



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
CPFL ENERGIA 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

CPFL ENERGIA S.A.

MÓDULO AVALIAÇÃO EMPRESARIAL

AVALIAÇÃO DE EMPRESAS - PROF. LUIZ FERNANDO PANCINE

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

ESTUDANTES:

Luis Carlos Moreira da Silva, RA 1012019200376

Fátima C. de Souza , RA 1012020100560

Francisco Jesus G. da Silva, RA 1012021100372

Juliana Ap. Elidio Ferracini, RA 1012021200250

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

JUNHO, 2023

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	3
2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA	4
3. PROJETO INTEGRADO	7
3.1 ADMINISTRAÇÃO DE PESSOAL E OBRIGAÇÕES TRABALHISTAS	7
3.1.1 SALÁRIO VERSUS REMUNERAÇÃO	9
3.1.2 CUSTOS OCULTOS RELACIONADOS À MÃO-DE-OBRA	21
3.2 AVALIAÇÃO DE EMPRESAS	29
3.2.1 RISCO X RETORNO	34
3.2.2 PAYBACK E FLUXO DE CAIXA PARA ANÁLISE DE PROJETOS	47
3.3 CONTEÚDO DA FORMAÇÃO PARA A VIDA: CONSTRUINDO SUA MARCA	50
3.3.1 CONSTRUINDO SUA MARCA	51
3.3.2 ESTUDANTES NA PRÁTICA	86
4. CONCLUSÃO	87
REFERÊNCIAS	88
ANEXOS	90
RELATÓRIO DE AUTOAVALIAÇÃO	93

1. INTRODUÇÃO

O objetivo deste trabalho é entender a importância da administração de pessoal e as obrigações trabalhistas, calcular certo os salários e remunerações dos colaboradores visando mitigar os riscos de passivos trabalhistas no futuro.

Um dos principais benefícios da administração de pessoas é evitar os gastos desnecessários com demissões e substituições de colaboradores.

Para acompanhar a performance nas empresas existem vários indicadores, de rentabilidade, eficiência, competência, produtividade, entre outros, porém o turnover ou índice de rotatividade de pessoas em uma organização é muito importante, para controlar o fluxo de entradas e saídas de colaboradores.

Toda empresa apresenta índice de turnover. Mas, quando essa taxa de rotatividade está alta, é indicador que existem problemas de gestão na organização. Esses podem ser de naturezas diversas, como: má administração, falta de infraestrutura, remuneração abaixo da esperado ou até mesmo a falta de motivação profissional.

O trabalho também aborda a relação de risco e retorno e os impactos para investidores e organizações a fim de maximizar o capital investido obtendo o maior retorno com o menor risco possível.

2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA

A CPFL ENERGIA S.A., é uma sociedade anônima de capital aberto, com sede na Rodovia Engenheiro Miguel Noel Nascentes Burnier, Km 2,5 - Parque São Quirino - Campinas - SP. CEP: 13088-900, inscrita sob o CNPJ 02.429.144/0001-93, com Capital Social de R\$ 9.435.625.759,75 (Nove bilhões, quatrocentos e trinta e cinco milhões, seiscentos e vinte e cinco mil e setecentos e cinquenta e nove reais e setenta e cinco centavos).

Em 2022, a CPFL completou 18 anos da abertura de seu capital na B3. Com mais de 100 anos de atuação no Brasil, a Companhia possui atualmente ações listadas no Novo Mercado da B3.

A CPFL Energia é uma empresa de energia completa, com negócios em distribuição, geração, transmissão, comercialização de energia elétrica e serviços, com atuação em todas as regiões do país.

A CPFL é a segunda maior distribuidora em volume de energia vendida, com 14% de participação no mercado nacional, atendendo cerca de 10,3 milhões de clientes em 687 municípios. Com 4.414 MW de capacidade instalada, estando entre as maiores geradoras privadas do país, com atuação em fontes hidrelétrica, solar, eólica e biomassa. Com a aquisição da Companhia Estadual de Transmissão de Energia Elétrica – CEEE-T (CPFL Transmissão), o grupo passou a atuar de forma relevante também no segmento de Transmissão. Conta também com uma operação nacional por meio da CPFL Soluções, fornecendo soluções integradas em gestão e comercialização de energia, eficiência energética, geração distribuída, infraestrutura energética e serviços de consultoria.

A CPFL Energia atua como holding, participando no capital de outras sociedades. A State Grid Corporation of China (SGCC) controla a CPFL Energia por meio de suas subsidiárias State Grid International Development Co., Ltd, State Grid International Development Limited (SGID), International Grid Holdings Limited, State Grid Brazil Power Participações S.A. (SGBP) e ESC Energia S.A.

A CPFL Energia adota práticas diferenciadas de governança corporativa, alinhadas com as melhores práticas existentes no Brasil e exterior. A Companhia tem suas ações listadas no segmento do Novo Mercado da B3 S.A. - Brasil, Bolsa e Balcão (B3), que possui o mais alto nível de governança com as seguintes características:

- Capital social composto exclusivamente por ações ordinárias, com garantia de tratamento igualitário a acionistas controladores e minoritários na alienação de controle - tag along de 100%;
- Conselho de Administração composto por no mínimo cinco e no máximo nove membros, sendo dois conselheiros independentes;
- Política de negociação de valores mobiliários;
- Código de Ética e Conduta Empresarial;
- A holding está vinculada à arbitragem na Câmara de Arbitragem do Mercado da B3, conforme Cláusula Compromissória constante no Estatuto Social da Companhia;
- Canal de ética - Incentivamos nossos colaboradores(as) e demais públicos de relacionamentos a relatarem suas preocupações, dúvidas, sugestões e denúncias que contrariem as diretrizes do nosso Código de Conduta Ética, os nossos valores e legislações vigentes, inclusive, atos de corrupção ou outras transgressões à Lei nº 12.846/13. Para tanto, disponibilizamos um canal de comunicação estruturado para receber os relatos de forma segura, independente e anônima. O Canal de Ética fica disponível 24 horas por dia, todos os dias do ano e é gerenciado pela empresa Contato Seguro;
- Relatório Anual publicado em consenso com as diretrizes da GRI (Global Reporting Initiatives) e na estrutura internacional para relato integrado IIRC (International Integrated Reporting Council);
- Certificação dos controles internos pelos administradores (CEO e CFO) e pelos auditores independentes;
- Análise preliminar das transações que envolvem empresas vinculadas ao acionista controlador pelo Comitê de Partes Relacionadas;
- Autoavaliação anual dos membros do Conselho de Administração e do Conselho Fiscal;

- Conselho de Administração, Comitês de Assessoramento, com destaque para o Comitê de Auditoria e Conselho Fiscal permanente com competências e funcionamento definidos em Regimentos Internos.

3. PROJETO INTEGRADO

3.1 ADMINISTRAÇÃO DE PESSOAL E OBRIGAÇÕES TRABALHISTAS

A folha de pagamento é um dos documentos mais importantes em uma empresa, porém, só é possível criar uma rotina que preza pela transparência trabalhista caso a empresa saiba tudo sobre salário e remuneração e a diferença entre eles.

Os dois termos são interligados e se completam. Apesar disso, eles não têm o mesmo significado, e o desconhecimento da diferença entre salário e remuneração pode ter um impacto extremamente negativo na saúde financeira da empresa. Antes de conhecer o que é salário e remuneração e a diferença entre os dois, é importante saber o significado dos termos de forma separada.

Salário é o valor devido pelo empregador ao empregado em função dos serviços prestados. Essa remuneração periódica está prevista em contrato de trabalho e costuma ser paga mensalmente.

A remuneração é mais ampla que o salário e contempla todos os valores que o colaborador recebe em função do seu trabalho ao longo de determinado período.

Ela é a soma de salário e benefícios extras, como adicional noturno, adicional de insalubridade, horas extras, comissões e outros. Ou seja, a remuneração é o valor total que o colaborador irá receber pelo trabalho executado.

É importante lembrar que todos os adicionais que ele tem a receber devem estar previstos em contrato de trabalho. Vale destacar também que a remuneração não está necessariamente relacionada ao pagamento mensal, mas pode variar de acordo com a forma de trabalho que foi acordada entre empregador e empregado: por tarefa, produção, carga horária, mensal, etc.

A diferença entre salário e remuneração principal está na essência desses termos. Enquanto o salário é a remuneração fixa previamente definida em contrato de trabalho, a remuneração é o valor variável.

O custo de rotatividade é um daqueles custos ocultos que, se você não enxerga, não considera, mas tem uma influência significativa nos gastos da organização como um todo.

Às vezes, manter o funcionário é mais barato do que contratar um novo funcionário, que vai refletir na necessidade de treinamento, tempo de adaptação, gerando uma curva de aprendizado até que se comece a performar bem na função.

O desligamento de funcionários, seja ele voluntário ou involuntário, reflete em custos ocultos principalmente na necessidade de reposição, efetuando uma nova contratação.

O turnover voluntário acontece quando o funcionário sinaliza a demissão da empresa por vontade própria. Já o turnover involuntário acontece nos casos em que a decisão do desligamento ocorre por parte da organização.

Esse movimento pode ocorrer por uma demissão por justa causa, que ocorre em situações específicas ou por decisão estratégia da organização por observar uma performance abaixo do esperado.

Conforme relatos em site de empregos, a CPFL é uma ótima empresa para trabalhar, com benefícios muito bons e oferecem excelentes oportunidades de crescimento.

3.1.1 SALÁRIO *VERSUS* REMUNERAÇÃO

Salário é a contraprestação devida ao empregado pela prestação de serviços, em decorrência do contrato de trabalho.

SALÁRIOS – VARIAÇÕES NO PONTO E TEMPO DE TRANSPORTE

O art. 58 da CLT teve acréscimo de parágrafos, através da Lei 10.243/2001, dispondo sobre as parcelas não integrantes dos salários, relativos as variações no ponto e tempo de transporte do trabalhador.

VARIAÇÕES DE HORÁRIO NO REGISTRO DE PONTO

Não serão descontadas nem computadas como jornada extraordinária as variações de horário no registro de ponto não excedentes de cinco minutos, observado o limite máximo de dez minutos diários.

TEMPO DE TRANSPORTE

O tempo despendido pelo empregado até o local de trabalho e para o seu retorno, por qualquer meio de transporte, não será computado na jornada de trabalho, salvo quando, tratando-se de local de difícil acesso ou não servido por transporte público, o empregador fornecer a condução.

Já a remuneração é a soma do salário contratualmente estipulado (mensal, por hora, por tarefa etc.) com outras vantagens percebidas na vigência do contrato de trabalho como horas extras, adicional noturno, adicional de periculosidade, insalubridade, comissões, percentagens, gratificações, diárias para viagem entre outras.

ADICIONAL DE PERICULOSIDADE

O adicional de periculosidade é um valor devido ao empregado exposto a atividades perigosas, na forma da regulamentação aprovada pelo Ministério do Trabalho e Emprego.

Conforme dispõe o art. 193 da CLT são consideradas atividades ou operações perigosas, aquelas que, por sua natureza ou métodos de trabalho, impliquem risco acentuado em virtude de exposição permanente do trabalhador a:

Inflamáveis, explosivos ou energia elétrica;

Roubos ou outras espécies de violência física nas atividades profissionais de segurança pessoal ou patrimonial;

As atividades de trabalhador em motocicleta.

CARACTERIZAÇÃO E CLASSIFICAÇÃO

A periculosidade é caracterizada por perícia a cargo de Engenheiro do Trabalho ou Médico do Trabalho, registrados no Ministério do Trabalho (MTE).

VALOR A SER PAGO

O valor do adicional de periculosidade será o salário do empregado acrescido de 30%, sem os acréscimos resultantes de gratificações, prêmios ou participações nos lucros da empresa.

EXTINÇÃO DO DIREITO

O direito ao adicional de periculosidade não se trata de um direito adquirido, ou seja, o direito ao adicional cessará quando ocorrer a eliminação do risco à saúde ou integridade física do trabalhador.

O art. 457 da CLT menciona que compreendem-se na remuneração do empregado, para todos os efeitos legais, além do salário devido e pago diretamente pelo empregador, como contraprestação do serviço, as gorjetas que receber, as gratificações legais e as comissões, além dos adicionais devidos decorrentes da prestação de serviços como horas extras, adicional noturno, insalubridade, periculosidade, dentre outros.

Assim, podemos afirmar que remuneração é gênero e salário é a espécie desse gênero. A palavra remuneração passou a indicar a totalidade dos ganhos do empregado

decorrentes do vínculo empregatício, pagos diretamente ou não pelo empregador e a palavra salário, para indicar os ganhos recebidos diretamente pelo empregador pela contraprestação do trabalho.

As verbas consideradas como remuneração e que fazem base para cálculo de 13º salário, férias, rescisões entre outras, são:

HORAS EXTRAS

A legislação trabalhista vigente estabelece que a duração normal do trabalho, salvo os casos especiais, é de 8 (oito) horas diárias e 44 (quarenta e quatro) semanais, no máximo.

Todavia, poderá a jornada diária de trabalho dos empregados maiores ser acrescida de horas suplementares, em número não excedente a duas, no máximo, para efeito de serviço extraordinário, mediante acordo individual, acordo coletivo, convenção coletiva ou sentença normativa. Excepcionalmente, ocorrendo necessidade imperiosa, poderá ser prorrogada além do limite legalmente permitido.

TRABALHO NOTURNO

A Constituição Federal, no seu artigo 7º, inciso IX, estabelece que são direitos dos trabalhadores, além de outros, remuneração do trabalho noturno superior à do diurno.

HORÁRIO NOTURNO

Considera-se noturno, nas atividades urbanas, o trabalho realizado entre as 22:00 horas de um dia às 5:00 horas do dia seguinte.

Nas atividades rurais, é considerado noturno o trabalho executado na lavoura entre 21:00 horas de um dia às 5:00 horas do dia seguinte, e na pecuária, entre 20:00 horas às 4:00 horas do dia seguinte.

HORA NOTURNA

A hora normal tem a duração de 60 (sessenta) minutos e a hora noturna, por disposição legal, nas atividades urbanas, é computada como sendo de 52 (cinquenta e dois) minutos e 30 (trinta) segundos. Ou seja, cada hora noturna sofre a redução de 7 minutos e 30 segundos ou ainda 12,5% sobre o valor da hora diurna.

INTERVALO

No trabalho noturno também deve haver o intervalo para repouso ou alimentação, sendo:

- jornada de trabalho de até 4 horas: sem intervalo;
- jornada de trabalho superior a 4 horas e não excedente a 6 horas: intervalo de 15 minutos;
- jornada de trabalho excedente a 6 horas: intervalo de no mínimo 1 (uma) hora e no máximo 2 (duas) horas.

ADICIONAL

A hora noturna, nas atividades urbanas, deve ser paga com um acréscimo de no mínimo 20% (vinte por cento) sobre o valor da hora diurna, exceto condições mais benéficas previstas em acordo, convenção coletiva ou sentença normativa.

BANCO DE HORAS

O empregador poderá celebrar acordo de compensação de horas por meio de contrato coletivo de trabalho, a ser cumprido em período diurno ou noturno, ou ainda em ambos, cujo excesso de horas de trabalho de um dia seja compensado pela correspondente diminuição em outro dia, de maneira a não ultrapassar o limite de 10 horas diárias.

INTEGRAÇÃO AO SALÁRIO

O adicional noturno, bem como as horas extras noturnas, pagos com habitualidade, integram o salário para todos os efeitos legais, conforme Enunciado I da Súmula TST nº 60.

FORMALIZAÇÃO DO PAGAMENTO

O pagamento do adicional noturno é discriminado formalmente na folha de pagamento e no recibo de pagamento de salários, servindo, assim, de comprovação de pagamento do direito.

INSALUBRIDADE - NÃO BASTA SOMENTE O LAUDO PERICIAL PARA GARANTIR O DIREITO

Como o próprio nome diz, insalubre é algo não salubre, que não é bom para a saúde, doentio, que pode causar doenças ao trabalhador por conta de sua atividade laboral.

A insalubridade é definida pela legislação em função do grau do agente nocivo, levando em conta ainda o tipo de atividade desenvolvida pelo empregado no curso de sua jornada de trabalho, observados os limites de tolerância, as taxas de metabolismo e respectivos tempos de exposição durante a jornada.

Assim, são consideradas insalubres as atividades ou operações que por sua natureza, condições ou métodos de trabalho, expõem o empregado a agentes nocivos à saúde, acima dos limites de tolerância fixados em razão da natureza, da intensidade do agente e o tempo de exposição aos seus efeitos.

LEGISLAÇÃO

A discriminação dos agentes considerados nocivos à saúde, bem como os limites de tolerância mencionados, estão previstos nos anexos da Norma Regulamentadora NR-15.

Para caracterizar e classificar a Insalubridade em consonância com as normas baixadas pela Secretaria Especial de Previdência e Trabalho (SEPRT), far-se-á necessária perícia médica por profissional competente e devidamente registrado no respectivo órgão.

O exercício de trabalho em condições insalubres, acima dos limites de tolerância estabelecidos pela SEPRT, assegura a percepção de adicional de 40% (quarenta por cento), 20% (vinte por cento) e 10% (dez por cento), segundo se classifiquem nos graus máximo, médio e mínimo, respectivamente, conforme prevê artigo 192 da CLT.

O Tribunal Superior do Trabalho havia decidido, em sessão do Pleno, dar nova redação à Súmula nº 228, definindo o salário básico como base de cálculo para o adicional de Insalubridade, a partir da publicação (9 de maio de 2008) da Súmula Vinculante nº 4 do STF.

A Súmula Vinculante nº 4 veda a utilização do salário mínimo como indexador de base de cálculo de vantagem de servidor público ou de empregado. A redação anterior da Súmula 228 do TST adotava o salário mínimo como base de cálculo, exceto para categorias que, por força de lei, convenção coletiva ou sentença normativa, tivessem salário profissional ou piso normativo.

Em função da Súmula Vinculante do STF, o TST adotou, por analogia e por maioria de votos, a mesma base de cálculo assentada pela jurisprudência do Tribunal para o adicional de periculosidade, prevista na Súmula 191 (salário base).

Entretanto, o próprio STF decidiu, liminarmente, que não é possível a substituição do salário mínimo, seja como base de cálculo, seja como indexador, antes da edição de lei ou celebração de convenção coletiva que regule o adicional de insalubridade.

Com isso, a nova redação da Súmula 228 do TST ficou suspensa na parte em que permite a utilização do salário básico, **permanecendo o salário mínimo como base de cálculo do respectivo adicional.**

NÃO BASTA SOMENTE O LAUDO PERICIAL

Como a legislação estabelece quais são os agentes considerados nocivos à saúde, não será suficiente somente o laudo pericial para que o empregado tenha direito ao respectivo adicional.

É preciso que a atividade apontada pelo laudo pericial como insalubre esteja prevista na relação oficial elaborada pela Secretaria Especial de Previdência e Trabalho, tal como definido pela NR-15.

Por se tratar de entendimento jurisprudencial, há casos em que a segunda instância trabalhista (Tribunais Regionais do Trabalho - TRT) ou primeira instância (Varas do Trabalho) julgam os pedidos favoráveis ao empregado diante dos laudos periciais apresentados.

Entretanto, o próprio Tribunal Superior do Trabalho - TST acaba reformando estes julgamentos, mesmo com laudos periciais, sob o fundamento (consoante o disposto no item I da Súmula 448 do TST) de que as atividades sob análise não estão previstas no rol de atividades definidas pela NR-15, conforme as seguintes notícias:

REPOUSO SEMANAL REMUNERADO - HORISTA

A Lei 605/49, que trata do repouso semanal remunerado (também conhecido como descanso semanal remunerado - DSR), elenca em seu artigo 7º que a remuneração do mencionado repouso corresponderá a um dia de serviço.

Podemos dizer que o DSR possui dois reflexos diferentes:

- Reflexo do repouso pela semana trabalhada: neste, o empregado tem direito ao descanso de um dia na semana (preferencialmente no domingo), por ter cumprido a carga horária semanal sem faltas injustificadas;
- Reflexo na remuneração sobre os adicionais recebidos: neste, o empregado tem direito ao acréscimo da remuneração sobre os adicionais recebidos durante o mês como horas extras, adicional noturno, comissões ou outros de mesma natureza previstos em acordos ou convenção coletiva de trabalho.

O DSR sobre os adicionais é automático, ou seja, se o empregado receber 10 (dez) horas ou 1 (um) minuto como extraordinário ou como adicional noturno, terá direito ao reflexo na remuneração.

O repouso semanal remunerado do empregado horista calcula-se da seguinte forma:

- somam-se as horas normais realizadas no mês;
- divide-se o resultado pelo número de dias úteis;
- multiplica-se pelo número de domingos e feriados;
- multiplica-se pelo valor da hora normal.

A Lei 13.467/2017 estabeleceu por meio da nova redação ao [§ 2º do art. 457 da CLT](#), que a partir de 11.11.2017, ainda que habituais, não integram a remuneração do empregado as parcelas abaixo:

- Abonos;
- Prêmios (assiduidade, triênio, anuênio, biênios, quinquênios);
- Ajuda de custos (qualquer valor);
- Abonos habituais Salário in Natura - fornecimento habitual de qualquer vantagem concedida ao empregado (aluguel de casa, carros, escola de filhos, etc.);
- Diárias para viagem, ainda que excedam a 50% (cinquenta por cento) do salário recebido pelo empregado;

Exemplos na CPF

PISO SALARIAL

Serão aplicados os seguintes pisos salariais abaixo para empregados que cumprem jornadas de 8 (oito) ou 6 (seis) horas diárias:

a) Auxiliares de atendimento de agência de atendimento - R\$ 1.416,89 (um mil, quatrocentos e dezesseis reais e oitenta e nove centavos);

b) Auxiliar Administrativo e Assistente de Atendimento Jr. - R\$ 2.253,89 (dois mil, duzentos e cinquenta e três reais e oitenta e nove centavos);

c) Eletricista de Distribuição Praticante – R\$ 2.121,43 (dois mil, cento e vinte e um reais e quarenta e três centavos);

Fica definido que todos os empregados contratados no cargo de Eletricista Praticante passarão por uma avaliação de desempenho no período de vigência deste Acordo.

Caso o resultado dessa avaliação conclua pela aptidão do empregado e, desde que no período que estiver na condição de Eletricista Praticante, o mesmo apresente a Carteira Nacional de Habilitação com a categoria “C” ou “D”, o empregado passará automaticamente para o cargo de “eletricista I.

d) Demais cargos – R\$ 2.402,65 (dois mil, quatrocentos e dois reais e sessenta e cinco centavos); Para jornadas diárias inferiores a 6 (seis) horas, será praticado um piso salarial calculado proporcionalmente ao total de horas trabalhadas.

PAGAMENTO E ADIANTAMENTO SALARIAL

O pagamento mensal do salário será realizado até o último dia útil do mês, salvo situação excepcional, quando será fixada nova data, com prévio conhecimento pelo Sindicato. Parágrafo único:

A EMPRESA efetuará o adiantamento de 35% (trinta e cinco por cento) da remuneração fixa mensal dos empregados, com base no mês anterior, no dia 12 (doze) de cada mês ou no primeiro dia útil anterior a essa data, em caso de coincidir com finais de semana ou feriados.

AGÊNCIA DE ATENDIMENTO

Serão contratados auxiliares de atendimento, com jornada de 8 horas diárias, com salário de R\$ 1.416,89 (hum mil, quatrocentos e dezesseis reais e oitenta e nove centavos) com os mesmos benefícios do acordo coletivo.

ANTECIPAÇÃO DA 1ª PARCELA DO 13º SALÁRIO

A CPFL efetuará o pagamento da 1ª parcela do 13º salário na segunda quinzena do mês de janeiro de cada ano base, para todos os empregados. Com essa sistemática, não mais será paga por ocasião de recebimento de férias.

GRATIFICAÇÃO DE FÉRIAS A CPFL manterá a Gratificação de Férias, com a parte fixa no valor de R\$ 3.097,70 (três mil e noventa e sete reais e setenta centavos) mantendo a parte variável de 40% (quarenta por cento) sobre o valor que resultar da

diferença entre a remuneração fixa mensal do empregado e a parte fixa da Gratificação. Do resultado deste cálculo, deve-se deduzir o valor correspondente a 1/3 Constitucional de férias, que será pago em rubrica específica.

A Gratificação de Férias continuará limitada à remuneração fixa mensal do empregado, quando esta for inferior ao valor fixo da Gratificação.

Com a presente sistemática de Gratificação de Férias, a CPFL cumpre plenamente os dispostos nos artigos 144 da CLT e 7º, inciso XVII, da Constituição Federal. Parágrafo terceiro: A legislação citada no parágrafo segundo refere-se ao valor pago a título de Gozo de Férias Anuais Remuneradas com, pelo menos, 1/3 a mais do que o salário normal, cujo montante compõe o valor da Gratificação de Férias.

HORAS EXTRAS

A CPFL efetuará o pagamento das horas-extras com 50% (cinquenta por cento) de acréscimo sobre a hora normal e nos domingos e feriados com 100% (cem por cento) sobre a hora normal. A base de cálculo para este fim será no divisor 200 horas. Parágrafo primeiro: O cálculo da hora extra com base mensal 200 horas passou a ser feito a partir de agosto de 2012, o mesmo ocorreu com o valor da hora extra a 50%. Esta cláusula não prejudicará direitos que foram ou, porventura, venham a ser reconhecidos, em ação judicial em andamento, que tenham por objeto o divisor de horas.

O pagamento das horas-extras aos Sábados será efetuado com 100% (cem por cento) sobre a hora normal, para os empregados que trabalham na semana de 05 dias.

ADICIONAL DE PERICULOSIDADE

A EMPRESA efetuará o pagamento do adicional de periculosidade dentro dos critérios definidos pela Legislação vigente.

ADICIONAL DE TURNO A CPFL efetuará o pagamento de um adicional de 5,0% (cinco por cento) do salário-base dos empregados, quando as atividades forem realizadas em turnos de trabalho ininterruptos com escala de revezamento.

Para os empregados com contratos vigentes até 31 de maio de 2011, a CPFL pagará mensalmente em rubrica à parte, o valor correspondente a 2,5% (dois vírgula cinco por cento) do seu salário base, já corrigido com o percentual do reajuste salarial, quando as atividades forem realizadas em turnos de trabalho ininterruptos com escalas de revezamento. Esse valor será corrigido anualmente pelo índice de correção salarial do Acordo Coletivo de Trabalho.

PARTICIPAÇÃO NOS LUCROS OU RESULTADOS

Para os anos de 2022 e 2023, as partes negociaram as condições, regras e valores da Participação nos Lucros e Resultados que serão definidos em instrumentos coletivos específicos e assinados pelas partes, tendo como fundamento as disposições contidas no artigo 7º, inciso XI, da Constituição Federal e Lei nº 10.101/2000 e Lei 12.832/13.

AUXÍLIO REFEIÇÃO

A partir de 1º de junho de 2021, a CPFL concederá um vale-refeição com valor mensal de R\$ 934,28 (novecentos e trinta e quatro reais e vinte e oito centavos). O crédito do referido montante se dará em cartão magnético individualizado, a ser realizado no dia 20 (vinte) do mês que antecede ao mês de referência do vale-refeição. Desde o Acordo Coletivo de Trabalho 1998/1999, a CPFL vem concedendo o vale-refeição pelo valor correspondente à parte subsidiada pela empresa, otimizando, dessa forma, o processo de contabilização da participação do empregado no custeio do benefício e, portanto, não há desconto da referida participação do empregado.

Aos empregados afastados em decorrência de acidente de trabalho, fica garantido o fornecimento do auxílio refeição, no seu valor original.

O presente parágrafo não se aplica aos empregados que já se encontrem afastados até 31 de julho de 2019, prevalecendo as práticas adotadas anteriormente.

Aos empregados afastados em decorrência de auxílio doença, fica garantido o fornecimento do auxílio refeição, no seu valor original, ou seja, aquele mencionado no caput da presente cláusula, sem considerar a opção estabelecida no parágrafo primeiro, por período não superior a 03 (três) meses. O presente parágrafo não se aplica aos

empregados que já se encontrem afastados até 31 de julho de 2019, prevalecendo as práticas adotadas anteriormente.

O fornecimento do vale-refeição será mantido durante o período de férias e em caso de licença maternidade.

Reconhecem as partes que as EMPRESAS estão vinculadas ao PAT – Programa de Alimentação do Trabalhador, razão pela qual o valor do auxílio refeição fornecido aos empregados não possui natureza salarial.

AUXÍLIO ALIMENTAÇÃO

A CPFL fornecerá mensalmente para todos os empregados com salário base de até R\$ 10.535,14 (dez mil, quinhentos e trinta e cinco reais e quatorze centavos) um Auxílio Alimentação no valor de R\$ 297,09 (duzentos e noventa e sete reais e nove centavos) com subvenção de 92% (noventa e dois por cento) desse valor por parte da Empresa. O crédito do referido montante se dará em cartão magnético individualizado, a ser realizado no dia 20 (vinte) de cada mês.

A CPFL pratica a sistemática de cálculo da cota rateio, conforme a tabela progressiva que variará de 3% a 7%, conforme as faixas salariais.

COMPLEMENTAÇÃO DO AUXÍLIO DOENÇA E ACIDENTE DO TRABALHO

A CPFL manterá a complementação do salário base e do 13º salário, em casos de afastamentos por auxílio-doença ou acidente do trabalho por um período máximo de até 24 (vinte e quatro) meses. A partir de 1º de junho de 2019 os empregados já aposentados pelo INSS que vierem a se afastar por motivo de doença ou acidente de trabalho, a Empresa manterá a complementação do salário e do 13º salário por um período máximo de até 12 (doze) meses. O valor devido a título de complementação será apurado considerando a diferença entre o benefício previdenciário recebido pelo empregado e seu salário base. Para que ocorra a referida complementação o colaborador deverá comunicar a EMPRESA, através da carta de concessão de benefício emitida pelos órgãos da Previdência Social, o valor do benefício percebido. A CPFL adotará,

como data de pagamento aos empregados em gozo desses benefícios previdenciários, todo o último dia útil do mês. A CPFL efetuará o pagamento ou reembolso das despesas com órteses e próteses, decorrentes de acidentes do trabalho.

3.1.2 CUSTOS OCULTOS RELACIONADOS À MÃO-DE-OBRA

Toda empresa quando realiza o desligamento de um funcionário deve levar em consideração o cálculo de rescisão, independente do rompimento desse contrato com o trabalhador. As verbas rescisórias são uma exigência da legislação trabalhista, sendo que alguns valores variam conforme a modalidade e o desligamento do funcionário.

Rescisão de Contrato de Trabalho, tipos e como calcular Independente de quem solicitou a rescisão, devem seguir alguns procedimentos legais para evitar passivos trabalhistas, entre os procedimentos, têm a rescisão de contrato de trabalho. Para calcular uma rescisão corretamente deve-se levar em consideração os motivos que acarretaram o desligamento do funcionário, existe alguns tipos de rescisão como:

- · Pedido de demissão por parte do Funcionário Quando um funcionário pede demissão ele é responsável pelo aviso prévio. Ou ele trabalha por mais um mês ou esse valor é descontado das verbas rescisórias. O funcionário que pede demissão não pode sacar o FGTS e também não tem direito de 40% sobre o FGTS. Somente é pago o saldo do salário, férias e 13º salário.

- · Demissão por parte da empresa, sem justa causa No caso de demissão por parte do empregador, o funcionário tem direito aos mesmos benefícios de quem pede demissão, porém também tem o direito de sacar o FGTS, a multa rescisória de 40% do valor depositado em FGTS por tempo de serviço prestado, se estiver dentro dos requisitos ainda terá direito ao seguro desemprego.

- Demissão por parte da empresa, com justa causa Para se demitir um funcionário por justa causa, é necessário ficar comprovado o motivo real previsto em lei. Alguns exemplos que podem levar a uma demissão por justa causa: abandono de emprego, furto etc., sendo importante ressaltar que quem é demitido nesta modalidade não tem direito de sacar o FGTS, nem aviso prévio e nem o 13º salário.

- Rescisão Consensual A Rescisão consensual é uma opção da reforma trabalhista que foi aprovada em novembro de 2017, podendo o trabalhador receber metade do valor de aviso prévio, as férias e o 13º salário proporcionados aos meses trabalhados, sendo a multa de FGTS de 20%, e o colaborador pode movimentar apenas 80% de seu fundo. O funcionário também não terá direito de receber o seguro desemprego.

- Rescisão Indireta É quando o empregador comete faltas graves contra o funcionário, como excesso de tarefas ou atividades, limites de horário excedidos, descumprimento de obrigações trabalhistas, entre outros, desrespeito com o funcionário. Portanto dá o direito de todos os benefícios concedidos na demissão sem justa causa e também sem prejuízos das possíveis ações na justiça por má conduta do empregador.

- Rescisão por culpa recíproca Essa situação acontece quando os dois lados oferecem motivos plausíveis para a rescisão contratual, respeitando a súmula nº 14 do TST que diz: CULPA RECÍPROCA (nova redação) – Res. 121/2003, DJ 19, 20 e 21.11.2003 Reconhecida a culpa recíproca na rescisão do contrato de trabalho (art. 484 da CLT), o empregado tem direito a 50% (cinquenta por cento) do valor do aviso prévio, do décimo terceiro salário e das férias proporcionais. O funcionário terá o seguinte direito: 50% sobre o valor de aviso prévio e décimo terceiro, sobre as férias proporcionais e 20% de multa referente ao FGTS, saque do FGTS, saldo salarial integral e férias vencidas, acrescidas de um terço, integrais e não terá direito ao seguro desemprego.

- Rescisão por morte do empregado Quando existe o falecimento do funcionário, na rescisão são aplicadas as mesmas regras do pedido demissão sem aviso prévio, para a empresa anular o vínculo empregatício.

- O cálculo de rescisão deve estar presente nos valores a seguir: Saldo do salário - É o pagamento efetuado pelos dias trabalhados no mês da rescisão. Seu cálculo é simples, só divide o valor do salário mensal pela quantidade de dias do mês de rescisão, multiplicando o resultado pelos dias trabalhados.

Exemplo: Um funcionário da CPFL Energia S.A. com salário de R\$ 1.500,00, trabalhou 17 dias no mês da dispensa, faremos $R\$ 1.500,00/30 \text{ dias do mês} \times 17 \text{ dias trabalhados}$, igual a R\$ 850,00. 12 ISSN 1983-6767

- **Aviso prévio** Conforme a CLT o aviso prévio é necessário para dar tempo de o empregado arrumar outro emprego ou o empregador ter tempo de arrumar outro empregado, podendo optar pela redução de duas horas diárias de seu horário normal ou redução do período de sete dias corridos, salvo quando a iniciativa de rescisão é da empresa de acordo com o artigo 488 da CLT.

O aviso prévio não é utilizado em contratos de experiência, exceto se houver no contrato cláusula recíproca de rescisão antecipada conforme o artigo 481 da CLT, o aviso prévio também não é utilizado na justa causa e para estagiários.

Como fazer o cálculo do Aviso Prévio

Aviso Prévio trabalhado: é quando independente se o desligamento da empresa foi por parte do empregado ou empregador o funcionário trabalha normalmente no período de aviso prévio. Quando o período de casa é maior que 1 ano, o trabalhador trabalha só 30 dias e o restante é indenizado pelo empregador.

Aviso Prévio Indenizado: a base de cálculo do aviso prévio indenizado é a remuneração completa do mês trabalhado e não apenas o salário. Portanto deve-se levar em consideração o salário bruto, o adicional noturno, os adicionais de periculosidade, assiduidade e também insalubridade e a média das remunerações variáveis

Aviso Prévio Proporcional: Conforme a Lei nº12.506 de 11 de outubro de 2011 sobre o instituto do aviso prévio:

Art. 1º. O aviso prévio, de que trata o Capítulo VI do Título IV da Consolidação das Leis do Trabalho – CLT, aprovada pelo Decreto-Lei nº 5.452, de 1º de maio de 1943, será concedido na proporção de 30 (trinta) dias aos empregados que contem até 1 (um) ano de serviço na mesma empresa.

Parágrafo único. Ao aviso prévio previsto neste artigo serão acrescidos 3 (três) dias por ano de serviço prestado na mesma empresa, até o máximo de 60 (sessenta) dias, perfazendo um total de até 90 (noventa) dias.

Portanto, o funcionário pode dispor do tempo de serviço prestado na empresa entre 30 dias, antes de um ano de serviço, ou noventa dias por mais de 20 anos de casa, pois esses números crescem sucessivamente, a cada ano trabalhado tem 3 dias de aviso prévio.

Férias vencidas ou proporcionais

Férias vencidas: quando o funcionário já tem direito a férias mas ainda não usufruiu, portanto tem direito a mais um terço das férias. Quando se passa mais de um ano do direito das férias o empregador pagará em dobro.

Férias proporcionais: quando o funcionário se desliga da empresa antes de usufruir das férias, portanto vai dividir o salário por 12 meses e multiplicar pelos meses trabalhados.

Exemplo de um funcionário da CPFL Energia: O empregado que ganha R\$1.500,00 adquiriu o direito de férias mas não usufruiu ainda, então o cálculo será $R\$1.500,00 + 1/3, R\$500,00 = R\$2.000,00$.

13º salário proporcional

Os funcionários que são demitidos sem justa causa ou que pedem demissão terão direito ao 13º salário proporcional aos meses trabalhados. Quando o mês não for completo na quantidade de dias, deve-se fazer um outro cálculo, sendo que é considerado um mês completo 15 dias trabalhados.

Exemplo: Um funcionário com salário de R\$ 1.500,00 que trabalhou até maio, dividimos R\$ 1.500,00 por 12 = R\$ 125,00, aí multiplica por 5 meses e o resultado do 13º salário é de R\$ 625,00.

FGTS - Fundo de Garantia por Tempo de Serviço

É uma obrigação trabalhista para proteger o funcionário em caso de demissão sem justa causa. Mensalmente o empregador irá efetuar um valor creditado na conta de cada funcionário, esse valor normalmente será 8% sobre o valor bruto, mas existem algumas exceções: os trabalhadores domésticos o percentual é de 11,2% e o menor aprendiz de 2%. Por isso muita atenção nesses casos particulares.

Vamos citar alguns exemplos para melhor compreensão: Um funcionário que recebe R\$ 1.500,00

Funcionário CLT será de $R\$ 1.500,00 \times 8\% = R\$ 120,00$;

Menor aprendiz $R\$ 1.500,00 \times 2\% = R\$ 30,00$;

Empregado doméstico $R\$ 1.500,00 \times 11,2\% = R\$ 168,00$.

O trabalhador não pode sacar seu FGTS sem seguir as regras impostas por lei, porém existe algumas opções de saque do FGTS como:

Emergencial, para compra da moradia própria, saque rescisão. Quando atinge 70 anos, quando sofre de doenças como HIV, câncer, na aposentadoria, saque aniversário, que é um benefício optante, e também perde o direito ao saque no caso de rescisão, sendo uma escolha principalmente de concursados.

E também podem sacar os funcionários demitidos sem justa causa com a multa de multa de 40% sobre o valor mensal depositado do FGTS.

Cuidados necessários com demissões ocasionadas pela pandemia da covid

19:

Algumas demissões foram ocasionadas pela pandemia, mas o empregador teve que ficar atento às normas da CLT. Em 22 de março de 2020 foi aprovada a medida provisória 927 para que o empregador que encerrou seu negócio pudesse pagar somente 20% da multa de FGTS, mas é importante ressaltar que essa MP perdeu sua validade em 19 de julho de 2020.

Durante a pandemia houve também demissão em massa, nesses casos não pode haver substituição de empregados, e a empresa deve realizar o pagamento individualizado, pois assim não é obrigatória a negociação com o sindicato profissional.

Quais são os principais descontos na demissão:

- INSS - essa contribuição devida pelo empregado e pela empresa também faz parte das verbas rescisórias e devem ser repassadas ao órgão.
- IRRF (Imposto de Renda Retido na Fonte) - devem respeitar as faixas de renda e alíquotas da Receita Federal.
- Aviso Prévio Trabalhado - Quando o trabalhador não cumprir o período, a empresa tem o direito de descontar o valor na rescisão.

Base de cálculo: Para calcular os valores do funcionário, o primeiro passo é verificar a remuneração mais alta, resumindo, o valor do salário pago no momento da rescisão será acrescido de complementos pagos nos 12 meses anteriores, citando alguns exemplos de complementos:

- Comissões;
- Gratificações;
- Premiações;
- Abonos;
- Adicional noturno;
- Periculosidade e insalubridade, entre outros.

Exemplo: Um salário base de R\$ 1.500,00 sendo que nos 12 meses também recebe mensalmente:

Adicional de periculosidade de 30% do salário = R\$ 450,00;

Gratificação de função de 10% = R\$ 150,00;

Adicional de horas extras de R\$ 820,00;

No último mês recebeu uma premiação de R\$ 500,00.

Portanto os valores pagos normalmente são de R\$ 2.920,00, a premiação não é somada por ser apenas de um mês.

Importante ressaltar que o prazo para pagamentos das verbas rescisórias foi alterado pela reforma trabalhista de 2017, portanto a quitação deverá acontecer após dez dias do término do contrato.

Custos de uma demissão: O custo de uma demissão não é apenas o desligamento de um funcionário, mas impacta totalmente na contratação de um novo colaborador, pois a empresa não poderá sobrecarregar a equipe e gerar prejuízo ao fluxo de trabalho, por isso a empresa deve realizar um planejamento prévio.

Alguns custos de admissão:

Encargos na folha de pagamento: O custo de contratação via CLT é mais elevado levando em consideração transporte, contribuição previdenciária, horas extras etc. Ou seja, os custos não partem somente no desligamento mas também nas novas contratações.

Gastos com treinamento e capacitação: um novo funcionário terá que começar do zero, terá que capacitar, o que causa um grande impacto, pois o antigo funcionário só necessitava de treinamentos pontuais - já sabia o seu trabalho.

Gastos com seleção: O processo seletivo também não é vantajoso, pois os profissionais poderiam estar ocupados com outras estratégias, e terão que parar tudo

para realizar um processo de admissão. Portanto existe mais esse gasto financeiro e quanto mais a empresa demora para encontrar alguém com o perfil adequado para a vaga, mais caro fica.

Prejuízos de uma demissão mal feita

O custo de demissão de um funcionário vai além das verbas rescisórias efetuadas na demissão, que devem ser calculadas corretamente para evitar questões processuais e encarecer ainda mais a demissão.

Necessário também avaliar os custos. O custo da contratação de outro funcionário e também a sobrecarga da equipe que ficará por algum período sem um integrante.

Portanto, para que a empresa não sofra com impactos financeiros deve se avaliar todos os gastos que estão incluídos em uma delicada decisão que é a demissão.

Para uma maior compreensão utilizamos dados fictícios para simular uma rescisão contratual da empresa CPFL Energia S.A conforme os anexos logo abaixo, demonstrando os cálculos das verbas rescisórias.

3.2 AVALIAÇÃO DE EMPRESAS

A avaliação de empresa pode ser realizada de diferentes maneiras e pelas mais diversas motivações. O objetivo final, no entanto, é fazer com que o proprietário tenha à disposição as informações que fundamentam a tomada de decisão sobre os rumos do negócio.

O que é avaliação de empresas?

Também conhecida como business valuation, a avaliação de empresas é a metodologia para calcular o valor de uma organização a partir da aplicação de um modelo quantitativo. Embora busque a objetividade, o processo está sujeito à influência de fatores abstratos.

Os encarregados de realizar o cálculo reúnem diversos elementos da empresa a fim de estabelecer a questão contábil ao valor monetário de bens intangíveis, como a percepção de valor que a marca tem perante os clientes, o potencial de crescimento nos próximos anos, o grau de sofisticação de seus processos e o uso de tecnologias.

Dessa forma, a avaliação de empresas tende a ser mais fácil em negócios que apresentem amplos dados históricos e um produto ou serviço sólido no mercado.

Por que a avaliação de empresas é importante?

Entender o valor da empresa possibilita que o gestor atue para aproveitar os pontos que a valorizam e trabalhe os quesitos que precisam ser mais bem avaliados. Essas informações, por exemplo, podem embasar o planejamento estratégico do negócio para o longo prazo.

Outro benefício que o business valuation oportuniza é fazer com que o proprietário conheça de forma minuciosa os valores investidos e, assim, consiga comercializar a participação societária de um investidor.

Como é feita a avaliação de empresas?

Existem diversas formas de avaliar uma empresa. Os cinco métodos mais utilizados no mercado são: por liquidação, por múltiplos, por fluxo de caixa descontado, contábil e de mercado. Saiba mais sobre cada um deles logo abaixo.

AVALIAÇÃO POR LIQUIDAÇÃO

Essa é a metodologia mais simples de ser aplicada. Para formar o valor da empresa, restringe-se à soma dos bens imobilizados e ignora-se dados intangíveis, como o tamanho da carteira de clientes que o negócio tem.

Assim, o cálculo da avaliação por liquidação soma a venda do patrimônio listado no balanço (equipamentos, imóveis, veículos) e, em seguida, subtrai as dívidas contraídas pela empresa. O resultado final é o valor do empreendimento para o mercado.

AVALIAÇÃO POR MÚLTIPLOS

A avaliação por múltiplos também não leva em consideração o potencial de crescimento do negócio. Nessa metodologia, a estimativa é baseada em avaliações econômico-financeiras feitas em empresas da mesma área de atuação e em transações já realizadas.

O método é aplicado quando se precisa realizar uma análise rápida do potencial de valor da empresa. Também é importante considerar organizações com portes e atributos semelhantes para que a comparação seja válida e não exista desacordo.

AVALIAÇÃO POR FLUXO DE CAIXA DESCONTADO

A avaliação por fluxo de caixa descontado é a mais completa das três. Também conhecida pela sigla FCD, a metodologia reúne os bens tangíveis e os intangíveis da

empresa, como os investimentos realizados em ativos operacionais, o custo do capital e os riscos do segmento em que a organização atua.

Dessa forma, a avaliação abrange a análise de fatores externos, como carteira de clientes, grau e porte da concorrência e ambiente macroeconômico, tornando possível uma estimativa do desempenho do faturamento e das despesas em um período futuro. Também são inseridos despesas operacionais e administrativas, o capital de giro e os investimentos realizados e futuros.

O diferencial do FCD é que a capacidade da empresa de gerar lucros no futuro deve ser estimada a partir da projeção do fluxo de caixa para os anos seguintes levando em consideração o custo de capital do negócio, conhecido como WACC (Weighted Average Cost of Capital).

AVALIAÇÃO CONTÁBIL

Entre os métodos disponíveis para a avaliação de empresas, o método contábil é considerado um dos menos utilizados. O seu cálculo leva em consideração o patrimônio líquido de uma empresa registrado em seu balanço patrimonial.

Sua baixa utilização se deve ao fato que, basicamente, a metodologia faz uso apenas do patrimônio da empresa para apurar seu valor. Tal atitude acaba por deixar de lado fatores importantes, como suas perspectivas de crescimento e o valor da marca por trás do negócio.

AVALIAÇÃO DE MERCADO

A avaliação de empresas por mercado, por sua vez, busca analisar a relação entre a quantidade e o preço das ações de uma companhia, para apontar seu valor.

Para que tal método de avaliação seja utilizado, é necessário definir um prazo específico, por exemplo, 4 meses ou um ano, e calcular a média ponderada dos preços apresentados pelas ações nesse período. O resultado será o valor da empresa, segundo o método.

Além de ser uma metodologia simples, a avaliação de mercado ainda demonstra as previsões para o futuro da empresa e seu fluxo de caixa, feitas pelos investidores.

Quais são os benefícios de fazer a avaliação?

O principal objetivo para fazer uma avaliação da empresa é ter um exame rigoroso e detalhado do cenário econômico e financeiro. Diferentes motivos podem justificar essa ação, como:

- Necessidade contábil;
- Questões judiciais;
- Procura por investidores;
- Após a aquisição;
- Desejo ou necessidade de venda.

Se o proprietário deseja vender ou receber uma proposta de compra da sua empresa, realizar o business valuation possibilita que estime a razoabilidade da transação. No mesmo sentido, se existe a possibilidade de sucessão de um dos sócios, a avaliação facilitará o processo de partilha.

Em casos em que há um investidor externo, por exemplo, essa medição indica ao parceiro o estágio de desenvolvimento do negócio, o índice de sucesso alcançado até o momento e uma projeção para os próximos anos.

A situação é parecida para a busca por crédito: o financiador pode desejar conhecer a capacidade da empresa para quitar o valor do empréstimo.

Quais os riscos de se cometer erros na avaliação de empresas?

A finalidade de conhecer o verdadeiro valor de uma companhia é tomar uma decisão, esteja ela ligada a desenvolver o negócio, comprá-lo, vendê-lo ou até mesmo investir nele. Por esse motivo, caso o cálculo apresente resultados incorretos, a pessoa que o realizou pode sofrer graves prejuízos.

Considerando a quantidade e qualidade de dados que devem ser considerados nos momentos de se avaliar uma empresa, mesmo os métodos mais simples tendem a

ser uma tarefa difícil para pessoas sem a devida experiência. Entre os principais erros possíveis, podemos citar alguns que estão listados logo abaixo.

INFORMAÇÕES INCORRETAS OU POUCO CONFIÁVEIS

Para que a avaliação de uma empresa seja feita de forma correta, é fundamental que tal avaliação se baseie em dados sólidos e confiáveis. Por melhor que seja o profissional, se ele realizar seus cálculos fazendo uso de informações incorretas, é impossível apresentar um resultado condizente com o verdadeiro valor de uma companhia.

O meio para se evitar esse tipo de problema é ter o cuidado de conferir a veracidade dos dados antes de utilizá-los. Levando esse fato em consideração, é interessante para os empresários manterem um registro completo e atualizado das diversas informações que ele pode utilizar para acompanhar o desempenho de sua empresa.

Aqueles interessados em investir, ou em comprar uma companhia, por sua vez, precisam se preocupar em adquirir fontes confiáveis de informações, sobre o negócio que estão estudando.

FALTA DE ATENÇÃO

Além de contar com uma fonte segura de dados, a pessoa interessada em avaliar uma empresa também precisa selecionar com cuidado o responsável pela avaliação. Tal tarefa deve ser confiada a um indivíduo experiente.

Isso ocorre porque o responsável por realizar o cálculo precisa computar um número elevado de informações. Tal atividade pode induzir até mesmo as pessoas mais empenhadas a cometer erros.

Portanto, o responsável pela tarefa deve se manter atento, recorrer a tecnologia, no momento de realizar o cálculo, é um meio de reduzir as possibilidades de que algum equívoco ocorra.

3.2.1 RISCO X RETORNO

A equipe deve comentar sobre a relação entre risco e retorno no contexto dos investimentos de uma empresa.

Essa análise de risco deve estar relacionada com o fluxo de caixa das empresas, onde deve ser abordado também o conceito de custo de capital.

Dentre os diversos métodos que podem ser utilizados para se avaliar uma empresa, o fluxo de caixa é um dos mais utilizados, então a equipe deve comentar quais seriam suas principais vantagens na mensuração de uma empresa.

Considerações iniciais Risco e retorno

São variáveis básicas da tomada de decisão de investimentos. Genericamente, o risco é uma medida de volatilidade ou incerteza dos retornos, e retorno é a expectativa de receitas de qualquer investimento. Em suma, pode-se definir Risco como o grau de incerteza associado a um investimento. Quanto maior a volatilidade dos retornos de um investimento, maior será o seu risco. Quando dois projetos têm os mesmos retornos esperados, escolhe-se o de menor risco.

O Que É Um Risco Financeiro?

Risco financeiro é a possibilidade de prejuízo em decorrência de transações financeiras e operações de investimentos, sejam os agentes pessoa física ou jurídica.

Quando uma empresa decide aportar recursos em um novo projeto, por exemplo, corre o risco financeiro de o negócio não ter o retorno esperado e ainda resultar em prejuízo.

Quais Fatores Podem Causar Riscos Financeiros Para Uma Empresa?

Uma empresa lida diariamente com riscos e oportunidades.

O ato de empreender, por si só, inclui riscos que vão além do risco financeiro.

Diversos fatores podem colaborar com esse ambiente de incertezas.

O risco existe desde a abertura do negócio.

Ao integralizar o capital social de uma empresa, os sócios não sabem exatamente se o ROI (retorno sobre o investimento) será como esperado.

Mesmo que o planejamento estratégico tenha sido elaborado com base em dados confiáveis e critérios técnicos.

Mas alguns fatores podem potencializar o risco financeiro de uma empresa, como por exemplo:

Alavancagem além da conta: trabalhar com capital de terceiros pode ser uma estratégia, mas o endividamento demasiado coloca a saúde financeira da empresa em risco.

Alto índice de inadimplência: toda empresa lida com algum nível de inadimplência, mas se a quantidade de devedores duvidosos for muito grande, o risco financeiro é potencializado.

Câmbio e taxas de juros: as variações das taxas de juros e do câmbio influenciam a economia como um todo e também são fatores que podem colocar o capital de uma empresa em risco.

Conforme o segmento e área de atuação, cada empresa deve considerar os fatores de risco, mensurá-los e estabelecer métodos de prevenção dentro do planejamento financeiro.

Risco De Mercado

O risco de mercado está relacionado às variações de preço de produtos, ativos financeiros ou commodities.

A volatilidade ocorre em função da oferta e da procura, influenciada por fatores diversos, geralmente de ordem macroeconômica.

Risco De Crédito

O risco de crédito está associado à possibilidade de inadimplência. É o risco de calote ou de atraso no pagamento.

Uma empresa que vende a prazo, corre o risco de crédito.

Instituições financeiras, que lidam com empréstimos e financiamentos, têm, inclusive, a Provisão para Devedores Duvidosos (PDD).

Isso é necessário devido à natureza do negócio, mesmo que cada análise de crédito considere procedimentos técnicos e rigorosos.

Na prática, está emprestando dinheiro ao banco ou à empresa.

Por melhor que seja o rating da instituição, há sempre um risco de crédito.

Afinal, até as melhores empresas podem enfrentar dificuldades financeiras e não conseguir honrar com seus compromissos.

Quanto maior o risco de crédito, maior tende a ser a rentabilidade (no caso de um investimento) ou a cobrança de juros (no caso de um empréstimo bancário).

Risco De Liquidez

O risco de liquidez é um risco financeiro relacionado à dificuldade de transformar um ativo em dinheiro no curto prazo, sem prejuízos.

Na contabilidade empresarial, há os passivos circulantes e os ativos circulantes.

Passivos circulantes são as dívidas de curto prazo, ou seja, com vencimento de até um ano.

Os ativos circulantes são os recursos facilmente transformados em dinheiro (caixa e equivalentes de caixa) para quitar esses passivos de curto prazo.

Uma empresa que tem muitas dívidas de curto prazo e pouco recurso para pagá-las, pode até ter muito patrimônio imobilizado, mas incorrer no risco de liquidez.

Investidores do mercado financeiro também correm o risco de liquidez quando investem, por exemplo, em títulos com prazo de vencimento longo.

Dependendo do título, pode até ser possível vendê-lo no mercado secundário às pressas, mas correndo o risco de ficar no prejuízo.

Riscos De Operação

O risco operacional está ligado a erros humanos ou sistêmicos que podem resultar em prejuízos.

Imagine uma linha de produção.

Há uma sequência de acontecimentos em cadeia, que envolve equipamentos e processos para resultar no produto final.

Falhas técnicas, mecânicas, sistêmicas ou humanas representam um risco de operação que compromete toda a linha de produção.

Os prejuízos, nesse caso, podem ser muito maiores do que o conserto de uma máquina estragada, por exemplo.

Dependendo da situação, pode resultar em uma perda de contrato de venda por não cumprimento de prazo.

Dentro do contexto dos investimentos, o risco operacional também existe.

Mesmo com toda a tecnologia à disposição do investidor, é possível ocorrer falhas em uma transação financeira, um sistema ficar inoperante, dentre outras situações.

Imagine que você precisou fazer um aporte ou um resgate e o sistema da corretora falhou. Você foi vítima do risco operacional.

Como Calcular A Probabilidade De Um Risco Financeiro?

Há diferentes métodos para se calcular a probabilidade de um risco financeiro.

Se a probabilidade de inadimplência é grande, compensa-se o risco com a cobrança maior de juros.

Se há um risco operacional, envolvendo o defeito de uma máquina da linha de produção, deve-se investir mais em manutenção preventiva ou em renovação do maquinário.

Se há riscos de prejuízos em determinados ativos financeiros, a diversificação do portfólio ou estratégias de hedge são opções.

Para cada risco em potencial, há uma análise específica, com cálculos para avaliar as probabilidades de risco financeiro, bem como seus efeitos.

Como Analisar Os Riscos Financeiros De Uma Empresa?

Algumas metodologias e ferramentas podem ser usadas para analisar, com base em critérios objetivos, os riscos financeiros de um negócio.

Dentre as principais técnicas, podemos destacar:

1. Análise Preliminar De Risco (APR)

A ferramenta APR é muito usada na fase pré-operacional de empresas ou projetos.

Um negócio ainda em fase de incubação, por exemplo, pode usar a Análise Preliminar de Risco para mensurar possíveis riscos financeiros.

A APR reúne em tabelas todos os riscos que um projeto pode enfrentar em cada etapa de implantação.

As informações são classificadas em colunas que discriminam os possíveis riscos, causas e consequências.

2. What If

O “What if” ou “e se”, em português, é um método simples que também faz uma análise preliminar dos riscos.

O objetivo é identificar possíveis riscos que podem comprometer a operação de uma empresa.

A ferramenta prevê reuniões com funcionários que são especialistas em determinado processo, para os quais são feitas perguntas “e se”.

E se a máquina quebrar?

E se a demanda aumentar?

Por se tratar de uma ferramenta de análise preliminar, deve ser usada em conjunto com outros métodos para melhorar a compreensão do risco financeiro como um todo.

3. FMEA (Failure Mode And Effects Analysis)

O FMEA é uma técnica de engenharia que tem como propósito identificar, classificar e eliminar possíveis falhas, a fim de evitar prejuízos financeiros.

A aplicação do método considera fórmulas que classificam os riscos de falhas por ranking, considerando a ocorrência e severidade.

Os riscos mais graves devem ser priorizados devido ao seu alto potencial ofensivo.

O método foi criado pela Nasa e adotado por outras empresas, especialmente as indústrias, devido à sua eficiência.

Qual é a importância de fazer a gestão de riscos financeiros?

A gestão de riscos financeiros tem como principal objetivo minimizar cenários de incerteza, tanto em relação ao fluxo de caixa de uma organização quanto aos investimentos de uma pessoa física.

Por meio de métodos e ferramentas, a gestão de risco fornece dados e informações que sustentam tomadas de decisão.

Estes são alguns dos objetivos de uma boa gestão de riscos:

Minimizar Os Danos

Acontecimentos que estão fora do alcance e do nosso controle, como eventos climáticos e conflitos geopolíticos, podem trazer impactos diretos nas finanças pessoais ou de um negócio.

São riscos difíceis de serem mensurados e evitados, mas podem ser minimizados com uma estratégia de gestão de riscos.

Garantir Maior Eficiência

Por meio de cálculos e estudos estatísticos, o gestor ou investidor tem condições de relacionar as possibilidades de ocorrência de um determinado risco financeiro aos possíveis prejuízos que ele pode causar.

Assim, consegue agir com eficiência, tomando medidas preventivas ou corretivas em tempo hábil.

Auxiliar Na Tomada De Decisão

Decisões nem sempre são fáceis de serem tomadas.

Para tomar a melhor decisão, um gestor ou investidor precisa estar embasado em informações confiáveis e procedentes.

Uma boa gestão de risco serve exatamente para isso: será que vale ou não a pena correr esse risco?

Ajudar A Prevenir Novos Riscos

Alguns cálculos metodológicos de gestão de risco consideram, por exemplo, o efeito cadeia que um risco financeiro pode provocar.

É o caso de uma linha de produção.

Um risco operacional (um defeito em determinado equipamento, por exemplo) pode desencadear uma série de outros problemas e prejuízos.

Prevenindo um risco, você evita a ocorrência de outros.

Quais As Formas De Controlar Um Risco Financeiro?

Partindo do fato de que o risco financeiro existe em qualquer operação, resta a você descobrir maneiras de controlá-lo.

Mecanismos de controle evitam surpresas desagradáveis e perdas irreparáveis que podem levar um negócio à falência.

Dentre as principais formas de controlar um risco financeiro, podemos destacar:

Mapeie Os Riscos

O primeiro passo é conhecer os riscos aos quais você está exposto.

Quais riscos são mais preocupantes? O de mercado, de crédito, de liquidez ou operacional?

Ao elencar os riscos por ordem de importância, é possível fazer uma análise de cada um e desenvolver estratégias de mitigação.

Faça Uma Análise Dos Riscos E Dos Danos

A análise dos riscos envolve a aplicação de métodos e ferramentas que cruzam dados e projetam diferentes cenários.

A partir de uma análise objetiva, é possível decidir se é sensato correr ou não correr o risco de determinado investimento.

Elabore Um Plano Estratégico

No caso das empresas, o risco financeiro deve ser contemplado dentro do planejamento financeiro da organização.

Operações diferentes demandam intervenções diferentes, seja protegendo-se contra riscos de mercado, de crédito ou operacional.

O plano dará ao gestor/investidor um direcionamento sobre quais medidas tomar para neutralizar ou, pelo menos, reduzir um risco financeiro.

Implemente As Ações

Depois de conhecer os riscos aos quais está exposto e definir as ações a serem tomadas para evitar surpresas negativas, é hora de colocar a mão na massa.

Uma empresa que produz commodities, por exemplo, e que teme pela queda nos preços durante a safra, pode se valer dos artifícios do mercado financeiro para garantir uma previsibilidade de caixa.

Um investidor que precisa resgatar seu investimento no curto prazo, não vai comprar ativos com alta volatilidade ou títulos de vencimento longo.

São decisões que só serão acertadas quando os riscos são compreendidos e mitigados com a implementação do plano de ação.

Monitore Os Resultados

Ter um plano não significa que todos os riscos foram eliminados.

Os fatores micro e macroeconômicos que impactam empresas e investimentos são dinâmicos e podem mudar com frequência.

Diante disso, é preciso monitorar os resultados para saber se as ações implementadas estão surtindo os efeitos desejados.

O risco financeiro, como você pôde ver, está presente tanto no ambiente empresarial quanto nos investimentos.

Mesmo os títulos emitidos pelo governo têm risco e o investidor precisa saber disso.

A ideia não é fugir do risco, mas compreendê-lo e avaliá-lo. Pode ser que valha a pena correr o risco ou não.

O empreendedor corre muitos riscos que vão além do risco financeiro.

Quando o empreendimento é bem sucedido, o risco é compensado por um retorno de encher os olhos.

O mais apropriado a se fazer, então, é estudar, calcular, analisar e desenvolver boas estratégias de prevenção e controle.

Retorno Financeiro

Retorno financeiro é o dinheiro que você ganhou ou perdeu com um investimento feito em determinado período. Embora pareça simples, e de fato não é um conceito difícil, o retorno financeiro não pode ser confundido com o lucro ou o fluxo de caixa.

É importante que proprietários de empresas e profissionais autônomos sejam prudentes em relação ao retorno financeiro, pois essa informação pode determinar futuros investimentos em equipamentos, estratégias de marketing e cursos, por exemplo.

Afinal, o que é retorno financeiro?

Seja lá qual for o seu investimento, independentemente do tempo estabelecido ou da quantidade de dinheiro, haverá um ganho ou uma perda. O retorno financeiro será o resultado da diferença entre o valor das despesas e o lucro adquirido.

Aqui está um exemplo. Você gastou R\$ 500 em novos equipamentos de trabalho. Se tentar vender os equipamentos amanhã por R\$ 1.500, terá um ganho ou retorno financeiro positivo. Se você vender por R\$ 100, terá uma perda.

O retorno financeiro pode ser expresso pelo ROI, um dos indicadores financeiros mais importantes para qualquer empresa. ROI é uma sigla para Return of Investment, ou Retorno sobre o Investimento. O seu cálculo considera o lucro que você obteve em determinado período e o custo inicial com o investimento.

O resultado de um retorno financeiro/ROI pode ser em porcentagem ou no valor exato de ganho ou perda.

Como calcular o retorno financeiro?

Calcular o retorno financeiro pode ser difícil se você não usar uma fórmula. Por isso, vamos utilizar aqui a fórmula do ROI, que é a seguinte: $\text{Lucro} \div \text{Custo inicial do investimento} \times 100$.

Exemplo. Você decide investir em uma reconfiguração completa do seu website, e o custo total disso chegou a R\$ 5.000. Dentro desse valor, estão incluídos os serviços de aprimoramento do processo de compra da loja virtual, o design e a substituição de fotos dos seus produtos anunciados.

Após um mês, a sua loja virtual começa a gerar um lucro de R\$ 2.000. Você chega a esse valor depois de deduzir várias despesas com a loja virtual, como taxa de hospedagem, envio de produtos, embalagem etc.

No geral, o retorno financeiro ou ROI do seu investimento após o primeiro mês é: $2.000 \div 5.000 \times 100 = 40\%$. Isso significa que o investimento para a reconfiguração do site teve um retorno financeiro positivo de 40% já no primeiro mês.

O que é um bom retorno financeiro?

Na maioria dos cenários, qualquer ganho com um investimento pode ser considerado um bom retorno financeiro. Se você deseja que o seu negócio cresça exponencialmente, precisa colocar como objetivo o maior retorno possível.

Para isso, é preciso aumentar o número de vendas ou a receita com o seu serviço sem aumentar o valor das despesas. Você pode empregar várias estratégias de vendas para alcançar esse objetivo.

Por que é importante calcular?

Calcular o retorno financeiro pode antecipar os resultados que você terá com um investimento. Entendendo se um investimento vai gerar retorno positivo ou negativo, você tem mais dados para tomar decisões que podem ajudar seu negócio a crescer. Isso vale, é claro, não apenas para proprietários de empresas, mas também para autônomos.

O ROI é especialmente importante quando você realiza investimentos financeiros, ou seja, investimentos que podem ser quantificados em números exatos.

Ao fazer um empréstimo com um banco, por exemplo, você vai precisar saber antecipadamente se terá o dinheiro para pagar as parcelas dentro dos prazos. Se sim, já existe uma boa justificativa para fazer o investimento e diminuir riscos de perdas. Por outro lado, se não há perspectivas de ganho, você corre o risco de adquirir uma nova dívida.

Para saber se vale ou não a pena fazer um investimento em médio e longo prazo, você precisa avaliar vários fatores que envolvem a sua situação financeira agora e o que pode acontecer no futuro. Por exemplo, é preciso saber se o seu segmento favorece tal investimento e se ele vai ajudar a fazer seu negócio crescer como o esperado.

Com esses e outros fatores em mente, você vai precisar decidir qual caminho pode gerar as melhores perspectivas de retorno financeiro.

Como melhorar o retorno?

A melhor maneira de aumentar a receita sem aumentar exponencialmente as despesas é focar no controle de qualidade dos produtos e na comunicação com os clientes.

O controle das despesas é outra etapa importante para melhorar o retorno financeiro. Sem uma projeção das despesas envolvidas na sua produção, você corre o risco de gastar mais do que o previsto no planejamento e, assim, não obter o lucro esperado.

Então, faça um mapeamento de todos os custos fixos que você tem para garantir que os produtos cheguem aos clientes.

O controle da contabilidade também pode evitar qualquer prejuízo em relação aos aspectos legais da sua atividade, além de evitar multas, taxas e outras despesas surpresas.

Quer levar seu negócio para o próximo nível? Então, você precisa fazer cada investimento valer a pena. Profissionais de sucesso do mercado unem inteligência, uma compreensão muito profunda do próprio negócio e o uso de indicadores importantes, como o retorno financeiro ou ROI.

3.2.2 PAYBACK E FLUXO DE CAIXA PARA ANÁLISE DE PROJETOS

O Playback tem como objetivo facilitar o gestor o cálculo de quanto tempo irá levar o estorno de uma certa quantia, chegando a conclusão do tempo que um investimento leva para se igualar a quantia inicial.

Para o cálculo é necessário ter uma visão ampla em relação ao fluxo de caixa da empresa, colocando o valor de todos os investimentos devem também ser incluídos todos os gastos relacionados a equipamentos, funcionários entre outras despesas, por meio das demonstrações de resultado devemos tirar uma média mensal do fluxo de caixa, pegamos esse valor e dividimos pelo resultado encontrado mensal, assim obteremos o Playback.

Para a realização de uma demissão de um empregado, como primordial colocar todos os direitos empregatícios envolvidos referente a sua demissão.

- **Saldo de salário-** para o cálculo pegamos o valor pago ao funcionário (R\$ 1.200 reais) e dividimos por 30 dias, assim encontramos o valor ganho por dia trabalhado, esse valor será multiplicarmos pelos dias trabalhados do empregado, desde o último dia de pagamento até a data do seu pedido de rescisão.

Salário / 30 dias = diária

Diária * dias trabalhados= valor de dias trabalhados.

- **Aviso prévio** - caso no pedido de rescisão o relacionado queira cumprir o aviso prévio, é o valor cheio do seu salário, caso não seja descontado o valor de 1.200 reais.

Aviso prévio (acrescentado ou descontado) = salário cheio.

- **Férias vencidas** - as férias vencidas são aquelas que foi trabalhado um ano (12 meses) e ela não foi debitada naquele momento até seu pedido de decisão, ela tem uma taxa a ser creditada de um $\frac{1}{3}$ do salário pago, neste caso o valor integral de 1200 mais 400 reais.

Salário / 3 = Adicional de $\frac{1}{3}$.

Adicional + Salário = valor de férias vencidas.

- **Férias Proporcionalis**- a demissão antes do período de suas férias, o cálculo é desde a data de sua contratação até o encerramento. Caso tenha 5 meses trabalhados pegamos o valor do salário 1200 e dividimos por 12 meses para saber o valor mensal (100 reais por mês), as férias proporcionais também tem o direito de $\frac{1}{3}$ a mais referente ao valor mensal.

Salário / 12 meses = valor mensal.

Valor mensal * meses trabalhados = 500 reais + adicional de $\frac{1}{3}$.

- **Décimo terceiro proporcional** - conta todo o período trabalhado do ano, caso a demissão antes de completar mais de um ano trabalhado, os meses trabalhados serão agregados. Ele conta a partir do primeiro dia do ano até o de encerramento do contrato, como foi pedido em maio temos 5/12

Salário mensal / 12 meses = valor mensal.

Valor mensal * 5 meses trabalhados.

- **Décimo terceiro vencido** - caso houver um ano não debitado este valor deverá ser ressarcido ao funcionário no acerto de contas (1200 reais). Como além do décimo terceiro vencido será adicionado os 5 meses trabalhados.

Décimo terceiro vencido + 5 meses trabalhados = total de décimo terceiro.

O valor bruto no acerto de contas deste funcionário é de R \$6.600 reais. Para o estorno deste gasto em relação ao fluxo de caixa mais recente será necessário

aproximadamente 2 meses, caso não haja nenhum imprevisto durante o período, além disso já levando em conta uma nova carteira assinada que ocupará o lugar do empregado desligado.

3.3 CONTEÚDO DA FORMAÇÃO PARA A VIDA: CONSTRUINDO SUA MARCA

Criar uma marca pessoal pode ser uma tarefa assustadora, quase mítica. Uma das maneiras mais fáceis de se perder nesse processo é não saber por onde começar. Até mesmo Oprah Winfrey passou por várias tentativas de estilo quando apresentava um pequeno programa na televisão antes de definir sua voz como uma das marcas pessoais mais influentes do mundo.

Tanto no cenário sociocultural quanto no mercado de trabalho, é útil e necessário destacar-se ao candidatar-se a um emprego ou ao iniciar a sua própria empresa. Uma marca pessoal é para (quase) todos.

Uma marca pessoal é um projeto para a vida toda que evolui e muda constantemente. Até mesmo os especialistas que criam ou aprimoram as maiores marcas de negócio sabem que não há regras rígidas para a criação de uma marca pessoal. No entanto, essas diretrizes gerais ajudam a fornecer os primeiros passos, principalmente se você estiver começando agora.

Criar uma marca pessoal certa não só o ajudará a ser reconhecido em seu campo e a trabalhar consistentemente, mas também poderá ser a diferença entre o “quem é você?” e o “obrigado por estar aqui” ao longo de sua carreira.

3.3.1 CONSTRUINDO SUA MARCA

É por meio da marca pessoal que se alcança a visibilidade no mercado. Saber reconhecer sua personalidade, valores, paixões, princípios, experiências profissionais e talentos é o ponto inicial para criar uma marca. Enfatizar esses atributos criando um estilo único, capaz de diferenciá-lo da concorrência, é o que alavancará os resultados na vida profissional.

- **Tópico 1:** Marca pessoal

O que é uma marca pessoal?

Nossa marca pessoal é o que as pessoas veem como nossa identidade, como elas nos veem e quais são as qualidades e coisas que associam a nós. Revela quem somos, o que oferecemos e o que valorizamos. Quando trabalhamos em uma empresa, nossos colegas criam uma percepção sobre nós com base em como nos apresentamos a eles. Isso pode ser bom ou ruim, dependendo da imagem que apresentamos. É importante cuidar da nossa imagem pessoal porque sempre queremos que os outros pensem de nós de forma positiva.

A marca pessoal pode ser dividida em três componentes: personalidade, habilidades e valores. Essas coisas costumam ser expressas quando compartilhamos nossos pensamentos e opiniões com outras pessoas durante uma conversa. Trabalhar com nossos colegas regularmente dá a eles a oportunidade de aprender sobre nós, incluindo o quão produtivos somos no local de trabalho.

Em todas as suas interações com outras pessoas, tenha em mente seu objetivo de criar uma marca pessoal positiva que os outros admirem e respeitem.

Exemplos de traços de personalidade positivos são:

Inteligente	De confiança	De confiança	Confiante
Dirigido	Trabalha duro	Carismático	Amigável

Exemplos de habilidades favoráveis são:

Analítico	Conhecedor de tecnologia	Atenção aos detalhes	Solução de problemas
Pesquisa	Comunicação	Escrevendo	Apresentação

Exemplos de valores importantes:

Integridade	Lealdade	Crescimento	Disciplina
Excelência	Ousadia	Desempenho	Humildade

Marca Pessoal – Uma vida inteira tomando boas decisões

Criar uma marca pessoal bem recebida e reconhecida por todos leva anos para ser realizada. Em primeiro lugar, para que outros saibam quem somos, eles precisam estar por perto e interagir conosco há algum tempo. Uma vez que desenvolvemos algum tipo de relação de trabalho com outras pessoas, precisamos consistentemente tomar as melhores decisões no trabalho. Seja compartilhando nossas melhores ideias, enviando análises de alta qualidade e trabalhos de modelagem financeira para nossa equipe, ou

concluindo um projeto antes do prazo, estamos construindo uma reputação de excelência que nossos colegas acharão louvável.

Mantenha uma atitude positiva

Desenvolvendo e mantendo uma atitude positiva em relação ao trabalho realizado. Manter uma atitude positiva ajuda a levar ao sucesso e à felicidade em nossa carreira. Por um lado, nos mantém bem posicionados para aproveitar as oportunidades de seguir em frente. Também torna mais fácil atrair outras pessoas para trabalhar ao nosso lado e nos ajudar a realizar coisas. Uma atitude positiva nos permite continuar fazendo as coisas e alcançar nossos objetivos de longo prazo. Por outro lado, é fácil para o pensamento negativo nos impedir de fazer progresso.

Ninguém quer trabalhar com alguém que sempre traz uma visão negativa para o trabalho ou a vida em geral. Essas pessoas geralmente não gostam de seu trabalho e de trabalhar em estreita colaboração com seus colegas de trabalho. Ser continuamente cínico e pessimista tende a impedir que as pessoas aproveitem as boas oportunidades que surgem. Uma atitude melhor é aquela que vê o lado bom dos outros e acredita que o sucesso virá se continuarmos tentando e aprendendo com nossos erros.

Ajuda a estabelecer nossa marca pessoal quando buscamos constantemente aplicar nossos melhores esforços em tudo o que fazemos e em todas as nossas interações com outras pessoas.

Torne-se um grande realizador

Em qualquer ambiente corporativo, você é pelo menos parcialmente julgado com base em sua ética de trabalho. A pessoa que trabalha mas normalmente recebe a maior recompensa e reconhecimento, especialmente de uma empresa que valoriza o mérito. Cada equipe, em qualquer organização, valoriza um membro que é um grande realizador. Esses são os indivíduos dispostos a ir além de suas tarefas e responsabilidades atribuídas. Eles não são apenas bons no desempenho de seu papel. Eles também tomam a iniciativa de realizar tarefas extras e ajudar outras pessoas.

Ser um grande realizador o ajudará a realizar seu máximo potencial em sua carreira. Isso chama a atenção de outras pessoas, especialmente de nossos colegas de trabalho de nível sênior. Quando você é reconhecido como um ativo para a equipe, as empresas farão esforços extras para reter seus serviços. Isso pode significar coisas como aumentos salariais extras e promoções para você.

Assim que começarmos a estabelecer uma imagem de marca pessoal positiva, poderemos atrair mais facilmente as melhores oportunidades de avançar em nossas carreiras.

Uma marca pessoal positiva cria oportunidades

Quando os outros nos reconhecem como, por exemplo, inteligentes, trabalhadores, humildes, profissionais e persistentes em perseguir nossos sonhos, eles começam a acreditar em nós. Isso pode beneficiá-lo de várias maneiras. Por exemplo, se você decidir mudar de carreira e mudar para uma nova empresa, precisaremos de uma lista de referências quando nos candidatarmos a um novo emprego. Boas referências são fáceis de encontrar quando estabelecemos nossas boas qualidades com colegas de trabalho e chefes.

Não podemos falsificar nossa marca pessoal. Embora você queira fazer um esforço consciente para tentar garantir que as pessoas vejam você como você deseja, é importante ser genuíno com a imagem que projetamos. Não tente ser algo que você não é – apenas se esforce para ser a melhor versão possível de quem você realmente é.

Nossas ações falam por si

A ação fala mais alto do que palavras. Abaixo estão alguns exemplos de ações que, se não feitas corretamente, podem arruinar nossa marca pessoal.

Ser pontual

Ir para o trabalho pontualmente ou até mais cedo do que todo mundo mostra que trabalhamos duro e estamos comprometidos em fazer o trabalho. Também transmite que valorizamos o tempo de todos. Atrasar-se constantemente comunica falta de respeito

pelas outras pessoas e o fato de que elas têm coisas mais importantes a fazer do que esperar que apareçamos.

Cumpra o que você promete fazer

Ser uma pessoa de palavra é um componente crítico de sua marca pessoal. No entanto, nem todas as pessoas realmente cumprem suas promessas. Uma vez que construímos a expectativa dos outros dizendo que vamos completar algo, devemos ter certeza de que o faremos. Nossa capacidade e confiabilidade estão sendo testadas aqui, e esses são testes importantes a serem aprovados na construção de nossa marca pessoal.

Dê às pessoas toda a sua atenção

Deixar de fazer contato visual e dar atenção total a alguém quando essa pessoa está falando conosco pode ser interpretado como desinteressado e / ou desrespeitoso. Pense em como você se sente quando está falando com alguém e essa pessoa não parece estar ouvindo ou prestando atenção. Em contraste, pense em como você se sente bem quando alguém lhe dá atenção total. Por exemplo, você se sente importante se, quando for falar com alguém em seu escritório, ela disser à secretária: “Segure minhas ligações e certifique-se de que não seja incomodado enquanto estou falando com (você)”.

Ter uma reputação de fazer outras pessoas se sentirem importantes pode ser outra parte importante do desenvolvimento de sua marca pessoal.

Não crie drama

Evite participar de fofocas mesquinhas sobre outras pessoas no local de trabalho. Se você não gosta de uma pessoa, tratamento ou tarefa específica, trate essas situações com classe e dignidade. De qualquer forma, você não deseja obter a reputação de alguém que fala mal das outras pessoas pelas costas.

Opere com o mais alto nível de integridade

A forte ética e moral em vigor são muito importantes nos negócios e em nossos relacionamentos pessoais. Eles nos ajudam a distinguir entre o bem e o mal, o certo e o

errado em nossas ações diárias. A ética se preocupa com os princípios práticos e compartilhados da conduta correta, enquanto a moral está mais relacionada ao nosso próprio julgamento pessoal do certo e do errado. Devemos ser honestos no local de trabalho e sempre nos esforçar para fazer a coisa certa para todas as partes interessadas

- **Tópico 2:** Vitrine pessoal

Todos nós somos vítimas de vários olhares que advêm de vários pontos que se convergem para um ponto único “nós “! Somos visados onde quer que vamos, onde quer que trabalhamos somos uma espécie de vitrine humana onde os consumidores assumem o papel dos indivíduos que nos rodeiam que por sua vez esse grupo é composto por pessoas que conhecemos, pessoas que trabalham no mesmo âmbito profissional que nós e a maior parte deles pessoas que nem se quer conhecemos, e por conseguinte são os mais julgadores e apontadores, utilizam de pré conceitos pré concebidos em suas mentes essas impressões são as famosas primeiras impressões , essa primeira impressão é a que realmente fica a partir destas a pessoa há sabe se vai ou não gostar de você, já julgam uma classe social e julga se você tem poder aquisitivo ou não, tomando por base roupas e até a maneira de andar.

E com isso surgiu a necessidade de criação de uma ferramenta de Marketing que usa as técnicas convencionais de marketing, entretanto direcionando para uma produção de uma marca pessoal e controle da mesma perante uma sociedade, essa ferramenta denomina-se Marketing pessoal, que por sua vez é utilizada para gerenciar, criar estratégias pessoais com o objetivo único que tornar visível e aprimorar as habilidades, competências e gerar contatos e relacionamentos ou Networking importante para construir um círculo vital e inerente para o crescimento de sua carreira.

O Sucesso profissional está relacionado fortemente ao marketing pessoal no que tange a satisfação do indivíduo, entretanto o que mais vemos em revistas e em jornais são histórias de pessoas bem sucedidas, que trabalham em grandes empresas e corporações, nos maiores cargos de gerência e direção estratégica, entretanto esse é um modelo que a mídia nos fazer acreditar é um modelo imposto para que fique fixo em nosso subconsciente, ou seja um meio de dizer que as pessoas que tem sucesso são

apenas aquelas restritas em grandes corporações com elevados salários, porém não é bem assim que a “Banda toca” o sucesso é individual depende das aspirações, sonhos e desejos, que cada um possui, o sucesso é relativo, o sucesso para mim não deve ser equiparado ao seu, pois o que eu sonho se difere do que você sonha um exemplo claro disso é um individuo graduado na área de educação ou seja que possui licenciatura, (formação especifica para lecionar em escolas publicas ou privadas) o sucesso para este individuo está na sua profissão, está naquilo que ele aspirou quando ele ingressou no ensino superior e esta aspiração era de se formar e lecionar, pois ela tem consigo que sua vocação era esta, assim podemos perceber que o sucesso é relativo e se difere de individuo para individuo.

Existe uma pirâmide muito famosa no mundo do marketing pessoal que define os estágios de situação de um ser no que tange aos estados da vida pessoal e auto realização do mesmo

As necessidades que Maslow estabeleceu em sua pirâmide consiste em cinco variáveis a primeira consiste em:

Necessidades Fisiológicas: é aquela que diz que o ser humano tem as necessidades de dormir, de comer, necessidades fisiológicas ,de sede dentre outras estas necessidades são equiparadas com as necessidades básicas do ser humano.

Necessidades de segurança: Nessa segunda fase da pirâmide das necessidades está descrito que o ser humano tem a necessidade de se sentir seguro, quando a pessoa se sente segura ela se sente preparada e capacitada psicologicamente para efetuar qualquer tarefa imposta a ela, essa segurança deve começar no âmbito pessoal ou seja nos lares, a pessoa para estar bem ela deve se sentir segura e protegida dentro de sua própria casa , outro ponto e a segurança financeira e a estabilidade econômica , a segurança econômica está em um emprego bom e estável ao qual você pode e tem a certeza de que ele é garantido, ou até mesmo sentir-se que tem um plano de saúde que cobre as necessidades de saúde de si e sua família a segurança na pirâmide das necessidades de Maslow é relativa a cada um pois não existe uma receita para que a pessoa se sinta bem e segura.

Necessidades sociais: essa necessidade é de fundamental importância, ninguém consegue sobreviver sozinho, ou seja sempre precisaremos de alguém, e essa fase da pirâmide dita que o ser humano tem necessidades de amor, ou seja se sentir amado, necessidades de relacionamento, amizade, e fazer partes de comunidades do interesse pessoal, como por exemplo clubes, igrejas, esportes assim com pontos o indivíduo tem a oportunidade de aprimorar suas técnicas de comunicação, e de relacionamento que é indispensável.

Necessidades de status e estima: Cada indivíduo, deve se sentir confiante, e transparecer aos outros confiança e segurança, essa fase da pirâmide rege que cada indivíduo, conquista o respeito e a confiança dos outros mostrando suas competências e habilidades no momento do desempenho e resolução dos problemas que forem aparecendo no decorrer do caminho, outro ponto também que deve ser recíproco e o respeito ao próximo, se já conseguimos a confiança e o respeito dos outros estamos na obrigação de respeitá-los.

Necessidade de auto realização: Nesse patamar da pirâmide de Maslow o indivíduo já passou por todos os outros patamares e é a hora de se sentir realizado e conformado com a aquilo que ela conseguiu atingir, na maioria das ocasiões as pessoas não se sentem satisfeitas, pois acham que aquilo que elas conseguiram ainda é pouco, equiparado com aquilo que ela sonhou, porém devemos ser realistas e coerentes, saber que você lutou para chegar onde chegou lembre-se, Bom senso é fundamental!.

Existe no meio do marketing pessoal algumas dicas e estratégias para uma criação de marca pessoal eficaz, dicas que fortalecerão e aumentarão sua visibilidade mediante ao mercado , são as seguinte:

Manter o equilíbrio emocional, transparecer tal equilíbrio para todos a todo o momento.

Somos responsáveis em nossas empresas por departamentos e atividades que não podem ser deixadas de lado, essas atividades exigem uma paciência muito grande, pois sabe-se que tais atividades são estressantes entretanto devemos saber medir nosso temperamento, não devemos deixar que o estresse tome conta de nós, lembre-se de que

you are in a company, and that any slip on your part, you can be disconnected from the same, remember that conflicts within the organizational environment will always exist, you must know how to control them in your favor, do not let your stress, your fatigue or even your nervousness show, train your ability to change your facial expressions, because they reveal your emotions, be serene, because this contributed to the construction of a personal brand, if you manage to possess these characteristics I have the conviction that your superior organizational will give you the value you deserve, remember that no one wants an employee who only knows how to generate internal conflicts in the company

Rede de Relacionamentos é de suma Importância e relevância (networking)

Networking is a term that has become popular mainly in the professional administration field, this term comes from the English "net" which means network and "working" which means working, we can then say that this network of work or network of relationships between workers are strategies of relationships between people, it is known that getting a good position in the market today is becoming more and more complicated but networking came to solve this problem because the larger your network of contacts the better your professional placement will be because your contacts can indicate you a vacancy or a designation, remember that your network of relationships does not need to be only with people of the same professional formation as yours, you must diversify, if you are formed in administration nothing prevents you from having contacts with lawyers, accountants, architects, this will only strengthen your network and in the same way that you can be indicated you can indicate and thus strengthen your networking.

Best personal image adaptation, knowing how to adapt it independently of the environment.

Knowing how to behave is not a question of wanting or not wanting, it is a question of exigence, and it is up to each of us to learn the best possible way to behave in the environment, we must make an environmental analysis, and adapt our image to this environment, then we will confer the definition of analysis, and then in sequence the definition of environment so that we can sum up the two and really know what this analysis is.

Segundo o site PRIBERAN (dicionário online da língua portuguesa) Análise se define como:

1. Exame minucioso de uma coisa em cada uma das suas partes.
2. Separação dos princípios componentes de um corpo ou substância.
3. Exame que se faz de uma produção intelectual. = CRÍTICA, ESTUDO.

Já sabemos que análise é um exame criterioso e cauteloso de algo, e este exame deve estar embasado em coisas concreto, com objetividade, clareza, e coesão.

Por conseguinte vamos conhecer o significado de Ambiente e conhecer o que envolve o mesmo.

Segundo o site PRIBERAN (dicionário online da língua portuguesa) Ambiente se define como:

1. Que envolve ou está à volta de alguma coisa ou pessoa. = ENVOLVENTE.
2. Que é relativo ao meio físico ou social circundante (ex.: música ambiente; temperatura ambiente).
3. Conjunto das condições biológicas, físicas e químicas nas quais os seres vivos se desenvolvem. = MEIO AMBIENTE.
4. Conjunto das circunstâncias culturais, económicas, morais e sociais em que vive um indivíduo (ex.: ambiente familiar; ambiente laboral; ambiente descontraído). = ATMOSFERA, MEIO AMBIENTE.
5. Espaço físico delimitado (ambiente fechado). = LUGAR, RECINTO.

Já sabemos o conceito de ambiente, agora vamos saber a definição de Análise Ambiental Segundo Gustavo Thayllon.

Análise ambiental, é um exame minucioso do meio social ou econômico onde estão inseridas pessoas, essa análise irá variar de acordo com a situação econômica, social e cultural e se difere de país e região.

Sabe-se que a análise ambiental, não se remete apenas a roupa que os indivíduos estão trabalhando, devemos ter a coerência de não irmos de qualquer maneira trabalhar, você deve usar os trajes de acordo com a profissão, se você é um executivo não irá usar bermudas para ir trabalhar e assim por diante, então CUIDADO!

Pró atividade e cooperativismo

Pró atividade é comumente citado principalmente no ramo da administração e psicologia, entretanto muito se fala mais nada se define, ser proativo é ser independente é se antecipar às ações. Nas organizações o colaborador proativo tem um destaque que deve ser ressaltado, é enfatizado pois todos os gestores querem em suas organizações pessoas com a capacidade de se antecipar a trabalhos, antecipando a solução de problemas e pondo em prática estratégias antecipadamente, essa pro atividade visa metas objetivando melhorar e beneficiar a organização como um todo.

Junto com a pró atividade organizacional deve haver o cooperativismo que é a associação e a junção de pessoas com os mesmos pensamentos, interesses, sendo estes corporativos ou não, ou seja o cooperativismo surgiu para todos se auxiliarem, na empresa ou seja todos os departamentos se ajudam visando a estrutura empresarial como um todo.

Auto avaliação.

Auto avaliação é fazer uma análise minuciosa e criteriosa de si mesmo de dentro para fora, fazendo um diagnóstico e traçando o que está ou não correto em nós e como mudar, sabe-se que na auto avaliação sempre se almeja a evolução daquilo que se está avaliando, pois não se faz uma avaliação para se retroceder e sim para evoluir, destaque seus pontos fortes e fracos, quando esses pontos forem descobertos bote na ponta do lápis e trace as metas e objetivos de melhorar, a auto avaliação é a melhor análise para

se tornar humilde pois só ai reconheceremos verdadeiramente onde e em que erramos e assumindo esses erros, mais sabendo que nunca mais irá errar novamente

Nem tudo que você acha certo realmente é, Segunda visão, segunda opinião.

As pessoas têm a mania de ter a convicção de que tudo que elas realizam ou faz está correto, mesmo que visivelmente não está, isso é uma pedra que devemos remover do nosso caminho, quando realizarmos um trabalho, é sempre bom ter um segundo olhar, pois as pessoas são francas e falam na maioria das vezes é verdade, devemos filtrar críticas para nossa auto construção e melhora de nós mesmos, críticas construtivas são convertidas em forças e críticas destrutivas são jogadas de lado, devemos agregar naquilo que fazemos sempre um segundo olhar, pois assim enriquecemos o trabalho a ser desenvolvido o deixando melhor e assim a cada dia estaremos aprendendo mais pois sabe-se que sempre iremos trabalhar em equipe isso é inevitável então devemos conhecer e saber gerenciar e ouvir pessoas

Ferramentas de Marketing pessoal.

Existem ferramentas que podemos agregar a nossa marca pessoal, para que o somatório das mesmas causem um impacto no que se remete a melhoria e a credibilidade, para entendermos isso devemos primeiramente saber a definição de ferramentas, marketing e logo em seguida o somatório das mesmas e por conseguinte novamente sabe quais são as ferramentas disponíveis no mercado que estão ao nosso alcance.

Para o site INFOPEDIA (dicionário e enciclopédia online) Ferramenta se define como: (Do latim ferramenta, plural de ferramentum, «ferramenta; utensílio»), ou seja, ferramenta ou utensílio empregado em uma arte ou ofício, ou conjunto de utensílios para exercer uma profissão.

Já conhecemos a definição de ferramenta ou seja são materiais para o auxílio de algo para um facilitamento da atividade a ser executada ou realizada, tais ferramentas serão desenvolvidas dentro de cada profissão ou ofício ou arte, isso dependerá do contexto ao qual elas estão inseridas.

Você conhece uma definição de marketing pessoal curta e que consegue responder com simplicidade o que é Marketing pessoal ? Se essa resposta for não, te direi uma.

Marketing pessoal é um conjunto de estratégias planejadas e executadas para uma melhor projeção da nossa imagem pessoal no mercado, e essa imagem é composta por diversos fatores sociais e profissionais que devem ser adequados segundo as mesmas.

Sem mais delongas já se sabe a definição de marketing pessoal e de ferramentas, a junção das duas nada mais é que ferramentas que auxiliam a projeção e o melhoramento de nossa marca pessoal mediante o mercado. Agora vamos colocar em pauta as ferramentas de marketing pessoal mais utilizadas e mais eficientes, fique sabendo que o resultado desejado será através de trabalho e planejamento.

As 2 (duas) principais ferramentas de marketing pessoal que você deve utilizar são:

Cartão de visita: Um pequeno pedacinho de papel com um poder de divulgação poderosa, não devemos subestimar tal ferramenta, pois é através dele que nosso trabalho pode ser lembrado, esta ferramenta deve ser projetada antecipadamente e deve seguir alguns passos para sua criação são as seguintes.

Definir o design: o estilo do cartão, ou seja, o que terá de gráfico, ou seja as imagens que compõe o cartão, lembrando que o cartão deve ser o mais limpo possível, menos rebuscados, na dúvida menos é mais, procure um profissional para te auxiliar na criação, um profissional de publicidade, propaganda e marketing saberá desenvolver o melhor material e adequá-lo à profissão ao qual você exerce. Informações necessárias:

No cartão deve estar contido as informações básicas de sua pessoa, ou seja, deve conter em destaque com letra maior seu Nome e sobrenome, e logo mais abaixo o que você faz, o cargo que você exerce exemplo : contador, administrador, economista, Gerente de relacionamento e etc., logo abaixo deve constar telefone, e-mail, website (se possuir) e dependendo do caso o endereço (este só será adicionado ao cartão se você

possuir escritório, ou se o cartão for corporativo ai deverá vir o endereço da empresa a qual você atua.Saiba para quem dar o cartão: seu cartão além de poderoso é extremamente pessoal, você não deverá saindo por aí distribuindo seu cartão de visitas como se fosse folheto de promoção, este só será dado a alguém quando for necessário, geralmente para pessoas do círculo profissional sendo este igual ou diferente.Guarde adequadamente seus cartões: Em hipótese alguma distribua seu cartão sujo ou amassado isso destrói qualquer marca pessoal e não queremos isso.Deixe seus cartões nos escritórios de seus amigos e clientes: Deixe alguns cartões em escritórios de amigos e cliente para que esses possam indicar seus serviços a clientes deles e assim fortalecendo seu networking e fixando sua marca e competência na mente dos potenciais clientes.

Site ou blog: Criar sua marca no ambiente web é de suma importância além do meio convencional de trabalho o ambiente virtual é um potencial para a divulgação de seus serviços, estes serviços podem ser divulgados através de um site o blog, contrate uma profissional de webdesign e um analista de sistema para desenvolver o mesmo, e designe a responsabilidade de manutenção a um profissional de marketing para que este possa unificar a comunicação contida nesse espaço web, este deve ser planejado de acordo com suas preferências, existem alguns modelos de sites/ blogs para algumas determinadas profissões peça opinião ao seu desenvolvedor juntamente com o profissional de marketing que será o responsável por fixar sua marca neste meio.

Lembre-se de que os objetivos cruciais do marketing pessoal estão fortemente atrelados ao crescimento profissional desejado pelo indivíduo.

E o Marketing pessoal surgiu da necessidade de facilitar uma boa gerência de carreira objetivando uma visibilidade e tomando por base foco planejamento, paciência, persistência, resistência e resiliência para atingirmos assim um pódio pessoal e organizacional para assim alcançarmos uma auto realização para que possamos sentirmos bem com nós mesmos.

- **Tópico 3:** Networking

Networking é um termo em inglês que une as palavras “net” (rede) e “work” (trabalho) e se refere à rede de relacionamentos e contatos profissionais.

Aprender a fazer networking sem incomodar as pessoas, parecer interesseiro ou levar fama de chato é muito importante para criar uma rede de relacionamentos que você deve alimentar durante toda vida profissional para aumentar sua empregabilidade.

Isso porque nosso desenvolvimento profissional não depende apenas da nossa formação, das nossas competências ou do nosso comprometimento. Muitas vezes, para entrar em uma empresa ou para ser cotado para uma promoção, você pode se beneficiar de outras pessoas que possam indicar seu nome para uma vaga ou dar um conselho em um momento de decisão. E são essas pessoas que formam o seu networking.

O que é networking e para que serve?

Networking é uma rede de contatos profissionais de grupos de pessoas conectadas por interesses similares a fim de se ajudarem e fortalecerem os negócios.

Apesar de o termo ser em inglês, está designado ao esforço coletivo para aperfeiçoar o conhecimento e expandir os negócios.

A rede é formada por pessoas que podem ajudar seu desenvolvimento de alguma forma – porque conhecem bem sua área de atuação, porque podem dar bons conselhos, porque têm bons contatos, porque podem indicar seu nome para outras pessoas. E, da mesma forma que seus contatos podem ajudar você a crescer profissionalmente, eles esperam que você faça o mesmo por eles.

Por que é importante fazer networking profissional?

Fazer networking é importante para fazer com que você seja lembrado entre as pessoas que atuam no seu segmento. Essa lembrança é importante, por exemplo, para que você seja indicado para uma vaga na sua empresa ou na empresa da pessoa que o indicou.

Como fazer networking?

Fazer networking não é apenas mandar bom dia para os seus contatos diariamente, sem qualquer motivo ou qualquer vontade de saber como eles estão naquele momento. Um networking profissional eficiente deve ser feito de forma profissional e cuidadosa para que as pessoas lembrem de você de forma positiva – e não como alguém inconveniente, certo? Vamos ao passo a passo para isso:

1. Defina objetivos: Um bom ponto de partida para criar sua rede de relacionamentos e fazer networking é saber onde você quer chegar. Qual é sua área de interesse? Quais são as empresas que você gostaria de trabalhar? Que cargo você pretende alcançar nos próximos dois anos, cinco e dez anos? A partir dessas respostas, você pode buscar contatos e começar a investir neles.

2. 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. Você pode retomar a conversar com um velho amigo e, no aniversário dele, por exemplo, conhecer um outro amigo que trabalha na sua área. Aqui valem amigos de escola, ex-chefes, colegas de faculdade e até aqueles antigos vizinhos com quem você tinha a maior amizade. Reencontrar essas pessoas, hoje em dia, com tantas redes sociais à disposição, não vai ser um grande problema.

3. Resgate boas histórias: Encontradas as pessoas, uma boa forma de resgatar esses contatos é contar histórias comuns que faziam vocês rirem em alguma época. Faça um trabalho de resgate da sua própria memória, deixe essas histórias frescas na cabeça. Histórias leves e engraçadas vão sempre bem.

4. 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. Chamadas de voz ou vídeo são um bom meio termo por serem mais pessoais do que uma mensagem de texto. São também mais práticas do que o presencial. Essa dica de networking, então, é mesclar encontros online com offline, sempre levando em conta a preferência e a disponibilidade da pessoa com quem você quer fazer contato.

5. 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. A dica? Novamente, mesclam os dois tipos, focando principalmente na sua necessidade atual e nas restrições impostas pela pandemia, claro. Você precisa – agora – fazer mais contatos ou aprofundar os contatos que já fez?

6. 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.

7. 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.

8. 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.

9. 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.

10. 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.

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

Ou seja, a rede não pode ser pequena demais – 2 ou 3 pessoas, por exemplo – porque não vai gerar resultados, mas também não deve ser grande a ponto de inviabilizar sua manutenção.

12. 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.

13. 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.

O que fazer: se você quer pedir alguma coisa para alguém com quem fala remotamente, seja apenas educado (Olá, tudo bem?) 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.

14. Esteja disposto a ajudar: Networking é uma vida de mão dupla. No entanto, muitas pessoas tendem a ser imediatistas e querem muitas coisas sem dar nada em troca. Quer um exemplo? Alguém que é simpático com você quando está desempregado, mas não retorna seu contato quando está bem no emprego. Preste atenção se você tem ou já teve esse comportamento.

O que fazer: se você quer receber ajuda, precisa estar disposto a ajudar também. Do contrário, além de chato você poderá se tornar o “interesseiro do networking”.

15. Seja verdadeiro: Networking exige uma periodicidade, mas, mais uma vez, também exige interesse pelas pessoas e novos assuntos para conversar.

O que fazer: 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.

Exemplos de networking: 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).

- **Tópico 4:** Redes sociais profissionais

São aquelas em que os usuários têm como objetivo criar relacionamentos profissionais com outros usuários, divulgar projetos e conquistas profissionais, apresentar seu currículo e habilidades, conseguir indicações e empregos.

O **LinkedIn** é a rede social profissional mais conhecida e utilizada, mas há outras que também conquistaram seu espaço, como a beBee, Xing e outras que são direcionadas para contratação de profissionais freelancer, como a **GetNinjas**.

Além disso, outras redes que não são exclusivamente profissionais também têm sido utilizadas para esse fim:

No Facebook há diversos grupos em que os profissionais podem encontrar vagas e discutir temas relacionados ao seu nicho de trabalho;

No Twitter é possível encontrar perfis que trazem discussões relevantes no âmbito profissional;

O Instagram se tornou uma das principais redes quando falamos de relacionamentos profissionais. Hoje em dia é indispensável que os profissionais tenham um perfil na rede. Um ativo muito importante no Insta é o **link na bio**, que permite direcionar seus seguidores para páginas de vendas e de conversão.

Rede social de nicho

Redes sociais de nicho são aquelas voltadas para um público específico, seja uma categoria profissional ou pessoas que possuem um interesse específico em comum.

Um dos casos mais emblemáticos é a **TripAdvisor**, em que os usuários atribuem notas a atrações relacionadas ao ramo gastronômico e turístico.

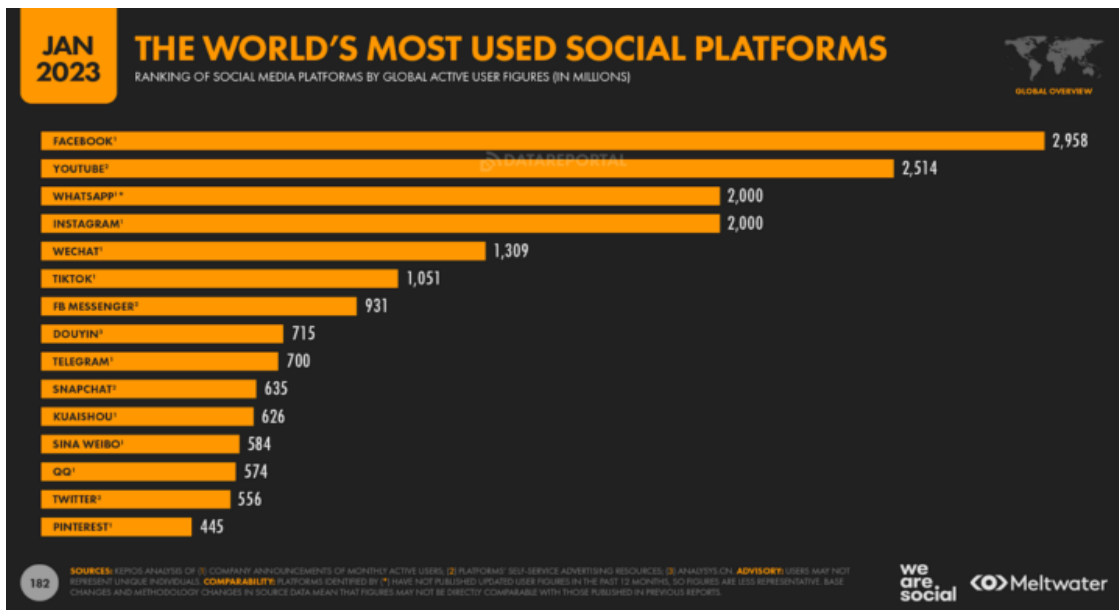
Outro exemplo é a **DeviantArt**, comunidade em que artistas visuais promovem seus trabalhos. Há ainda a **Goodreads**, uma rede social para leitores, que podem fazer resenhas de livros e recomendá-los.

Lista das principais redes sociais do mundo (e as mais usadas no Brasil)

Como vimos, há aproximadamente 4,7 bilhões de usuários ativos nas redes sociais no mundo todo. No Brasil, a pesquisa **Digital 2023** mostra que 70% da população do país acessa as redes sociais ao menos uma vez por mês.

Outro dado interessante é que **o Brasil foi apontado como o segundo país que mais passa tempo nas redes sociais**. A média diária de uso das redes por usuário é de 3h46min, o que deixa o país atrás apenas da Nigéria, que possui a média de 4h36min.

Mas afinal, quais são as redes sociais mais usadas no mundo? O gráfico abaixo mostra os números atualizados que soma o total de usuários que cada rede possui:



Percebemos que o Facebook está em destaque, sendo a rede mais próxima a atingir a marca de 3 bilhões de usuários em todo o mundo. As outras redes que passaram dessa barreira de 2 bilhões de usuários são o YouTube, o WhatsApp e o Instagram.

Agora quando olhamos para o ranking do Brasil, na pesquisa *Digital 2023: Brasil*, podemos ver que o WhatsApp é a plataforma de rede social mais usada no país.

Confira agora os detalhes da lista das principais redes sociais usadas no mundo, seguindo na apresentação a ordem por aquelas que são as redes sociais mais usadas no Brasil.

O **WhatsApp** é a rede social de mensagens instantâneas mais popular entre os brasileiros. Ganhou até o “carinhoso” apelido de zap zap por parte da população.

Ano de fundação: 2009 - Usuários no Brasil: 169 milhões

Praticamente toda a população que tem um smartphone tem também o WhatsApp instalado. O app é um dos que são controlados pela Meta, empresa que deu origem ao Facebook.

O **YouTube** é a principal rede social de vídeos online da atualidade, com mais de 500 milhões de vídeos visualizados diariamente.

Ano de fundação: 2005 - Usuários no Brasil: 142 milhões

Foi fundado em 2005 por Chad Hurley, Steve Chen e Jawed Karim. O sucesso meteórico fez com que a plataforma fosse adquirida pelo Google no ano seguinte, em 2006, por 1,65 bilhão de dólares.

Como as pessoas acessam o YouTube para pesquisar assuntos que querem assistir, ela também é reconhecida como uma ferramenta de busca – a 2ª mais relevante na verdade, só atrás do Google.

Dicas de uso:

Post: YouTube revela como funciona o seu sistema de recomendações

Post: Webinar: o que é, como fazer e como gerar resultados incríveis!

Post: Thumbnail: o que é e como fazer para gerar mais resultados no YouTube

O **Instagram** foi uma das primeiras redes sociais exclusivas para acesso mobile. É verdade que hoje é possível acompanhar as atualizações em desktop, mas o produto é todo voltado para ser usado no celular.

Ano de fundação: 2010 - Usuários no Brasil: 113,5 milhões

Em 2012, o aplicativo foi adquirido pelo Facebook (agora Meta) por nada menos que 1 bilhão de dólares. Originalmente, era uma rede social de compartilhamento de fotos entre usuários, com a possibilidade de aplicação de filtros. Hoje ela se expandiu e é vista como a principal rede para geração de negócios. Por isso é tão importante marcar presença por lá.

O Instagram se tornou uma das melhores plataformas para criadores de conteúdo. De fato, as colaborações do Instagram estão em ascensão e o marketing de influenciadores vem crescendo ano a ano por lá.

Cada vez mais, aliás, o Instagram está focando em proporcionar compras e vendas dentro da própria plataforma.

O **Facebook** ainda é, de longe, a rede social mais popular do planeta. Muitos consideram que foi a rede que ajudou a acelerar a popularização do uso das redes sociais.

Ano de fundação: 2004 - Usuários no Brasil: 109 milhões

Por muito tempo, essa era considerada a rede social mais versátil e completa. Um local para gerar negócios, conhecer pessoas, relacionar-se com amigos, informar-se, divertir-se, debater, entre outras coisas.

Para empresas, é praticamente impossível não contar com o Facebook como aliado em uma estratégia de anúncios nas redes sociais.

Hoje um dos focos da rede são seus grupos no Facebook. Encontrar esses grupos e se envolver pode ajudá-lo a fazer conexões com aqueles que podem querer colaborar com sua marca.

O **Tik Tok** é uma plataforma de mídia social de compartilhamento de vídeos vista de forma mais ampla. Na prática, é um espaço que mistura música, vídeos, conteúdo de comédia e de microblog que hoje podemos considerar como o aplicativo mais popular do mundo.

Ano de fundação: 2014 - Usuários no Brasil: 82 milhões

Não é uma plataforma fácil de entender à primeira vista e ainda é um território desconhecido para muitas pessoas com mais de 25 anos. Por ser extremamente popular entre a Geração Z, essa rede dá mostras do que significa crescer no mundo hiperconectado de hoje.

O **LinkedIn** é a maior rede social corporativa do mundo. Assemelha-se bastante com as redes de relacionamento, mas a diferença é que o foco são contatos profissionais — ou seja, em vez de amigos, temos conexões, e em vez de páginas, temos companhias.

Ano de fundação: 2002 - Usuários no Brasil: 63 milhões

É usado por muitas empresas para recrutamento de profissionais, para troca de experiências profissionais em comunidades e outras atividades relacionadas ao mundo corporativo.

Assim como as principais redes sociais, o LinkedIn possui uma série de reações diferentes que os profissionais podem fazer para interagir com as publicações. Já são 7 emojis de reações diferentes, sendo que a sétima reação surgiu em julho de 2022 e se chama “Divertido”, um emoji azul gargalhando que aparece quando o usuário vê as opções.

O **Messenger** é a ferramenta de mensagens instantâneas do Facebook. Foi incorporada ao Facebook em 2011 e separada da plataforma em 2016.

Ano de fundação: 2011 - Usuários no Brasil: 62 milhões

Com a “separação”, o download do aplicativo Messenger tornou-se praticamente obrigatório para usuários da rede social via smartphones, já que não é mais possível responder mensagens pelo aplicativo do Facebook. Para empresas, possui alguns recursos interessantes, como bots e respostas inteligentes.

O **Kwai** vem fazendo investimentos em conteúdos exclusivos, como uma série com os jogadores brasileiros na Copa do Mundo de 2022, e parcerias de live streaming, como de notícias em tempo real com a CNN.

Ano de fundação: 2012 - Usuários no Brasil: 48 milhões

Um dos diferenciais da plataforma é a remuneração aos seus criadores de conteúdo, que é distribuída de forma mais democrática. O algoritmo também atua para amplificar mesmo quem não tem muitos seguidores, desde que entregue entretenimento.

O mercado está cada vez mais de olho no Kwai, que já conta com uma plataforma para anunciantes.

O **Pinterest** é uma rede social de fotos que traz o conceito de “mural de referências”. Lá você cria pastas para guardar suas inspirações e também pode fazer upload de imagens assim como colocar links para URLs externas.

Ano de fundação: 2010 - Usuários no Brasil: 28 milhões

Os temas mais populares são moda, maquiagem, casamento, gastronomia, arquitetura, faça você mesmo, gadgets, viagem e design. Seu público é majoritariamente feminino em todo o mundo: no Brasil esse público representa 74% do total de usuários.

Você não precisa criar pastas somente com conteúdo próprio. Selecione imagens que tenham a alma da sua marca, ajudem na construção dela e possam ser uma porta de entrada para o usuário chegar até você. É possível também criar pins patrocinados que aparecem com mais relevância no feed dos usuários.

É fato que o **Twitter** atingiu seu auge em meados de 2009 e de lá para cá se consolidou como uma importante ferramenta para os usuários e marcas, seja para compartilhar qualquer tipo de pensamento que vier na cabeça ou notícias — também é muito usado como canal oficial de marcas e personalidades.

Ano de fundação: 2006 - Usuários no Brasil: 19 milhões

Hoje o Twitter é utilizado principalmente como uma segunda tela pelo público, já que os usuários comentam e debatem o que estão assistindo na TV, postando comentários sobre noticiários, *reality shows*, jogos de futebol e outros programas.

Além disso, os tópicos que aparecem nos trending topics ainda ditam várias discussões e pautam inclusive telejornais.

Marketing nas redes sociais

Para sobreviver em um mercado competitivo, você precisa estar atento às novas tendências do seu setor. Uma estratégia de Marketing nas redes sociais eficaz é uma parte essencial do seu plano geral de aquisição de público e vendas.

Segundo uma pesquisa recente realizada com aproximadamente 300 profissionais de Marketing no Brasil, 100% afirmam usar as redes sociais dentro de suas estratégias de Marketing. Isso significa que já não dá mais para pensar em fazer Marketing atualmente sem contar com os perfis das marcas dentro das diferentes redes.

Claro que cada público usa várias redes sociais em diferentes momentos do dia. Para se conectar com eles, você precisa saber que tipo de conteúdo os interessa, quem é o potencial comprador de seus serviços ou produtos e qual faixa etária é mais acessível para vender. Mas isso é seguido por outro conjunto de perguntas:

Com que frequência você deve postar por dia?

Que tipo de conteúdo você deve postar?

Qual é o número ideal de postagens por dia?

Estas são algumas das perguntas mais comuns que qualquer profissional de Marketing deve responder. Sinceramente, não existe uma resposta certa. Suas respostas vêm com sua análise, experiência e testes do que funciona para você e do que não funciona.

Fazer Marketing nas redes sociais requer estratégia e criatividade. Além disso, existe uma série de etapas para construir uma estratégia de sucesso e são elas que vamos compartilhar a partir de agora.

Primeiros passos para uma estratégia de sucesso

Você deve desenvolver uma estratégia primeiro. Afinal, um bom Marketing não acontece simplesmente. É o resultado de um planejamento meticuloso junto de uma execução precisa.

Para começar a escolher em quais redes sociais sua empresa deve estar presente, é essencial identificar onde sua audiência ideal está e como sua empresa pode compartilhar conteúdo relevante com ele. Conversar com alguns clientes atuais e potenciais pode ser uma boa forma de descobrir quais estão usando no dia a dia.

Algumas redes sociais, como o Instagram, por terem um público bem abrangente, exigem que boa parte das empresas esteja presente, independentemente do tipo de negócio.

Lembrando que o Instagram pode trazer muito mais resultados para um e-commerce de roupas do que para uma empresa de serviços corporativos — nesse caso o LinkedIn seria a melhor opção. Leve tudo isso em consideração na hora de escolher onde vai investir.

Fluxo de produção de conteúdo

As redes sociais podem ajudá-lo a distribuir seu conteúdo para alcançar seu público-alvo. Você não apenas pode postar conteúdo orgânico em cada plataforma, mas também pode promover outros conteúdos por meio de suas postagens. Todo mundo quer que seu conteúdo tenha uma audiência, e as redes são uma ótima maneira de ajudá-lo a ser visto.

Quando se fala em produção de conteúdo nas redes sociais, muitas empresas pensam que basta promover o material que é produzido para o blog, para o site ou para geração de Leads. Mas não é nada disso. O ideal é usá-las também para produzir conteúdo diretamente nas plataformas, em formatos diferentes do que é publicado em outras mídias.

Em primeiro lugar, é preciso levar em consideração qual é o objetivo do seu público ao estar em determinada rede social. Para muitas pessoas, as redes sociais são o principal canal usado para consumir conteúdo, informação e entretenimento. Isso significa que você deve pensar nesses objetivos na hora de produzir seu conteúdo.

Outro aspecto importante a se levar em conta é a alta capacidade de disseminação de conteúdo e de viralização nas redes sociais. Crie conteúdos para as redes sociais pensando nessa capacidade.

Não se esqueça de que as redes sociais são um canal para se relacionar com clientes e fãs de formas muito próximas. Aproveite-se disso e produza conteúdo que estimule a interação com sua audiência.

Também considere a capacidade de geração de tráfego e Leads na hora de produzir seu conteúdo, gerando uma conexão entre o material produzido nas redes sociais e em outros canais.

O ideal é que você tenha uma ferramenta de Marketing Digital que ajude a analisar e entender os dados. Veja como um exemplo de relatório em que podem ser visualizados os visitantes e Leads gerados nas redes sociais:

REDES SOCIAIS	▼ VISITAS	%	LEADS	%
Instagram	817	0%	4	0%
LinkedIn	664	10%	72	4%
YouTube	552	2%	14	0%
Facebook	355	3%	12	8%
Instagram Stories	156	0%	0	0%
Twitter	23	8%	2	0%
Pinterest	17	0%	0	0%
TikTok	11	0%	0	0%

Estratégia para Geração de Leads

Como já foi falado, as redes sociais já não são mais de uso exclusivo para relacionamento com a audiência e construção de marca. É comprovado que empresas podem gerar negócios usando as redes sociais.

Para começar uma estratégia de **Inbound Marketing** e gerar Leads nas redes sociais, recomendamos que você siga 5 passos simples:

1- Defina as pessoas que fazem mais sentido para o seu negócio: esse passo é muito importante principalmente para reduzir o custo por Lead qualificado. A ideia é focar nos Leads que possuem o fit ideal para investir esforços em quem realmente tem potencial de virar seu cliente;

2- Descubra as redes sociais certas para as suas pessoas: só porque existem muitas redes sociais não significa que sua empresa deva estar em todas. Invista com mais força nas redes sociais que fazem mais sentido para o seu negócio;

3- Explore as diversas possibilidades que as redes sociais oferecem: definido onde você focará seus esforços, é importante entender as possibilidades que cada rede social oferece. Explore os diversos formatos de conteúdo para encontrar aqueles com maior potencial de chamar a atenção e gerar Leads;

4- Gere conteúdo rico para as suas pessoas: para conseguir ter a conversão do público para enfim se tornar um Lead, crie conteúdos atrativos que serão disponibilizados após a conversão nas **Landing Pages**;

5- Transforme seus visitantes em Leads: use suas plataformas sociais como um hub para os links que deseja compartilhar com seu público, garantindo que, ao chegar neles, poderá converter os visitantes em Leads.

Feito isso, você já está pronto para começar a gerar Leads qualificados que possuem potencial de fechar negócios com sua empresa. Publique os links de suas Landing Pages em redes sociais como Facebook, Twitter e LinkedIn para promovê-las aos seus seguidores.

No Instagram, é fundamental contar com o **Link da Bio**: é por ele que conseguirá direcionar o público nas postagens que realizar.

Agora confira as 5 dicas que ajudarão você a ter o sucesso que tanto espera ao usar as redes sociais!

1. Selecione suas plataformas de mídia social com sabedoria

Não é necessário estar disponível em todas as redes sociais, mas o que importa é causar impacto em algumas em que você está presente.

É provável que esta seja uma das melhores dicas para fazer Marketing nas redes sociais: não é a quantidade que importa, é a qualidade que conta! Publicar conteúdo abaixo do padrão só vai piorar as coisas para você.

Em vez disso, pesquise e planeje sua presença nas mídias sociais para se alinhar aos seus objetivos e atrair seu público-alvo. Concentre-se nas plataformas preferidas da sua audiência.

2. Configure um calendário de conteúdo de mídia social

Deixar de planejar o que será publicado é o mesmo que jogar fora todo o trabalho de produção de conteúdo.

Não importa o que você faça: sem planejamento, você falhará nas ações de Marketing para redes sociais! Portanto, use ferramentas de calendários de conteúdo para organizar e publicar todo o seu conteúdo de forma eficiente.

Os calendários de conteúdo também ajudam a distribuir recursos de forma eficaz, melhora a colaboração da equipe e fornece uma compreensão mais profunda do que funciona e do que não funciona.

Usando um calendário, você pode planejar seu conteúdo com antecedência. Então, quando chegar a hora de publicar, você pode simplesmente fazer o processo com a certeza de que está no caminho certo.

3. Deixe as ferramentas de agendamento fortalecerem sua estratégia

Imagine estar em 8 plataformas diferentes de redes sociais e postar manualmente em cada uma delas 3 vezes ao dia. É realmente um caos!

Mas tenha calma, até porque você pode automatizar o máximo possível da atividade de publicação através do agendamento de posts nas mídias sociais. Dependendo do conteúdo e do canal de mídia social que estiver usando, você deseja publicar em dias e horários diferentes e nem sempre estará online para fazer isso manualmente.

Agendar todas as suas postagens com antecedência ajuda você a não se preocupar em estar lá para clicar em “postar” exatamente no momento certo.

4. Interaja com seu público quando eles comentarem suas mensagens nas redes sociais

Certifique-se de que seu público saiba que há uma pessoa por trás da marca. Garantir que eles sintam que não estão falando com um robô lhes dará uma melhor percepção de sua empresa.

Por isso, concentre-se em compartilhar conteúdo que naturalmente cria conversas. Algumas dessas formas são:

Solicite feedback sobre seus posts nas redes sociais;

Faça perguntas abertas e, em seguida, deixe o público responder para envolvê-los ativamente;

Crie enquetes e outras formas de interação nos stories.

5. Use as redes sociais para entender os interesses de seus clientes

Você precisa saber no que seus clientes estão interessados se quiser tentar alcançá-los de maneira eficaz. É possível fazer isso monitorando as conversas em torno de determinados tópicos.

Isso é chamado de **Social Listening** ou escuta social e pode ajudar você a entender o que é importante para seu público, enquanto identifica as tendências que eles estão seguindo. Você também pode aprender sobre o que eles estão enfrentando, o que pode ajudar a criar conteúdo abordando esses pontos.

Graças às ferramentas de análise amplamente disponíveis hoje em dia, você não precisa adivinhar quem é seu público-alvo ou o que eles querem. Você pode acompanhar facilmente quem está mais interessado em que tipo de conteúdo.

Se os seus usuários do Instagram são principalmente da Geração Z, isso significa que eles vão preferir um conteúdo mais divertido, com cores que se destacam e texto curto. Se o LinkedIn for a sua principal rede, por outro lado, geralmente os usuários não se importam em ler algo mais longo se for útil e informativo.

O que faz um profissional de Social Media?

Em resumo, os profissionais de Social Media usam plataformas de redes sociais como para promover uma empresa e seus produtos. Na verdade, o Social Media pode cumprir muitos papéis em uma empresa, desde os mais operacionais aos mais estratégicos.

Esses profissionais de marketing são especialistas que usam as plataformas no dia a dia e conseguirão executar a estratégia planejada para diferentes redes.

Em geral, os profissionais podem trabalhar internamente em uma função dedicada dentro de uma empresa, mas muitos trabalham como freelancers e são contratados para trabalhar em agências de marketing ou publicidade.

Social Media é o nome usado para descrever qualquer profissional de Marketing que fica a cargo de criar estratégias e conteúdos para perfis de redes sociais. Também podem ser chamados de analistas de redes sociais.

As mudanças constantes das redes sociais acabam exigindo que esses profissionais saibam de tudo um pouco, já que muitas vezes demandam uma adaptação rápida para que os perfis – sejam pessoais ou de marcas – continuem relevantes.

Principais funções de um Social Media: As opções de carreira envolvendo Marketing nas diferentes redes sociais têm aumentado, especialmente agora que mais empresas desejam melhorar sua presença online por lá.

A seguir, listamos algumas das atividades básicas do profissional de Social Media.

Atendimento: As redes sociais são redes de socialização. Logo, são canais de troca. Por isso, é esperado que você não deixe sua audiência ou as boas citações que recebe fora do seu campo de visão, ou seja, sem resposta por muito tempo.

Mesmo que não vá resolver os problemas dos clientes por si próprio, o Social Media está na linha de frente. Para muitas pessoas, ele é o ponto de contato direto com a empresa, mesmo que existam outras ferramentas de suporte.

Diariamente, é função da Social Media responsável por Community Manager acompanhar tudo o que é comentado nas nossas redes sociais, inclusive no **Google Meu Negócio**. O monitoramento das interações toma boa parte do dia do profissional, que precisa compreender o problema, acionar a área responsável pela solução e oferecer a resposta.

Não demore para responder uma mensagem direta, pois ela pode virar rapidamente uma avaliação ruim que será exposta pelo público, exigindo um esforço de resolução ainda maior.

Postagens: Você pode usar diretamente as redes sociais ou usar ferramentas para programar, mas o fato é que o Social Media vai ter que postar. O que e quando postar depende muito da estratégia adotada, mas é preciso haver uma rotina de horários.

O ideal é alinhar um cronograma com o time de criação (se houver), para que o profissional possa separar uma faixa de horários especificamente para essa atividade. Dessa forma, pode se concentrar na elaboração do conteúdo para cada uma das redes.

Produzir conteúdo: O mercado exige cada vez mais do profissional do Social Media a capacidade de produzir conteúdo especializado. Cada uma das redes tem formatos que funcionam melhor — os vídeos no TikTok, os GIFs no Twitter e os stories no Instagram, por exemplo.

Em geral, essa é uma função que demanda mais tempo e planejamento, além de integração com outras áreas do Marketing.

Nada impede que você mesmo coloque a mão na massa, com ferramentas como o **Canva**, desde que respeite a identidade visual da empresa e as boas práticas de design.

Vale lembrar que, nessa área de atuação, todo dia surge uma novidade. Por isso, apesar de trabalharmos de forma antecipada, entendemos que é importante que a rotina de trabalho do Social Media permita a flexibilidade para criação de novos posts e de remanejar os já agendados.

Análise dos resultados: As próprias redes sociais oferecem, hoje, ferramentas de análise que facilitam a vida do Social Media. Além disso, o **uso de UTMs específicas** permite separar o tráfego gerado por cada uma das redes no Google Analytics.

As avaliações devem ser diárias – para identificar posts que deram certo ou errado demais – e semanais/mensais, para comparar o engajamento em períodos semelhantes.

Analisar é fundamental para embasar o planejamento e a definição de estratégias de cada canal.

Estratégia e planejamento: Criar uma estratégia e um planejamento para as redes sociais não apenas é essencial para que a empresa tenha um posicionamento consistente nesse meio, mas também ajuda o profissional de redes sociais a organizar seu próprio trabalho.

Por isso, ele deverá manter uma estratégia e planejamento diferente para cada rede social, sempre com o principal objetivo da empresa nas redes sociais em mente, seja divulgar a marca, servir de canal de comunicação com os clientes, criar uma comunidade de fãs, gerar Leads, educar por meio da divulgação de conteúdo ou vender.

Por que uma estratégia de Marketing nas redes sociais é importante?

Uma estratégia de Marketing nas redes sociais é importante para ter uma presença de marca online eficaz. As redes sociais também podem prejudicar a imagem da sua marca. É por isso que você precisa usar uma estratégia para manter uma forte presença positiva nesses espaços onde seus clientes estão.

Criar essa estratégia também economiza tempo para seu público, já que hoje é comum buscar as marcas nas redes antes de tomar a decisão de compra. Na prática, não dá mais para ficar de fora das redes sociais.

Quais os benefícios de fazer Marketing nas redes sociais?

Alguns dos benefícios que podemos destacar ao fazer Marketing nas redes sociais são:

Cria autoridade;

Aumentar o tráfego nas suas páginas;

Manter um fluxo de geração de Leads;

Manter uma comunicação próxima e em tempo real com o público;

Vender mais.

As redes sociais mais usadas e que são ideais para qualquer empresa marcar presença são:

TikTok;

Instagram;

LinkedIn;

Youtube;

Facebook.

3.3.2 ESTUDANTES NA PRÁTICA

<https://1drv.ms/p/s!AnsPxtQXzsVqggZYELHXijDZHepF?e=Vj69FH>

4. CONCLUSÃO

Buscamos mostrar alguns detalhes da empresa CPFL Energia S.A. e através de algumas informações mostrar como são os detalhes de como funciona o RH de uma empresa buscando explicar as regras de Administração de Pessoal e suas Obrigações trabalhistas.

Mostrando as diferenças entre salário versus remuneração e relacionando os custos relacionados à mão de obra, os quais podem indiretamente alterar os custos de uma produção e alterar processos que podem causar prejuízos para as empresas.

Com relação a Avaliação de Empresas buscamos relacionar as melhores maneiras da empresa se valorizar no mercado. Além de buscar conhecimento da melhor maneira de buscar investimentos e investir de uma maneira correta para obter o melhor retorno para a empresa continuar a crescer são perdas para melhorar o seu ativo.

Já no conteúdo de Formação para a vida buscamos da melhor forma possível mostrar que é possível construir uma marca própria em nosso caráter para sermos reconhecidos tanto na área pessoal quanto na área profissional. Sendo a maneira que seremos visto, ou seja, o nosso cartão de visita para o nosso crescimento em todos os setores de nossa vida.

REFERÊNCIAS

<https://cpfl.riprisma.com/show.aspx?idCanal=kESbm4brJQl+N7dYvuZaSw==> acessado em 01 de junho de 2023.

https://solucoes.receita.fazenda.gov.br/servicos/cnpjreva/Cnpjreva_qsa.asp acessado em 09 de junho de 2023.

<https://cpfl.riprisma.com/show.aspx?idCanal=kESbm4brJQl+N7dYvuZaSw==> acessado em 10 de junho 2023.

<https://www.guiatrabalhista.com.br/tematicas/diferenca-salario-remuneracao.htm> acessado em 10 de junho 2023.

<https://www.pontotel.com.br/salario-e-remuneracao/> acessado em 10 de junho 2023.

https://mindsight.com.br/blog/como-calculiar-turnover/#Como_calcular_turnover_na_minha_empresa acessado em 12 de junho 2023.

<https://www.infojobs.com.br/cpfl-servicos/avilacoes>, acessado em 12 de junho 2023

<https://www.contabilizei.com.br/contabilidade-online/como-construir-uma-marca-de-sucesso/>, acessado em 12 de junho 2023

<https://www.brandme.com.br/construindo-marcas>, acessado em 12 de junho 2023

<https://forbes.com.br/carreira/2018/11/10-regras-de-ouro-para-construir-uma-marca-pessoal/>, acessado em 12 de junho de 2023

<https://www.rhacademy.com.br/2021/06/13/marca-pessoal-o-que-e-e-como-construir-a-sua/>, acessado em 12 de junho de 2023

<https://administradores.com.br/artigos/marketing-pessoal-onde-voce-e-a-vitrine-e-os-consumidores-os-julgadores-e-apontadores>, acessado em 13 junho de 2023

<https://www.vagas.com.br/profissoes/networking-guia-definitivo/>, acessado em 13 de junho 2023

<https://resultadosdigitais.com.br/marketing/redes-sociais/>, acessado em 13 de junho de 2023

<https://bellunotec.com.br/blog/custos-ocultos-entenda-o-que-e-e-como-mapea-los-na-empresa>, acessado em 13 de junho de 2023

<https://gestaodavirada.com/avaliacao-de-empresas/>, acessado em 14 de junho de 2023

ANEXOS

 REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL CADASTRO NACIONAL DA PESSOA JURÍDICA			
NÚMERO DE INSCRIÇÃO 02.429.144/0001-93 MATRIZ	COMPROVANTE DE INSCRIÇÃO E DE SITUAÇÃO CADASTRAL		DATA DE ABERTURA 25/03/1998
NOME EMPRESARIAL CPFL ENERGIA S.A.			
TÍTULO DO ESTABELECIMENTO (NOME DE FANTASIA) *****			PORTE DEMAIS
CÓDIGO E DESCRIÇÃO DA ATIVIDADE ECONÔMICA PRINCIPAL 64.62-0-00 - Holdings de Instituições não-financeiras			
CÓDIGO E DESCRIÇÃO DAS ATIVIDADES ECONÔMICAS SECUNDARIAS Não Informada			
CÓDIGO E DESCRIÇÃO DA NATUREZA JURÍDICA 204-6 - Sociedade Anônima Aberta			
LOGRADOURO R JORGE DE FIGUEIREDO CORREA	NÚMERO 1632	COMPLEMENTO PARTE	
CEP 13.087-397	BARRIO/DISTRITO JARDIM PROFESSORA TARCILIA	MUNICÍPIO CAMPINAS	UF SP
ENDEREÇO ELETRÔNICO BACKOFFICETRIBUTARIO@CPFL.COM.BR		TELEFONE (19) 3756-8020	
ENTE FEDERATIVO RESPONSÁVEL (EFR) *****			
SITUAÇÃO CADASTRAL ATIVA		DATA DA SITUAÇÃO CADASTRAL 24/12/2004	
MOTIVO DE SITUAÇÃO CADASTRAL			
SITUAÇÃO ESPECIAL *****		DATA DA SITUAÇÃO ESPECIAL *****	

TERMO DE RESCISÃO DO CONTRATO DE TRABALHO

IDENTIFICAÇÃO DO EMPREGADOR					
01 CNPJ/CEI 02.429.144/0001-93	02 Razão Social/Nome CPFL ENERGIA S.A.				
03 Endereço (logradouro, nº, andar, apartamento) RODOVIA MIGUEL NOEL NASCENTES BURNIER, KM 2,5				04 Bairro PARQUE SÃO QUIRINO	
05 Município CAMPINAS	06 UF SP	07 CEP 13.088-900	08 CNAE 64.62.0-00	09 CNPJ/CEI Tomador/Obra	
IDENTIFICAÇÃO DO TRABALHADOR					
10 PIS/PASEP 205.76543.01-2	11 Nome JOSÉ DA PENHA				
12 Endereço (logradouro, nº, andar, apartamento) RUA DOS PASSOS LARGOS, 1.050				13 Bairro CAMPO LARGO	
14 Município CAMPINAS	15 UF SP	16 CEP 13.099-100	17 CTPS (nº, série, UF) 10898567-00349/SP		18 CPF 00.456.708-50
19 Data de Nascimento 31/03/1970	20 Nome da Mãe JOSEFA DA SILVA				
DADOS DO CONTRATO					
21 Tipo de Contrato 1 - CONTRATO DE TRABALHO POR PRAZO INDETERMINADO					
22 Causa do Afastamento DESPEDIDA SEM JUSTA CAUSA, PELO EMPREGADOR					
23 Remuneração Mês Ant. 9.252,79	24 Data de Admissão 01/10/2005	25 Data do Aviso Prévio 31/05/2023	26 Data de Afastamento 31/05/2023	27 Cód. Afastamento 1	
28 Pensão Alim. (%) (TRCT)	29 Pensão Alim. (%) (FGTS)	30 Categoria do Trabalhador 01 - EMPREGADO			
31 Código Sindical	32 CNPJ e Nome da Entidade Sindical Laboral				
DISCRIMINAÇÃO DAS VERBAS RESCISÓRIAS					
VERBAS RESCISÓRIAS					
Rubrica	Valor	Rubrica	Valor	Rubrica	Valor
50 Saldo de 30 /dias Salário (líquido de 0 /faltas e DSR)	9.252,79	51 Comissões		52 Gratificação	
53 Adic. de Insalubridade %		54 Adic. de Periculosidade %		55 Adic. Noturno Horas a %	
56.1 Horas Extras horas a %		57 Gorjetas		58 Descanso Semanal Remunerado (DSR)	
59 Reflexo do DSR sobre Salário Variável		60 Multa Art. 477, § 8º/CLT		62 Salário-Família	
63 13º Salário Proporcional 5 /12 avos	3.855,33	64.1 13º Salário - Exerc. - /12 avos		65 Férias Proporc 8 /12 avos	6.168,53
66.1 Férias Venc. Per. Aquisitivo a		68 Terço Constituc. de Férias	2.827,24	69 Aviso Prévio Indenizado 81/ dias	24.982,53
70 13º Salário (Aviso Prévio Indenizado)	2.313,20	71 Férias (Aviso Prévio Indenizado)	2.313,21		
		99 Ajuste do saldo devedor		TOTAL BRUTO	51.712,83
DEDUÇÕES					
Desconto	Valor	Desconto	Valor	Desconto	Valor
100 Pensão Alimentícia		101 Adiantamento Salarial		102 Adiantamento 13º Salário	
103 Aviso Prévio Indenizado dias		112.1 Previdência Social	1.146,68	112.2 Prev Social - 13º Salário	714,87
114.1 IRRF	1.307,68	114.2 IRRF sobre 13º Salário	578,26		
				TOTAL DEDUÇÕES	3.747,49
				VALOR LÍQUIDO	47.965,34

TERMO DE QUITAÇÃO DE RESCISÃO DO CONTRATO DE TRABALHO

EMPREGADOR				
01 CNPJ/CEI 02.429.144/0001-93	02 Razão Social/Nome CPFL ENERGIA S.A.			
TRABALHADOR				
10 PIS/PASEP 205.76543.01-2	11 Nome JOSÉ DA PENHA			
17 CTPS (nº, série, UF) 10898567-00349/SP	18 CPF 00.456.708-50	19 Data de Nascimento 31/03/1970	20 Nome da Mãe JOSEFA DA PENHA	
CONTRATO				
22 Causa do Afastamento DESPEDIDA SEM JUSTA CAUSA, PELO EMPREGADOR				
24 Data de Admissão 31/10/2005	25 Data do Aviso Prévio 31/05/2023	26 Data de Afastamento 31/05/2023	27 Cód. Afast. 1	29 Pensão Alimentícia (%) (FGTS)
30 Categoria do Trabalhador 01 - EMPREGADO				

Foi realizada a rescisão do contrato de trabalho do trabalhador acima qualificado, nos termos do artigo n.º 477 da Consolidação das Leis do Trabalho (CLT). A assistência à rescisão prevista no § 1º do art. n.º 477 da CLT não é devida, tendo em vista a duração do contrato de trabalho não ser superior a um ano de serviço e não existir previsão de assistência à rescisão contratual em Acordo ou Convenção Coletiva de Trabalho da categoria a qual pertence o trabalhador.

No dia 07 / 06 / 2023 foi realizado, nos termos do art. 23 da Instrução Normativa/SRT n.º 15/2010, o efetivo pagamento das verbas rescisórias especificadas no corpo do TRCT, no valor líquido de R\$ 47.965,34, o qual, devidamente rubricado pelas partes, é parte integrante do presente Termo de Quitação.

CAMPINAS / SP, 07 de JUNHO de 2023

150 Assinatura do Empregador ou Preposto

151 Assinatura do Trabalhador

152 Assinatura do Responsável Legal do Trabalhador

156 Informações à CAIXA:

A ASSISTÊNCIA NO ATO DE RESCISÃO CONTRATUAL É GRATUITA.

Pode o trabalhador iniciar ação judicial quanto aos créditos resultantes das relações de trabalho até o limite de dois anos após a extinção do contrato de trabalho (Inc. XXIX, Art. 7º da Constituição Federal/1988).

RELATÓRIO DE AUTOAVALIAÇÃO

RELATÓRIO FINAL DAS ATIVIDADES DE EXTENSÃO (Estudante A)

1. IDENTIDADE DA ATIVIDADE
RELATÓRIO:
CURSO: CIÊNCIAS CONTÁBEIS
MÓDULO: AVALIAÇÃO EMPRESARIAL ADMINISTRAÇÃO DE PESSOAL E OBRIGAÇÕES TRABALHISTA - AVALIAÇÃO DE EMPRESAS
PROFESSOR RESPONSÁVEL: PROF. LUIZ FERNANDO PANCINE PROF ^a . JULIANA MARQUES BORSARI
ESTUDANTE: FRANCISCO JESUS GOMES DA SILVA
PERÍODO DE REALIZAÇÃO: MAIO/JUNHO DE 2023

2. DESENVOLVIMENTO
<p>O contexto do projeto é sobre os temas de Administração de Pessoal e Obrigações Trabalhistas, e de como o elas atingem na produção de uma empresa com relação aos seus custos. Buscamos salientar as diferenças entre salário versus remuneração. Com relação a Avaliação de Empresas abordamos sobre os riscos e retornos para a estruturação de uma empresa para levantar recursos da melhor maneira possível para continuar ativa no mercado sem perdas no seu ativo. Seguindo as orientações das tutoras e material de apoio, separamos os tópicos por membros da equipe, efetuamos pesquisas relacionadas até a conclusão do trabalho.</p>
<p>Desafio: De quem ficaria à frente, como líder do grupo, responsável por manter a equipe motivada e engajada. Alinhar a visão e manter comprometimento da equipe.</p>
<p>Cronograma das Ações: Criação do grupo projeto integrado no whatsapp, verificamos a data de entrega do projeto, compartilhamos no grupo orientações do projeto e material de apoio, pesquisamos e escolhemos a empresa com divulgação do balanço patrimonial com parecer de auditores, separamos por tópicos e desenvolvemos o trabalho.</p>
<p>Síntese das Ações: Os encontros foram remotos e por aplicativo. As informações foram coletadas através do site da B3 e nos sites das empresas até a escolha final da empresa e ramo de atividade.</p>
<p>a. Aspectos positivos: O trabalho em equipe e material explicativo e template compartilhado.</p>

b. Dificuldades encontradas:
Conciliar o tempo e disponibilidade dos membros da equipe.

c. Resultados atingidos:
O objetivo alcançado foi concluído no seu devido tempo.

d. Sugestões / Outras observações:
Ter uma biblioteca mais diversificada(novos títulos), e uma melhora no material de apoio.

3. EQUIPE DOS ESTUDANTES NO PROJETO

RA: 1012019200376	NOME: LUIS CARLOS MOREIRA DA SILVA
RA: 1012020100560	NOME: FÁTIMA CARVALHO DE SOUZA
RA: 1012021100376	NOME: FRANCISCO JESUS GOMES DA SILVA
RA: 1012021200250	NOME: JULIANA APARECIDA ELÍDIO FERRACINI FERRACINI

RELATÓRIO FINAL DAS ATIVIDADES DE EXTENSÃO (Estudante B)

4. IDENTIDADE DA ATIVIDADE
RELATÓRIO:
CURSO: CIÊNCIAS CONTÁBEIS
MÓDULO: AVALIAÇÃO EMPRESARIAL ADMINISTRAÇÃO DE PESSOAL E OBRIGAÇÕES TRABALHISTA - AVALIAÇÃO DE EMPRESAS
PROFESSOR RESPONSÁVEL: PROF. LUIZ FERNANDO PANCINE PROF ^a . JULIANA MARQUES BORSARI
ESTUDANTE: LUIS CARLOS MOREIRA DA SILVA
PERÍODO DE REALIZAÇÃO: MAIO/JUNHO DE 2023

5. DESENVOLVIMENTO
<p>O contexto do projeto é sobre os temas de Administração de Pessoal e Obrigações Trabalhistas, e de como o elas atingem na produção de uma empresa com relação aos seus custos. Buscamos salientar as diferenças entre salário versus remuneração. Com relação a Avaliação de Empresas abordamos sobre os riscos e retornos para a estruturação de uma empresa para levantar recursos da melhor maneira possível para continuar ativa no mercado sem perdas no seu ativo. Seguindo as orientações das tutoras e material de apoio, separamos os tópicos por membros da equipe, efetuamos pesquisas relacionadas até a conclusão do trabalho.</p>
<p>Desafio: De quem ficaria à frente, como líder do grupo, responsável por manter a equipe motivada e engajada. Alinhar a visão e manter comprometimento da equipe.</p>
<p>Cronograma das Ações: Criação do grupo projeto integrado no whatsapp, verificamos a data de entrega do projeto, compartilhamos no grupo orientações do projeto e material de apoio, pesquisamos e escolhemos a empresa com divulgação do balanço patrimonial com parecer de auditores, separamos por tópicos e desenvolvemos o trabalho.</p>
<p>Síntese das Ações: Os encontros foram remotos e por aplicativo. As informações foram coletadas através do site da B3 e nos sites das empresas até a escolha final da empresa e ramo de atividade.</p>
<p>e. Aspectos positivos: O trabalho em equipe e material explicativo e template compartilhado.</p>
<p>f. Dificuldades encontradas: Conciliar o tempo e disponibilidade dos membros da equipe.</p>

g. Resultados atingidos:
O objetivo alcançado foi concluído no seu devido tempo.

h. Sugestões / Outras observações:
Ter uma biblioteca mais diversificada(novos títulos), e uma melhora no material de apoio.

6. EQUIPE DOS ESTUDANTES NO PROJETO

RA: 1012019200376	NOME: LUIS CARLOS MOREIRA DA SILVA
RA: 1012020100560	NOME: FÁTIMA CARVALHO DE SOUZA
RA: 1012021100376	NOME: FRANCISCO JESUS GOMES DA SILVA
RA: 1012021200250	NOME: JULIANA APARECIDA ELÍDIO FERRACINI FERRACINI

RELATÓRIO FINAL DAS ATIVIDADES DE EXTENSÃO (Estudante C)

7. IDENTIDADE DA ATIVIDADE
RELATÓRIO:
CURSO: CIÊNCIAS CONTÁBEIS
MÓDULO: AVALIAÇÃO EMPRESARIAL ADMINISTRAÇÃO DE PESSOAL E OBRIGAÇÕES TRABALHISTA - AVALIAÇÃO DE EMPRESAS
PROFESSOR RESPONSÁVEL: PROF. LUIZ FERNANDO PANCINE PROF ^a . JULIANA MARQUES BORSARI
ESTUDANTE: FÁTIMA CARVALHO DE SOUZA
PERÍODO DE REALIZAÇÃO: MAIO/JUNHO DE 2023
8. DESENVOLVIMENTO
<p>O contexto do projeto é sobre os temas de Administração de Pessoal e Obrigações Trabalhistas, e de como o elas atingem na produção de uma empresa com relação aos seus custos. Buscamos salientar as diferenças entre salário versus remuneração. Com relação a Avaliação de Empresas abordamos sobre os riscos e retornos para a estruturação de uma empresa para levantar recursos da melhor maneira possível para continuar ativa no mercado sem perdas no seu ativo. Seguindo as orientações das tutoras e material de apoio, separamos os tópicos por membros da equipe, efetuamos pesquisas relacionadas até a conclusão do trabalho.</p>
<p>Desafio: De quem ficaria à frente, como líder do grupo, responsável por manter a equipe motivada e engajada. Alinhar a visão e manter comprometimento da equipe.</p>
<p>Cronograma das Ações: Criação do grupo projeto integrado no whatsapp, verificamos a data de entrega do projeto, compartilhamos no grupo orientações do projeto e material de apoio, pesquisamos e escolhemos a empresa com divulgação do balanço patrimonial com parecer de auditores, separamos por tópicos e desenvolvemos o trabalho.</p>
<p>Síntese das Ações: Os encontros foram remotos e por aplicativo. As informações foram coletadas através do site da B3 e nos sites das empresas até a escolha final da empresa e ramo de atividade.</p>
<p>i. Aspectos positivos: O trabalho em equipe e material explicativo e template compartilhado.</p>
<p>j. Dificuldades encontradas: Conciliar o tempo e disponibilidade dos membros da equipe.</p>

k. Resultados atingidos:
O objetivo alcançado foi concluído no seu devido tempo.

l. Sugestões / Outras observações:
Ter uma biblioteca mais diversificada(novos títulos), e uma melhora no material de apoio.

9. EQUIPE DOS ESTUDANTES NO PROJETO

RA: 1012019200376	NOME: LUIS CARLOS MOREIRA DA SILVA
RA: 1012020100560	NOME: FÁTIMA CARVALHO DE SOUZA
RA: 1012021100376	NOME: FRANCISCO JESUS GOMES DA SILVA
RA: 1012021200250	NOME: JULIANA APARECIDA ELÍDIO FERRACINI FERRACINI

RELATÓRIO FINAL DAS ATIVIDADES DE EXTENSÃO (Estudante D)

10. IDENTIDADE DA ATIVIDADE
RELATÓRIO:
CURSO: CIÊNCIAS CONTÁBEIS
MÓDULO: AVALIAÇÃO EMPRESARIAL ADMINISTRAÇÃO DE PESSOAL E OBRIGAÇÕES TRABALHISTA - AVALIAÇÃO DE EMPRESAS
PROFESSOR RESPONSÁVEL: PROF. LUIZ FERNANDO PANCINE PROF ^a . JULIANA MARQUES BORSARI
ESTUDANTE: JULIANA APARECIDA ELÍDIO FERRACINI FERRACINI
PERÍODO DE REALIZAÇÃO: MAIO/JUNHO DE 2023

11. DESENVOLVIMENTO
<p>O contexto do projeto é sobre os temas de Administração de Pessoal e Obrigações Trabalhistas, e de como o elas atingem na produção de uma empresa com relação aos seus custos. Buscamos salientar as diferenças entre salário versus remuneração. Com relação a Avaliação de Empresas abordamos sobre os riscos e retornos para a estruturação de uma empresa para levantar recursos da melhor maneira possível para continuar ativa no mercado sem perdas no seu ativo. Seguindo as orientações das tutoras e material de apoio, separamos os tópicos por membros da equipe, efetuamos pesquisas relacionadas até a conclusão do trabalho.</p>
<p>Desafio: De quem ficaria à frente, como líder do grupo, responsável por manter a equipe motivada e engajada. Alinhar a visão e manter comprometimento da equipe.</p>
<p>Cronograma das Ações: Criação do grupo projeto integrado no whatsapp, verificamos a data de entrega do projeto, compartilhamos no grupo orientações do projeto e material de apoio, pesquisamos e escolhemos a empresa com divulgação do balanço patrimonial com parecer de auditores, separamos por tópicos e desenvolvemos o trabalho.</p>
<p>Síntese das Ações: Os encontros foram remotos e por aplicativo. As informações foram coletadas através do site da B3 e nos sites das empresas até a escolha final da empresa e ramo de atividade.</p>
<p>m. Aspectos positivos: O trabalho em equipe e material explicativo e template compartilhado.</p>
<p>n. Dificuldades encontradas: Conciliar o tempo e disponibilidade dos membros da equipe.</p>

o. Resultados atingidos:
O objetivo alcançado foi concluído no seu devido tempo.

p. Sugestões / Outras observações:
Ter uma biblioteca mais diversificada(novos títulos), e uma melhora no material de apoio.

12.EQUIPE DOS ESTUDANTES NO PROJETO

RA: 1012019200376	NOME: LUIS CARLOS MOREIRA DA SILVA
RA: 1012020100560	NOME: FÁTIMA CARVALHO DE SOUZA
RA: 1012021100376	NOME: FRANCISCO JESUS GOMES DA SILVA
RA: 1012021200250	NOME: JULIANA APARECIDA ELÍDIO FERRACINI FERRACINI