busca-por-mais-diversidade-no-mercado-de-trabalho/> - Acesso em 12/06/2023

Disponível em:

<https://www.infojobs.com.br/bombril-sa/salarios?ps=12&pn=2&po=Salary_Count%20DESC&ico=111100> acesso em 11/06/2023

Disponível em:

<https://www.glassdoor.com.br/Benefits/Bombril-US-Benefits-EI_IE42726.0,7_IL.8,10_IN1.htm> acesso em 11/06/2023

ANEXOS

RELATÓRIO DE AUTOAVALIAÇÃO

O Projeto Integrado faz parte da extensão Universitária. O grupo aplica os conhecimentos adquiridos em sala de aula, desenvolvendo estudos de caso aplicados em empresas reais e além disso, utilizam os temas de Formação para a Vida, para construir algo direcionado para a sociedade. Esta parte do projeto, está destinada ao relatório de autoavaliação dos integrantes do grupo. O relatório foi desenvolvido, para registrar essa atividade extensionista, que fará parte do currículo de cada estudante.

A equipe deve desenvolver um relatório com o conteúdo igual para todos os integrantes, mas, cada estudante deve replicar o conteúdo e colocar seu nome de forma individual, o nome dos integrantes deve estar no final do relatório, conforme campo disponível. Por esse motivo, estão disponíveis cinco anexos do relatório, destinados um para cada integrante do grupo.

RELATÓRIO FINAL DAS ATIVIDADES DE EXTENSÃO

1. IDENTIDADE DA ATIVIDADE
RELATÓRIO: O Custo Oculto da Mão de Obra e seu Impacto Financeiro
CURSO: Ciências Contábeis
MÓDULO: 14 - Avaliação Empresarial
PROFESSOR RESPONSÁVEL: Anna Gorkos
ESTUDANTE: Sandra Aparecida de Lima
PERÍODO DE REALIZAÇÃO: 08/05 a 14/06/2023

2. DESENVOLVIMENTO
Realizamos avaliações empresariais e suas obrigações trabalhistas. E na parte da Formação para a Vida, aprendemos como construir nossa marca pessoal e profissional.
O maior desafio foi encontrar a empresa certa para as análises.
O cronograma sempre é desenvolvido por mensagens e cada um vai escolhendo a parte que vai desenvolver no PI.
Não tivemos encontros presenciais, a nossa comunicação é feita por mensagens, o cronograma é definido por cada um da equipe que se manifesta apontando qual parte vai elaborar e cada um vai desenvolvendo sua parte. A minha parte foi a Formação para a Vida, fiz algumas pesquisas no Google e utilizei o próprio material da plataforma.
Tem muitos aspectos positivos, mas um que me chamou muito atenção foi o que o networking pode fazer por nossa carreira profissional.
Elaborar vídeos ou banner.
Muitos aprendizados, o tanto que o custo da mão de obra tem impacto financeiro na saúde financeira de uma empresa, e outras percepções do nosso dia a dia que estavam passando despercebidas e que tem relevante importância para a carreira profissional, como aprendizado na Formação para a Vida.

Que a plataforma não passe por tantas mudanças.

3. EQUIPE DOS ESTUDANTES NO PROJETO

1012021100194	Aline Domingos G. de Oliveira
1012020100677	Bruno dos Santos Oliveira
1012021100104	Laís Antônia Monserrat Silva

4. IDENTIDADE DA ATIVIDADE

RELATÓRIO: O Custo Oculto da Mão de Obra e seu Impacto Financeiro

CURSO: Ciências Contábeis

MÓDULO: Análise de Empresa e Administração de Pessoal e Obrigações Trabalhistas

PROFESSOR RESPONSÁVEL: Anna Gorkos

ESTUDANTE: Laís Antônia Monserrat Silva

PERÍODO DE REALIZAÇÃO: 08/05 a 14/06/2023

5. DESENVOLVIMENTO

Realizamos avaliações empresariais e suas obrigações trabalhistas. E na parte da Formação para a Vida, aprendemos como construir nossa marca pessoal e profissional.

O maior desafio foi encontrar a empresa certa para as análises.

O cronograma sempre é desenvolvido por mensagens e cada um vai escolhendo a parte que vai desenvolver no PI.

Não tivemos encontros presenciais, a nossa comunicação é feita por mensagens, o cronograma é definido por cada um da equipe que se manifesta apontando qual parte vai elaborar e cada um vai desenvolvendo sua parte. A minha parte foi a Formação para a Vida, fiz algumas pesquisas no Google e utilizei o próprio material da plataforma.

Tem muitos aspectos positivos, mas um que me chamou muito atenção foi o que o networking pode fazer por nossa carreira profissional.

Elaborar vídeos ou banner.

Muitos aprendizados, o tanto que o custo da mão de obra tem impacto financeiro na saúde financeira de uma empresa, e outras percepções do nosso dia a dia que estavam passando despercebidas e que tem relevante importância para a carreira profissional, como aprendizado na Formação para a Vida.

Que a plataforma não passe por tantas mudanças.

6. EQUIPE DOS ESTUDANTES NO PROJETO

1012021100194	Aline Domingos G. de Oliveira
1012020100677	Bruno dos Santos Oliveira
1012020200110	Sandra Aparecida de Lima

7. IDENTIDADE DA ATIVIDADE

RELATÓRIO: O Custo Oculto da Mão de Obra e seu Impacto Financeiro

CURSO: Ciências Contábeis

MÓDULO: Análise de Empresa e Administração de Pessoal e Obrigações Trabalhistas

PROFESSOR RESPONSÁVEL: Anna Gorkos

ESTUDANTE: Bruno dos Santos Oliveira

PERÍODO DE REALIZAÇÃO: 08/05 a 14/06/2023

8. DESENVOLVIMENTO

Realizamos avaliações empresariais, administração de pessoas e obrigações trabalhistas. E na parte da Formação para a Vida, aprendemos como construir nossa marca pessoal e profissional.

O maior desafio foi encontrar informações necessárias da empresa escolhida para o desenvolvimento do tópico.

Nos organizamos através de um grupo via whatsapp, cada um escolhe o que deseja para o desenvolvimento do PI.

Não tivemos encontros presenciais, a nossa comunicação é feita por mensagens, o cronograma é definido por cada um da equipe que se manifesta apontando qual parte vai elaborar e cada um vai desenvolvendo sua parte. A minha parte foi a Administração de Pessoas e Obrigações Trabalhistas.

Tem muitos aspectos positivos, mas um que me chamou muito atenção foi o que o networking pode fazer por nossa carreira profissional.

Elaborar vídeos ou banner.

Muitos aprendizados, o tanto que o custo da mão de obra tem impacto financeiro na saúde financeira de uma empresa, e outras percepções do nosso dia a dia que estavam passando despercebidas e que tem relevante importância para a carreira profissional, como aprendizado na Formação para a Vida.

Que a plataforma seja eficiente. Que atenda as necessidades quando precisarmos, como o acesso a “secretaria virtual” por exemplo.

9. EQUIPE DOS ESTUDANTES NO PROJETO

1012021100194	Aline Domingos G. de Oliveira
1012021100104	Laís Antônia Monserrat Silva
1012020200110	Sandra Aparecida de Lima

10. IDENTIDADE DA ATIVIDADE**RELATÓRIO:** O Custo Oculto da Mão de Obra e seu Impacto Financeiro**CURSO:** Ciências Contábeis**MÓDULO:** 14 - Avaliação Empresarial**PROFESSOR RESPONSÁVEL:** Anna Gorkos**ESTUDANTE:** Aline Domingos Galdino de Oliveira**PERÍODO DE REALIZAÇÃO:** 08/05 a 14/06/2023**11. DESENVOLVIMENTO**

Realizamos avaliações empresariais e suas obrigações trabalhistas. E na parte da Formação para a Vida, aprendemos como construir nossa marca pessoal e profissional.

O maior desafio foi encontrar a empresa certa para as análises.

O cronograma sempre é desenvolvido por mensagens e cada um vai escolhendo a parte que vai desenvolver no PI.

Não tivemos encontros presenciais, a nossa comunicação é feita por mensagens, o cronograma é definido por cada um da equipe que se manifesta apontando qual parte vai elaborar e cada um vai desenvolvendo sua parte. A minha parte foi a Formação para a Vida, fiz algumas pesquisas no Google e utilizei o próprio material da plataforma.

Tem muitos aspectos positivos, mas um que me chamou muito atenção foi o que o networking pode fazer por nossa carreira profissional.

Elaborar vídeos ou banner.

Muitos aprendizados, o tanto que o custo da mão de obra tem impacto financeiro na saúde financeira de uma empresa, e outras percepções do nosso dia a dia que estavam passando despercebidas e que tem relevante importância para a carreira profissional, como aprendizado na Formação para a Vida.

Que a plataforma não passe por tantas mudanças.

12.EQUIPE DOS ESTUDANTES NO PROJETO

1012020200110	Sandra Aparecida de Lima
1012020100677	Bruno dos Santos Oliveira
1012021100104	Laís Antônia Monserrat Silva